

ISSN 2307-5368



ПЕТЕРБУРГСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ РЕЦЕНЗИРУЕМЫЙ ЖУРНАЛ



№ 2 • 2014

№ 2 • 2014

ПЕТЕРБУРГСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ РЕЦЕНЗИРУЕМЫЙ ЖУРНАЛ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ



Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № 77-12803 от 31 мая 2002 г.

«Петербургский экономический журнал»: научно-практический рецензируемый журнал включен в национальную базу данных «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ) [Договор от 29 апреля 2013 г. № 264-04/2013]. Полные тексты публикаций в открытом доступе размещены на платформе eLIBRARY.RU.

Открыта подписка на «Петербургский экономический журнал» на первое полугодие 2014 г. Подписаться на журнал можно в любом отделении связи по каталогу ОАО Агентство «Роспечать». Подписной индекс 70658 [Договор № 8808 от 22 мая 2013 г.].

Над номером работали: Е. Е. Бурова, Л. Н. Горбачёва, А. П. Неустроева, О. А. Оськова, О. Ю. Сажина

Петербургский экономический журнал: научно-практический рецензируемый журнал / Санкт-Петербургский государственный университет кино и телевидения. – СПб., 2014. – № 2. – 122 с.

Подписано в печать 25.06.2014. Формат 60 × 84 ¹/₈.

Объем 17,0 печ. л. Тираж 500 экз. Заказ

Адрес редакции: 191119, Санкт-Петербург, ул. Правды, д. 13

Сайт: <http://www.gukit.ru>

Отпечатано в типографии ООО «Инжиниринг-Сервис»

190020, Санкт-Петербург, ул. Циолковского, д. 13

При использовании материалов ссылка на «Петербургский экономический журнал» обязательна

Редакционный совет

Евменов Александр Дмитриевич – председатель редакционного совета, ректор Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, Заслуженный деятель науки РФ, доктор экономических наук, профессор.

Аносова Людмила Александровна – начальник отдела – заместитель академика-секретаря Отделения общественных наук РАН по научно-организационной работе, доктор экономических наук, профессор.

Анфиногентова Анна Антоновна – член Отделения общественных наук РАН, член президиума Саратовского научного центра РАН, директор Института аграрных проблем РАН, доктор экономических наук, профессор, академик РАН.

Барсуков Дмитрий Петрович – главный редактор, проректор по учебной работе Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, доктор экономических наук, профессор.

Благих Иван Алексеевич – профессор кафедры истории экономики и экономической мысли Санкт-Петербургского государственного университета, доктор экономических наук, профессор.

Гаврильчак Игорь Николаевич – проректор Национального открытого института России, Заслуженный работник высшей школы РФ, лауреат премии Правительства Санкт-Петербурга, доктор экономических наук, профессор.

Закорин Никита Дмитриевич – первый проректор Балтийской академии туризма и предпринимательства, председатель Северо-Западного регионального отделения межрегиональной общественной организации «Национальная академия туризма», Почетный работник высшего профессионального образования РФ, доктор экономических наук, профессор.

Карпова Галина Алексеевна – заведующая кафедрой экономики и управления социальной сферой Санкт-Петербургского государственного экономического университета, доктор экономических наук, профессор.

Кузнецов Сергей Валентинович – директор Института проблем региональной экономики РАН, доктор экономических наук, профессор.

Макаров Валерий Леонидович – член Бюро Отделения общественных наук РАН, председатель Научного совета по экономическим проблемам и интеллектуальной собственности, заместитель председателя Национального комитета по системному анализу при Президиуме РАН, директор Центрального экономико-математического института РАН, главный редактор журнала «Экономика и математические методы» РАН, доктор физико-математических наук, профессор, академик РАН.

Пичугин Эдуард Анатольевич – генеральный директор ОАО «Киностудия «Ленфильм», кандидат экономических наук.

Смирнов Сергей Борисович – декан гуманитарного факультета Санкт-Петербургского национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики, доктор экономических наук, профессор.

Editorial Board

Evmenov, Aleksandr Dmitrievich – Chairperson of the Editorial Board, Rector of the Saint-Petersburg State University of Film and Television, Honored Scientist RF, Doctor of Economics, Professor.

Anosova, Lyudmila Aleksandrovna – Chief of Department – Deputy Academician Secretary of the Social Science Department of RAS for Scientific Organizational Affairs, Doctor of Economics, Professor.

Anfinogentova, Anna Antonovna – Member of the Social Science Department of RAS, Presidium Member of the Science Center of RAS, Director of the Institute of Agrarian Problems of RAS, Doctor of Economics, Professor, Member of the Academy of Science.

Barsukov, Dmitriy Petrovich – Chief Editor, Pro-rector for Academic Affairs, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Doctor of Economics, Professor.

Blagikh, Ivan Alekseevich – Professor of the History of Economics and Economic Thought Department, Saint-Petersburg State University, Doctor of Economics, Professor.

Gavrilchak, Igor Nikolaevich – Pro-rector of the National Open Institute of Russia, Honorary Figure of Russian Higher Education, Prize-winner of the Saint-Petersburg Government Award, Doctor of Economics, Professor.

Zakorin, Nikita Dmitrievich – First Pro-rector of the Baltic Academy for Tourism and Entrepreneurship, Chairperson of the North-West Regional Department of the Tourism National Academy Interregional Public Organization, Honorary Figure of Higher Vocational Education RF, Doctor of Economics, Professor.

Karpova, Galina Alekseevna – Head of the Economy and Social Sector Management, Saint-Petersburg State University of Economics, Doctor of Economics, Professor.

Kuznetsov, Sergey Valentinovich – Director of the Institute of Regional Economy Problems of RAS, Doctor of Economics, Professor.

Makarov, Valeriy Leonidovich – Member of Bureau of the Social Science Department of RAS, Chairperson of Scientific Council on Economic Questions and Intellectual Property, Deputy Chairperson of the National Committee on System Analyses at the Presidium of RAS, Director of the Central Economic and Mathematical Institute of RAS, Chief Editor of the Economy and Mathematic Methods Journal of RAS, Doctor of Physics and Mathematics, Professor, Member of the Academy of Science.

Pichugin, Eduard Anatolievich – Director General of the Lenfilm OJSC, Candidate of Economic Sciences.

Smirnov, Sergey Borisovich – Dean of the Department of Humanities, Saint-Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics, Doctor of Economics, Professor.

Фокина Марина Львовна – заведующая кафедрой продюсерства Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, доктор экономических наук, профессор.

Харламов Андрей Викторович – профессор кафедры общей экономической теории Санкт-Петербургского государственного экономического университета, доктор экономических наук, профессор.

Редакционная коллегия

Барсуков Дмитрий Петрович – главный редактор, проректор по учебной работе Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, доктор экономических наук, профессор.

Маковий Надежда Феодосьевна – заместитель главного редактора, проректор по научной работе, кандидат технических наук, доцент.

Морозова Марина Александровна – заместитель главного редактора, директор института управления, экономики и медиакоммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, доктор экономических наук, доцент.

Байков Евгений Александрович – научный редактор, профессор кафедры управления экономическими и социальными процессами Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, доктор военных наук, профессор.

Солдатова Любовь Анатольевна – ответственный секретарь, ведущий специалист научно-исследовательского отдела Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения.

Данилов Павел Вячеславович – доцент кафедры продюсерства Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент.

Кроливецкий Эдуард Николаевич – профессор кафедры управления экономическими и социальными процессами Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, доктор экономических наук, профессор.

Павлова Элла Юрьевна – директор издательско-полиграфического комплекса Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук.

Циммерман Галина Александровна – заведующая кафедрой иностранных языков Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат педагогических наук, доцент.

Чеснова Ольга Александровна – декан факультета управления и экономики Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент.

Fokina, Marina Lvovna – Head of the Producing Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Doctor of Economics, Professor.

Kharlamov, Andrey Viktorovich – Professor of the General Economics Department, Saint-Petersburg State University of Economics, Doctor of Economics, Professor.

Editorial College

Barsukov, Dmitriy Petrovich – Chief Editor, Pro-rector for Academic Affairs, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Doctor of Economics, Professor.

Makoviy, Nadezhda Feodosevna – Deputy Chief Editor, Pro-rector for Scientific Affairs, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor.

Morozova Marina Alexandrovna – assistant chief editor, director of the Institute of Management, Economics and Media Communications of Saint-Petersburg State University of Film and Television, Ph D in Economic Sciences, Associate Professor.

Baikov, Evgeniy Aleksandrovich – Science Editor, Professor of the Economic and Social Processes Management Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Doctor of Military Science, Professor.

Soldatova, Lyubov Anatolievna – Executive Secretary, Lead Specialist of the Research Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television.

Danilov, Pavel Vyacheslavovich – Associate Professor of the Producing Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

Krolivetsky, Eduard Nikolaevich – Professor of the Economic and Social Processes Management Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Doctor of Economics, Professor.

Pavlova Ella Yurievna – director of the editorial and polygraphic complex of Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Economic Sciences.

Zimmerman, Galina Aleksandrovna – Chief of the Foreign Languages Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor.

Chesnova, Olga Aleksandrovna – Dean of the Department Management and Economics, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

СОДЕРЖАНИЕ

Актуальные проблемы социально-экономического развития общества, пути их решения

Лавров В. В., Скорчеллетти Д. С. Развитие туризма как важнейшее направление экономической деятельности страны..... 7

Рижих Л. В., Шориков А. Ю. Направления повышения эффективности функционирования общественного сектора сферы услуг... 14

Теория и практика управления организационно-экономическими системами

Евменова Н. И., Русу Ю. И. Информационная сущность управленческих решений 21

Скобелев В. Л. Моделирование отношений обмена при согласовании экономических интересов субъектов рынка 27

Магомедов М. Н. Стратегия информатизации компании 44

Шиндина Ю. А. Планирование деятельности организации: синергия возможностей 48

Черняева Е. А. Сущностная характеристика человеческого капитала..... 53

Инновационное развитие экономики и социально-культурной сферы

Байков Е. А. Инновационные аспекты развития культурно-познавательного туризма в современных условиях..... 58

Смирнов А. Б., Смолокуров Е. В. Особенности инновационного процесса в управлении развитием ресурсной базой сферы услуг... 66

Зайцева А. Л., Шогенова З. Х. Механизмы инновационного развития предпринимательских структур 75

Региональная экономика

Кудряшов В. С., Дитбернер Ж. В. Использование кластерного подхода в целях повыше-

CONTENTS

Current Problems of Social and Economic Development of Society and the Ways of Their Solution

Lavrov V. V., Skorchelletti D. S. Tourism Development as the Most Important Direction of the Country's Economic Activity..... 7

Rizhikh L. V., Shorikov A. Y. Ways of Strengthening Public Service Sector Functioning Efficiency 14

Theory and Practice of Managing Organizational and Economic Systems

Yevmenova N. I., Rusu Yu. I. Information Essence of Managerial Decisions 21

Skobelev V. L. Modelling Exchange Relations in Coordination with Economic Interests of Market Enterprises..... 27

Magomedov M. N. Strategy of the Company Informatization..... 44

Shindina Yu. A. Planning Activities of the Organization: a Synergy of Opportunities..... 48

Chernyaeva E. A. Characterizing the Essence of Human Resource..... 53

Innovative Development of Economy and Social and Cultural Sector

Baikov Ye. A. Innovative Aspects of Cultural Tourism Development in the Current Conditions..... 58

Smirnov A. B., Smolokurov Ye. V. Innovative Process Features in Managing Resource Base Development in the Service Sector 66

Zaitseva A. L., Shogenova Z. H. Mechanisms of Entrepreneurial Structures Innovative Development..... 75

Regional Economy

Kudryashov V. S., Ditberner Ja. V. Implementing Cluster Approach to Enhance

ния конкурентоспособности и развития региональной экономики 83

Берёза Е. Н., Фенькин А. А. Алгоритм формирования стратегии развития розничной торговой сети 89

Алейченко Е. Д. Основы разработки стратегии инновационного развития региона в условиях экономического кризиса 94

Рыночная организация экономики и обеспечение ее конкурентоспособности

Кудряшов В. С. Повышение конкурентоспособности образовательных организаций в России на основе развития предоставляемых услуг 101

Финансовая и денежно-кредитная сферы

Гусейнова Г. М. Правовые основы таможенного налогообложения 107

Экономика и управление хозяйствующими субъектами

Морозова М. А., Мalyushenkova Е. Д. Роль управляющих компаний в развитии отечественного сетевого гостиничного бизнеса .. 114

Regional Economy Competitiveness and Development 83

Beryoza Ye. N., Fenkin A. A. The Algorithm of Retail Network Strategy Development Formation 89

Aleychenko Ye. D. The Basis for the Region Innovation Growth Strategy Development..... 94

Market Economy and Ensuring Its Competitiveness

Kudryashov V. S. Enhancing Educational Institutions Competitiveness in Russia on the Basis of the Provided Services Development 101

Financial and Monetary and Credit Sectors

Guseynova G. M. The Legal Basis of the Customs Taxation 107

Business Entities Economy and Management

Morozova M. A., Malyushenkova Ye. D. The Role of Asset Management Companies in the Domestic Hotel Chain Business Development 119

ТУРИЗМ ОСТРО НУЖДАЕТСЯ В НАУЧНОЙ И ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ПОДДЕРЖКЕ

Заместитель министра культуры РФ А. Манилова приняла участие в работе Всероссийской конференции «Государственная поддержка малых отелей и малого бизнеса в туризме», часть мероприятий которой прошла в киноконцертном зале Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения на ул. Бухарестской, 22. В беседе с журналистами А. Манилова объяснила, почему дискуссии ведущих экспертов туристической отрасли самое место в стенах киновуза, и прокомментировала идею создания на базе университета научно-методического Центра развития туризма.

25 апреля в рамках Всероссийской конференции «Государственная поддержка малых отелей и малого бизнеса в туризме» в СПбГУКиТ была организована дискуссионная площадка. Депутаты Госдумы, члены Совета Федерации, министры туризма российских регионов, собственники туристического и гостиничного бизнеса, а также студенты и преподаватели вуза обсудили проблемы продвижения туристических услуг на внутреннем и международном рынках и применение медиакоммуникаций для развития индустрии.

Одной из главных тем мероприятия стала идея создания на базе Университета кино и телевидения Центра развития ту-



*Алла Юрьевна Манилова,
заместитель
министра культуры
Российской Федерации*



ризма для подготовки кадров, научно-методической деятельности и профессионального общения специалистов отрасли. Отвечая на вопросы журналистов, почему такой центр может появиться именно на базе СПбГУКиТ, замминистра отметила материально-техническую базу и профессиональный опыт, накопленный университетом:

– Туризм – это намного больше, чем отрасль, – пояснила А. Манилова. – В своей работе мы касаемся гуманитарной сферы, историко-культурного наследия, создания креативных кластеров, развития территорий, международной деятельности и многого другого. Поэтому изначально нельзя сказать, что туризм для кого-то может быть «не по теме». Кроме того, поиск в этом направлении связан с тем, что исторически в России нет и никогда не было крупных государственных туристских вузов.

В то же время, по словам Аллы Маниловой, сегодня туризм остро нуждается в научной и исследовательской поддержке:

– Мы сталкиваемся с этой потребностью в своей практической работе каждый день, – призналась замминистра. – В России отсутствует системная подготовка кадров для туризма – начиная с менеджмента и заканчивая обучением экскурсоводов. И чем больше студентов и преподавателей вуза будет увлечено этой темой, тем лучше будет развиваться отрасль. Нужна «новая кровь», нужны свежие идеи!

В копилку «свежих» инициатив для индустрии туризма сотрудники вуза добавили представленный гостям уникальный опыт, которым уже обладает вуз – это и организация творческих встреч, и разработка event-мероприятий, и создание специализированного видеоконтента для продвижения туристического продукта. Разработку этих направлений совместно с Министерством культуры РФ и Ростуризмом было решено продолжить в дальнейшем.



РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА КАК ВАЖНЕЙШЕЕ НАПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРАНЫ

TOURISM DEVELOPMENT AS THE MOST IMPORTANT DIRECTION OF THE COUNTRY'S ECONOMIC ACTIVITY

УДК 338.48



ЛАВРОВ Виктор Валерьевич

доцент кафедры управления экономическими и социальными процессами Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, vv_l@inbox.ru

LAVROV Victor Valerievich

Associate Professor, Department of the Economic and Social Processes Management, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, vv_1@inbox.ru



СКОРЧЕЛЛЕТТИ Дмитрий Сергеевич

профессор кафедры управления экономическими и социальными процессами Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, доктор экономических наук, профессор, uesp@gukit.ru

SKORCHELLETTI Dmitry Sergeevich

Professor of the Social and Economic Processes Management Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Doctor of Economics, uesp@gukit.ru

Аннотация.

В статье рассмотрены вопросы развития туризма в стране, определены значение и особенности туристской деятельности, представлены статистические данные по международным прибытиям и экономическим характеристикам развития туризма. Значительное внимание уделено вопросам финансирования объектов туристской индустрии и определению доли туристских услуг в общем объеме платных услуг, предоставляемых населению.

Ключевые слова: туризм, платные услуги, туристская индустрия, инвестиции, регион, туристско-рекреационный комплекс.

Abstract.

The article deals with tourism development in the country, defines particular features and value of the tourist activity, presents some statistical data on international arrivals and economic characteristics of tourism development. Serious attention has been paid to the tourist industry financing and determining the proportion of tourist services in the total volume of paid services provided for the public.

Key words: tourism, paid services, tourist industry, investment, region, tourist and recreational facilities.

С каждым годом все больше внимания уделяется вопросам развития и совершенствования сферы услуг, причем развитие туристской индустрии представляет собой целый комплекс взаимосвязанных отраслей и видов деятельности. Следовательно, туризм представляет собой сложное социально-экономическое явление, включающее разнообразные виды деятельности по обслуживанию туристов. В современных экономических условиях происходит активное расширение интеграционных связей между странами в области развития международного туризма.

Как отмечено в книге В. А. Квартальнова: «Туризм – временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или местность в пределах своей страны в свободное время в целях получения удовольствия и отдыха, в оздоровительных, гостевых, познавательных или в профессионально-деловых целях, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте» [1, с. 24].

Важно отметить, что в современных условиях для многих стран туризм представляет собой один из основных источников дохода, точно так же, как и для многих дотационных регионов страны развитие туризма – это прежде всего дополнительный источник получения средств в региональный бюджет. Туризм как сфера хозяйственной деятельности, как отрасль экономики имеет огромное значение и ряд характерных особенностей. Во-первых, туризм превратился в один из ведущих секторов мирового хозяйства и способствует развитию и углублению интеграционных связей между различными странами. Во-вторых, как было отмечено ранее, во многих странах мира туризм является одной из наиболее прибыльных отраслей экономики. В-третьих, в развитых странах большая часть населения проводит отпуска вне места своего постоянного проживания, что привело к становлению мощной индустрии туризма. В-четвертых, для ряда экономически слаборазвитых стран туризм стал эффективным источником получения иностранной валюты, используемой для экономического роста и решения социальных проблем. Следует отметить, что благодаря активному развитию предприятий туристско-

рекреационного комплекса, формируется база дополнительных рабочих мест, ускоряется развитие дорожного и гостиничного строительства, стимулируется производство всех видов транспортных средств. Именно туризм способствует сохранению народных промыслов и национальной культуры регионов и стран.

По прогнозам Всемирной туристской организации, к 2020 г. число туристских прибытий составит 1,6 млрд человек, мировые доходы от туризма в 2020 г. возрастут до 2 трлн долларов [2, с. 3].

Представленные факты свидетельствуют о большом потенциале возможностей развития туризма как в масштабах мировой хозяйственной системы, так и в масштабе отдельной страны. Быстрое развитие туризма способствует прогрессу и других отраслей экономики: торговли, транспорта, бытового обслуживания, производства товаров народного потребления, сельского хозяйства, строительства и др. Совокупность взаимосвязанных отраслей, обеспечивающих разнообразные потребности туристов, получила название индустрии туризма.

Анализ индустрии туризма позволил выявить ее следующие особенности [3]:

1. Современный туристский бизнес характеризуют глубокие изменения, нестабильность, высокая зависимость не только от факторов, непосредственно влияющих на рынок туристских услуг, но и от факторов, не связанных непосредственно с туризмом и путешествиями, но оказывающих существенное влияние на структуру и уровень спроса туристов.

2. Необходимо отметить, что российский рынок туризма как таковой не подлежит четкой регуляции со стороны органов власти, что приводит к отсутствию сбалансированности развития туристско-рекреационных комплексов и региональной разобщенности в предоставлении туристских услуг.

3. В настоящее время на рынке туристских услуг наблюдается тенденция сокращения количества независимых туристских предприятий. Стремительно увеличивается доля рынка, принадлежащая туристским сетям.

4. Высокий уровень конкуренции в сфере туризма.

5. Сезонность бизнеса. Максимальные прибыли туристические компании получают во время летнего сезона. Также к периодам повышенной потребительской активности можно отнести праздники, школьные и студенческие каникулы.

6. Большая зависимость результатов деятельности предприятий туристской индустрии от «человеческого фактора». Общая оценка клиентом качества услуг часто базируется не только на качестве исполнения услуг (качество блюда, организации поездки, проживания в отеле), но и на качестве и культуре обслуживания официанта, менеджера в турфирме при оформлении путевки, администратора в гостинице. По этой причине в туризме неизмеримо больше внимания должно уделяться управлению персоналом и регулированию межличностных отношений.

Важнейшим вопросом формирования статистической базы и определения результатов туристской деятельности в регионе является учет затрат туристов в процессе путешествия или отдыха в стране пребывания.

С экономических позиций достаточно сложно определить фактические затраты туристов в стране пребывания, так как практически не представляется возможным произвести разделение выручки, получаемой от туристов, и от граждан, проживающих в данной стране и являющихся ее жителями (резидентами) на каждом объекте туристского обслуживания (магазине, ресторане, гостинице и т. д.). Следовательно, туристские расходы можно определить только на основе опросов населения.

В настоящее время туризм получил значительное распространение во всем мире. Общий объем поступлений от международного туризма неуклонно увеличивается и за период 1950–2010 гг. он вырос более чем в 200 раз. Региональное распределение туристских потоков сложилось давно. С начала массовых туристских обменов по настоящее время на мировом рынке туризма заметно выделяются Европа и Северная Америка. На них приходится 4/5 прибытий в мире. Прогноз динамики международных туристских прибытий представлен в таблице 1.

Таблица 1

Динамика международных туристских прибытий, млн чел.

Регион	2010 г.	2020 г. (прогноз)	Отклонение	Удельный вес 2020 г.
Европа	527	717	+190	44,8
Восточная Азия/Тихий океан	231	438	+207	27,3
Америка	195	284	+89	17,7
Африка	46	75	+29	4,7
Средний Восток	37	69	+32	4,3
Южная Азия	11	19	+8	1,2
Всего	1047	1602	+555	100

Источник: Выполнено автором на основе данных [4].

Как видно из представленной таблицы, в 2020 г. количество прибытий международных туристов составит 1 млрд 602 млн человек. Европа удержит доминирующие позиции

(44,8%), на второе место выйдет Азиатско-Тихоокеанский регион (27,3%), а на третьем месте будет Америка (17,7%). Важным фактом является активное увеличение туристских прибы-

тий по всем регионам мира, что в общей сложности составит увеличение потока туристских прибытий за 10 лет на 555 млн чел.

Страны-лидеры по выезду туристов в 2020 г. представлены в таблице 2. Среди 10 стран-лидеров по выезду туристов будут первенствовать Германия (10,2% в мировом потоке),

за ней – Япония (8,8%) и США (7,7%). Доля десятки стран в мировом потоке по выезду туристов составит почти 50%. Россия – на 9 месте с показателем 1,9%. На 10 месте прогнозируется Италия (1,7% в мировом потоке).

Страны-лидеры по приему туристов в 2020 г. представлены в таблице 3.

Таблица 2
Страны-лидеры по выезду туристов в 2020 г.

Рейтинг	Страна	Выезд туристов, млн чел.	Доля в мировом потоке, %
1	Германия	163,5	10,2
2	Япония	141,5	8,8
3	США	123,3	7,7
4	Китай	100,0	6,2
5	Великобритания	96,1	6,0
6	Франция	37,6	2,3
7	Нидерланды	35,4	2,2
8	Канада	31,3	2,0
9	Россия	30,5	1,9
10	Италия	29,7	1,7
	Всего	788,9	49,0

Источник: [5, с. 7–8].

Таблица 3
Страны-лидеры по приему туристов в 2020 г.

Рейтинг	Страна	Въезд туристов, млн чел.	Доля в мировом потоке, %
1	Китай	137,1	8,6
2	США	102,4	6,4
3	Франция	93,3	5,8
4	Испания	71,0	4,4
5	Гонконг (Китай)	59,3	3,7
6	Италия	52,9	3,3
7	Великобритания	52,8	3,3
8	Мексика	48,9	3,1
9	Россия	47,1	2,9
10	Чехия	44,1	2,7
	Всего	708,9	44,2

Источник: [5, с. 8].

Как видно из таблицы, в числе стран-лидеров по приему туристов – Китай (8,6%), США (6,4%), Франция (5,8%), Испания (4,4%), Россия (2,9%), Чехия (2,7%). Доля этих десяти стран по приему туристов в 2020 г. в мировом потоке этой группы стран составит 44,2% [5, с. 7–8].

Анализируя данные представленных таблиц, можно отметить, что Россия занимает очень скромное положение по приему иностранных туристов и организации выезда российских туристов за пределы страны. Доля России в мировом потоке по выезду туристов составляет 1,9%, доля России в мировом потоке по приему туристов составляет 2,9%.

Следовательно, возможности туристско-рекреационного потенциала страны еще не достаточно реализуются и важнейшим вопросом современности является вопрос привлечения иностранных туристов в Россию и предоставление больших возможностей для развития внутреннего и въездного туризма, что приведет к увеличению уровня доходов от туристской деятельности. В связи с проводимым исследованием рассмотрим, какую долю в платных услугах населения занимает туристская индустрия. В таблице 4 представлены данные о платных услугах в сфере туризма и отдыха.

Таблица 4
Платные услуги в сфере туризма и отдыха

Показатель	Год			
	2000	2005	2010	2012
Платные услуги населению – всего, в фактически действующих ценах, млн руб.	602755	2271733	4943482	6036839
Из них:	10639	33849	99879	121545
туристские услуги				
услуги гостиниц и иных средств размещения	16178	60098	112855	141012
Удельный вес в общем объеме платных услуг населению, %				
туристских услуг	1,8	1,5	2,0	2,0
услуг гостиниц и иных средств размещения, %	2,7	2,6	2,3	2,3

Источник: [6, с. 33]

На основе представленных данных можно сделать вывод, что в масштабах Российской Федерации в общем объеме платных услуг обобщенная доля туристских услуг и услуг размещения туристов составляет в среднем около 4%, что катастрофически мало для страны с огромным туристско-рекреационным потенциалом и разнообразием.

Долю туристских услуг в общем объеме платных услуг представим в виде круговой диаграммы (рисунок), что иллюстрирует представленные в таблице данные.

Туризм в современной мировой экономике, в экономике отдельных стран приобрета-

ет все более важную роль, так как является не только наиболее развивающимся экономическим комплексом, но и важнейшим катализатором экономического роста. Кроме того, постоянное появление новых видов туризма способствует развитию отрасли, и ведущее место среди наиболее перспективных видов туризма будет занимать конгрессно-деловой и культурный туризм, те виды туризма, которые наиболее характерны для крупных городов. Туризм является важнейшим источником доходов для городов и окружающих их районов, особенно для тех, которые знамениты своим историче-

ским или культурным наследием. Туризм – социальный фактор отдыха, оздоровления, взаимопонимания между людьми, доступа

к историческим и культурным ценностям развития личности, политической стабильности, социального равновесия.

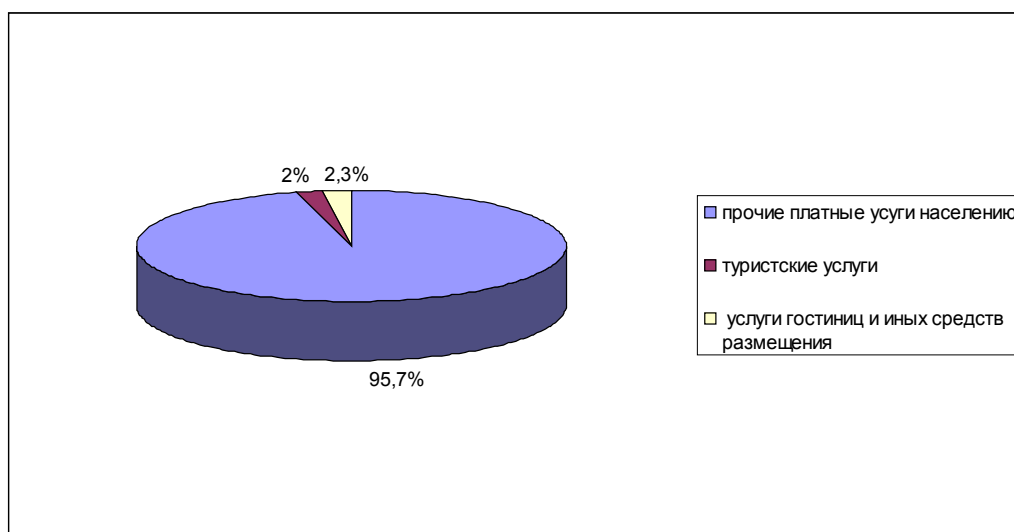


Рисунок
Доля туристских услуг и услуг размещения в общем объеме платных услуг в России

Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании внутреннего валового продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешнеторгового баланса. Важно отметить, что в мире 10% инвестиций приходится на долю туризма. Для активного развития его требуются огромные средства, которые могут быть представлены в виде инвестиций и финансовых средств из федерального и региональных бюджетов.

Регионам, которые хотят стать туристскими центрами, необходимо существенно увеличить объем инвестиций в развитие туризма. Для координации деятельности в области развития туризма и целенаправленного распределения средств в России были определены семь туристско-рекреационных зон. Общий объем финансовых вложений в создание

и развитие туристско-рекреационных зон на период до 2026 г. составит 336 млрд руб., в том числе 44,5 млрд руб. будет направлено из федерального бюджета, 260,4 млрд руб. составят средства частных инвесторов, остальная сумма будет привлечена за счет средств региональных бюджетов [7, с. 45–47].

Обобщая вышесказанное, можно отметить, что туризм как отрасль экономики занимает важнейшее место как в хозяйственном комплексе страны, регионов, отдельных городов, так и в мировой хозяйственной системе. Развитие туризма способствует дальнейшему углублению процесса интеграции и международной специализации. Необходимо уделять серьезное внимание индустрии туризма как крупному сектору экономики страны, как взаимосвязанной системе, оказывающей влияние как на экономические, так и на социальные процессы в обществе.

Список литературы

1. *Квартальнов В. А.* Туризм. М.: Финансы и статистика, 2003. 320 с.
2. *Гуляев В. Г.* Туризм: экономика и социальное развитие. М.: Финансы и статистика, 2003. 304 с.
3. *Федулин А. А.* Туристское образование / под общ. ред. А. А. Федулина. М.: Издательство «Логос», 2004. 288 с.
4. *Чилова Е. П., Темкина И. М.* Рынок международных туристских услуг: экономический и социальный эффект. URL: <http://www.km.ru> (дата обращения: 13.05.2014).
5. *Горбылева З. М.* Экономика туризма. Мн.: БГЭУ, 2004. 478 с.
6. Туризм в цифрах. 2013: Стат. сб. / ИИЦ «Статистика России, Федеральное агентство по туризму. М.: ИИЦ «Статистика России», 2013. 39 с.
7. *Боголюбов В. С.* Экономическая оценка инвестиций в развитие туризма. М.: Издательский центр «Академия», 2009. 272 с.

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СЕКТОРА СФЕРЫ УСЛУГ

WAYS OF STRENGTHENING PUBLIC SERVICE SECTOR FUNCTIONING EFFICIENCY

УДК 33:338.46



РЫЖИХ Линда Викторовна

доцент кафедры экономики кино и телевидения Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент, rosa_morena@mail.ru

RIZHIH Linda Victorovna

Associate Professor, Department of Film and Television Economics, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, rosa_morena@mail.ru



ШОРИКОВ Алексей Юрьевич

старший преподаватель кафедры управления экономическими и социальными процессами Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, a.u.sh475@gmail.com

SHORIKOV Alexey Yurievich

Senior Lecturer, Department of Economic and Social Processes Management, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, a.u.sh475@gmail.com

Аннотация

В статье рассмотрены принципы повышения эффективности функционирования общественного сектора сферы услуг в России. Обосновывается целесообразность решения проблем роста эффективности деятельности хозяйствующих субъектов общественного сектора на основе создания предпосылок рационального использования рыночных возможностей экономической системы государства.

Ключевые слова: общественный сектор, сфера услуг, государственные расходы, экономическая эффективность.

Abstract.

The article discusses principles for improving the public service sector efficiency in Russia. The feasibility of solving problems to the public sector's enterprises efficiency growth through creation of prerequisites for the rational use of the state economic system market opportunities has been substantiated.

Key words: public sector, service sector, government expenditure, economic efficiency.

Выход на траекторию устойчивого экономического развития на заключительном этапе становления рыночной экономики напрямую связан с необходимостью повышения качества человеческого капитала, формирование которого зависит от эффективности функционирования социально значимых составляющих хозяйствующих субъектов общественного сектора сферы услуг. В период незавершенных рыночных преобразований повышение эффективности функционирования хозяйствующих субъектов общественного сектора сферы услуг позволит решить текущие и перспективные проблемы рационального использования материальных, трудовых, финансовых, информационных ресурсов народнохозяйственного комплекса на основе сочетания управляющих воздействий, осуществляемых на федеральном, региональном и муниципальном уровнях управления, и корпоративных мер саморегулирования, адекватных тем изменениям, которые наблюдаются во внешней среде.

Значимость проблемы формирования благоприятных предпосылок перспективного развития предприятий и учреждений общественного сектора обусловлена изменениями в условиях функционирования национальной экономики, в которой под влиянием научно-технического прогресса наблюдается тенденция роста роли и значения сферы услуг, превращающейся в основную подсистему народного хозяйства, от результатов деятельности которой существенным образом зависит экономическое положение отдельных административно-территориальных образований, страны в целом.

При этом механизм управления общественным сектором сферы услуг в настоящее время характеризуется отсутствием системности и учета всей совокупности причинно-следственных связей, возникающих между субъектами хозяйствования, предоставляющими гражданам услуги различного характера. Это не позволяет органам власти всех уровней максимально эффективно использовать существующие рыночные возможности при решении текущих и перспективных задач повышения результативности функционирования

предприятий и учреждений общественного сектора [1].

Решение проблем повышения эффективности деятельности хозяйствующих субъектов общественного сектора сферы услуг основано на создании необходимых предпосылок рационального использования рыночных возможностей в процессе их перспективного развития. В современных условиях функционирование народнохозяйственного комплекса характеризуется существенным усилением неопределенности воздействия совокупности факторов внешней среды, что приводит к необходимости реализации комплекса мер организационно-экономической, нормативно-правовой, финансово-кредитной направленности со стороны федеральных и региональных органов исполнительной власти.

Решение проблем роста эффективности функционирования предприятий общественного сектора сферы услуг должно осуществляться на системной основе, что позволит в полной мере учесть те изменения, которые происходят во внешней среде, использовать имеющиеся возможности для повышения ресурсного потенциала организаций, рационализации их взаимодействия с поставщиками, потребителями, органами государственной власти, контактными аудиториями. Преимущество системного подхода заключается в том, что он позволяет в полной мере оценить существующие проблемы экономического и социального развития хозяйствующих субъектов общественного сектора и сформировать обоснованные меры, направленные на максимальное использование ресурсного потенциала национальной экономики в кратко-, средне- и долгосрочной перспективах [2]. Такое системное решение существующих проблем роста эффективности может быть достигнуто на основе ряда принципов, в частности, таких как:

- рациональное сочетание интересов всех групп населения;
- перспективная ориентация;
- оптимальное распределение финансовых средств;
- результативное взаимодействие рыночных и государственных регуляторов;

- своевременная реакция на изменения внешней среды;
- общественный контроль за принимаемыми решениями.

Принцип рационального сочетания интересов всех групп населения обусловлен самим характером функционирования субъектов хозяйствования общественного сектора сферы услуг. Отличительной особенностью организаций данного сектора является их ориентация на достижение максимального социально-экономического эффекта в процессе текущей деятельности и перспективного развития, что требует комплексной оценки полученных результатов, позволяющей объективно оценить степень влияния общественного сектора на те процессы, которые происходят в социальной сфере.

Целевой функцией хозяйствующих субъектов общественного сектора сферы услуг является удовлетворение потребностей широких слоев граждан в услугах определенного характера. В то же время равномерное распределение социальных благ в современном обществе не может быть обеспечено, что обусловлено самим характером социально-экономических процессов и особенностями общественных отношений в условиях рыночной экономики.

При этом по мере социально-экономического развития, увеличения валового внутреннего производства, роста доходов населения социально-экономическая дифференциация как между отдельными группами общества, так и между административно-территориальными образованиями будет усиливаться. Это обусловлено личными качествами самих граждан, врожденные способности которых к общественно полезному труду неодинаковы [3]. В рыночных условиях хозяйствования граждане по-разному реагируют на существующие возможности карьерного и творческого роста, что неизбежно влечет за собой увеличение социально-экономической дифференциации, рост неравномерности при распределении существующих благ между отдельными социальными слоями и группами населения.

В то же время рост уровня социально-экономической дифференциации негативно ска-

зывается на тех социально-экономических процессах, которые наблюдаются в экономике отдельных стран. Если государство не будет регулировать социально-экономическую дифференциацию, то в перспективе может возникнуть такая ситуация, при которой большая часть национального богатства будет сосредоточена в руках достаточно ограниченной группы граждан, тогда как остальные лишатся необходимых социальных благ. Такая ситуация ограничивает возможности экономического и социального развития, поскольку недовольные распределением благ группы населения в неопределенной перспективе будут предпринимать действия, направленные на трансформацию существующего строя.

В настоящее время существуют два подхода к формированию эффективного механизма государственной поддержки малообеспеченных социальных слоев и групп граждан [2]. Первый подход предусматривает государственное регулирование цен на услуги хозяйствующих субъектов общественного сектора, что позволит в максимальной степени снизить расходы потребителей, а также предоставление определенных квот на бесплатные услуги. Второй подход предполагает использование адресной социальной помощи и предоставление квот на бесплатные услуги только наименее обеспеченным гражданам (например, в форме государственной субсидии на лечение или гранта на обучение в высших учебных заведениях).

Очевидно, в современных экономических условиях государство должно обеспечить финансирование определенного минимума услуг хозяйствующих субъектов общественного сектора, что позволит наиболее рациональным образом использовать накопленный потенциал национальной экономики и создать условия эффективного взаимодействия различных слоев и групп населения. Кроме того, такой подход позволит решить социальные проблемы, противодействуя негативной тенденции к росту социально-экономической дифференциации в процессе текущей деятельности и перспективного развития отдельных административно-территориальных образований, страны в целом.

В соответствии с *принципом перспективной ориентации* необходимо обеспечить устойчивое развитие субъектов хозяйствования общественного сектора сферы услуг в долгосрочном периоде времени, противодействуя негативному влиянию факторов внешней и внутренней среды. Это может быть достигнуто на основе формирования такой системы кратко-, средне- и долгосрочных целевых ориентиров, которые бы взаимно дополняли друг друга, позволяя наиболее рациональным образом использовать ограниченные ресурсы народнохозяйственного комплекса.

Следовательно, важной задачей государства является формирование долгосрочной стратегии развития общественного сектора, которая бы отвечала потребностям как текущего, так и перспективного этапа. При этом на современном этапе стратегическое планирование в Российской Федерации осуществляется недостаточно эффективно, что обусловлено влиянием ряда факторов, среди которых в первую очередь следует выделить такие, как:

- низкая степень обоснованности планово-расчетных обоснований;
- недостаточная квалификация экспертов, привлекаемых к решению стратегических задач;
- отсутствие традиций экспертных дискуссий на всех уровнях государственной власти и всех стадиях принятия управленческих решений;
- низкий уровень исполнительской дисциплины при реализации перспективных программ, что снижает степень доверия потенциальных инвесторов;
- отсутствие персональной ответственности за результаты реализации долгосрочных социально-экономических программ.

В процессе формирования стратегии перспективного социально-экономического развития необходимо системно оценить последствия принимаемых решений, учесть как краткосрочные, так и долгосрочные результаты, а также составить прогноз воздействия факторов внешней среды, которые могут оказать отрицательное влияние на степень достижения имеющихся целевых ориентиров. При этом такой подход должен быть реализо-

ван на всех уровнях государственного управления, что обеспечит организационное единство в процессе формирования и реализации управляющих воздействий [1].

Решение данных проблем может быть достигнуто путем создания системы экспертных центров. Отраслевая специализация данных центров позволит в максимальной степени использовать экспертный потенциал при решении сложных народнохозяйственных проблем. При этом экспертные центры можно использовать для выработки рекомендаций по повышению результативности функционирования отдельных хозяйствующих субъектов общественного сектора сферы услуг, деятельность которых оказывает существенное влияние на уровень экономического и социального развития народного хозяйства страны.

В то же время для эффективного функционирования экспертных центров необходимы значительные затраты финансовых ресурсов, поскольку привлечение высококвалифицированных кадров требует больших средств как на заработную плату, так и на приобретение современного оборудования. Однако эти затраты обеспечат существенный рост результативности государственного управления в средне- и долгосрочной перспективах, позволят наиболее рациональным образом использовать имеющиеся ресурсы.

Необходимо также учитывать, что кратко- и долгосрочные последствия принимаемых управленческих решений могут существенно различаться. Отметим в этой связи, что любые социальные преобразования имеют негативные краткосрочные последствия ввиду консервативного характера общественных отношений. В краткосрочной перспективе реформы социальной сферы приводят к росту общественной напряженности, оказывают негативное влияние на те процессы, которые происходят в социальной сфере. Однако в долгосрочной перспективе социальные реформы являются необходимыми, поскольку обеспечивают замену нерационально функционирующих общественных институтов новыми, способными эффективно решать существующие проблемы экономического и социального характера.

Принцип оптимального распределения финансовых средств требует рационального расходования имеющихся ресурсов, формирования современных механизмов прямой и косвенной финансовой поддержки организаций общественного сектора сферы услуг, что позволит в полной мере учесть специфику функционирования отдельных организационно-правовых структур как в текущем периоде времени, так и в долгосрочной и стратегической перспективах.

Необходимо учитывать, что ресурсы федерального, региональных и местных бюджетов всегда ограничены, а потому в сложившихся условиях государство вынуждено перманентно решать проблему перераспределения бюджетных средств между отдельными отраслями и территориальными подсистемами национальной экономики. Так, повышение бюджетных расходов на развитие социальной сферы, увеличение пенсионного обеспечения граждан приводят к сокращению затрат на инвестиционные проекты, обеспечивающие повышение эффективности функционирования национальной экономики в долгосрочной перспективе, что может негативным образом сказаться на темпах экономического роста [3].

В этих условиях социальные расходы бюджетов всех уровней должны обеспечивать такое качество жизни социально незащищенных групп населения, которое позволит им в полной мере удовлетворить свои основные потребности. При этом сама величина социальных расходов федерального, региональных и местных бюджетов будет определяться под влиянием политических факторов макросреды.

В то же время увеличение расходов, непосредственно направленных на реализацию социальных программ (в частности, рост пенсионного и стипендиального обеспечения, денежного довольствия военнослужащих), может повлечь за собой уменьшение бюджетных затрат в других структурных составляющих общественного сектора сферы услуг (здравоохранение, образование, культура и искусство). Тем самым государство должно обеспечить сбалансированное развитие

общественного сектора, исключив при этом негативные проявления факторов макро- и микросреды.

По мнению авторов, меры прямой финансовой поддержки предприятий и учреждений общественного сектора сферы услуг должны быть дополнены методами косвенного стимулирования их деятельности, что позволит в полной мере использовать преимущества рыночных отношений в процессе текущего функционирования и перспективного развития субъектов хозяйствования.

В соответствии с *принципом результативного взаимодействия рыночных и государственных регуляторов* необходимо использовать имеющиеся возможности рынка для формирования благоприятных условий перспективного развития субъектов хозяйствования общественного сектора сферы услуг в процессе реализации имеющихся государственных программ. В современных условиях данный принцип требует активного внедрения практики частногосударственного партнерства в общественном секторе, что позволит сочетать преимущества государственного и рыночного регулирования, с максимальной результативностью используя имеющиеся в ограниченном количестве все виды ресурсов.

Представляется, что важнейшей государственной задачей в общественном секторе является формирование стратегии его развития, адекватной тем изменениям, которые происходят во внешней среде.

Кроме того, в соответствии с рассматриваемым принципом необходимо сформировать благоприятные условия привлечения внебюджетных средств для развития общественного сектора сферы услуг. В современных условиях экономического развития можно выделить два подхода к увеличению объемов внебюджетного финансирования процесса функционирования субъектов хозяйствования общественного сектора.

Во-первых, внебюджетные средства могут быть получены в процессе реализации услуг субъектов хозяйствования населению. Такой подход позволяет быстро привлекать необходимые денежные средства в нужных объемах, однако имеет определенные недостатки.

Увеличение внебюджетного финансирования процесса функционирования субъектов хозяйствования за счет средств потребителей может повлечь за собой коммерциализацию общественного сектора сферы услуг, что негативным образом скажется на выполняемой им функции в процессе экономического и социального развития страны. Это обусловлено тем, что организации общественного сектора действуют в интересах всех граждан страны вне зависимости от их имущественного положения, балансируя тем самым недостатки, органическим образом присущие субъектам хозяйствования, основной целью которых является извлечение прибыли.

Кроме того, ряд хозяйствующих субъектов общественного сектора в силу специфики своей деятельности не могут привлекать средства граждан в процессе реализации услуг (библиотечные учреждения, организации социального обеспечения, общественные и благотворительные организации и т. д.). В этом случае реализация услуг населению приведет к изменению целевой функции организации [2].

Во-вторых, внебюджетные ресурсы могут быть получены в качестве спонсорских взносов на определенные цели. Механизм спонсорского финансирования субъектов хозяйствования общественного сектора достаточно активно используется в промышленно развитых странах, позволяя привлекать значительные средства, обеспечивающие благоприятные условия перспективного развития организаций рассматриваемой структурной составляющей национальной экономики. В то же время в Российской Федерации преимущества спонсорского финансирования используются недостаточно активно, что обусловлено такими основными причинами, как:

- низкий уровень социальных стимулов к осуществлению благотворительной деятельности, отсутствие культуры благотворительности в России;
- отсутствие налоговых методов стимулирования благотворительной деятельности как хозяйствующих субъектов, так и граждан Российской Федерации (льгот по налогу на прибыль и налогу на доходы физических лиц);

- низкий уровень доходов населения, отсутствие у большинства граждан объективных возможностей для осуществления благотворительной деятельности;

- отсутствие доверия граждан к благотворительным организациям вследствие многочисленных случаев мошенничества в период формирования рыночных условий хозяйствования.

При этом в долгосрочной перспективе рост расходов граждан на благотворительность представляется достаточно вероятным вследствие увеличения денежных доходов населения, формирования социальных стимулов к осуществлению благотворительной деятельности в Российской Федерации. Это позволит повысить финансовый потенциал субъектов хозяйствования общественного сектора сферы услуг в долгосрочном периоде времени. Однако в полной мере возможности спонсорской деятельности в общественном секторе сферы услуг могут быть реализованы лишь при наличии современного механизма стимулирования благотворительности со стороны федеральных и региональных органов государственной власти на всех уровнях управления: федеральном, региональном, муниципальном.

Содержание принципа общественного контроля за принимаемыми решениями, по нашему мнению, обусловлено высокой социальной значимостью субъектов хозяйствования общественного сектора сферы услуг, их целевой направленностью на достижение благоприятных результатов общественного развития в стратегическом периоде времени. Следовательно, в соответствии с данным принципом в общественном секторе сферы услуг должен быть сформирован такой механизм принятия решений, который позволит в максимальной степени учесть интересы граждан определенного административно-территориального образования.

Общественный контроль должен осуществляться как в процессе деятельности законодательных органов федерального, регионального и муниципального уровней, так и на основе создания общественных (наблюдательных) советов в тех организациях рассматриваемой

структурной составляющей народного хозяйства, от деятельности которых в наибольшей степени зависят результаты социального развития административно-территориального образования. При этом формирование общественных советов требует изменений действующего законодательства, в котором должны быть четко отражены их функции в процессе решения текущих и перспективных проблем повышения эффективности функционирования субъектов хозяйствования общественно-го сектора сферы услуг.

Сущностное содержание *принципа своевременной реакции на изменения внешней среды* обусловлено необходимостью повышения адаптивности субъектов хозяйствования общественного сектора сферы услуг в период активного внедрения новых современных технологий. В рыночной экономике внешняя среда организационно-правовых структур изменяется со все возрастающей скоростью, что является следствием тех преобразований, которые происходят в обществе.

В современных экономических условиях в конкурентной среде функционируют сотни тысяч независимых субъектов хозяйствования, производящих разнообразную продукцию, востребованную на отечественном и мировом рынках товаров и услуг, отношения между которыми подвержены постоянным изменениям. Кроме того, существенное влияние на результаты хозяйственной деятельности предприятий оказывает научно-технический прогресс, приводящий к появлению новых технологий, использование которых способствует существенному росту конкурентоспособности предприятий-новаторов. Следовательно, для сохранения высокого уровня конкурентоспособности предприятия сферы услуг должны постоянно реагировать на изменения во внешней среде, реализуя комплекс целенаправленных мер в сферах производства, маркетинга, логистики, организации и управления, внедряя перспективные технологии.

Список литературы

1. Пономаренко Е. В., Исаев В. А. Экономика общественного сектора (основы теории эффективного государства). М.: ИНФРА-М, 2009.
2. Ахинов Г. А., Мысляева И. Н. Экономика общественного сектора. М.: Инфра-М, 2011.
3. Доманин А. Б. Повышение эффективности предприятия: Нормативная модель // Человек и труд. № 12. 2009.
4. Васильева М. В. Оценка эффективности использования государственных средств. URL: http://www.cfin.ru/management/controlling/productivity_of_public_funds.shtml (дата обращения: 21.04.2014).

ИНФОРМАЦИОННАЯ СУЩНОСТЬ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

INFORMATION ESSENCE OF MANAGERIAL DECISIONS

УДК 338.24:002



ЕВМЕНОВА Надежда Игоревна

заведующая кафедрой экономики кино и телевидения Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, доктор экономических наук, профессор, nadezhda_g2003@mail.ru

YEVMENOVA Nadezhda Igorevna

Head of the Department of Film and Television Economics, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Doctor of Economic Sciences, Professor, nadezhda_g2003@mail.ru



РУСУ Юлия Ивановна

аспирантка негосударственного частного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Национальный открытый институт России», Санкт-Петербург, rysy@yandex.ru

RUSU Yulia Ivanovna

Post-graduate student of the National Open Institute of Russia, Private Educational Institution of Higher Professional Education, Saint-Petersburg, rysy@yandex.ru

Аннотация.

В статье рассматривается информационная сущность управленческих решений, которая отражает сложность механизма их разработки в интересах обеспечения эффективного функционирования организации. Информационные аспекты являются основой процесса выработки и принятия управленческих решений, а также важнейшим видом информационного ресурса в процессе управления различными видами деятельности организации: кадровой, финансовой, экономической, технологической, маркетинговой.

Ключевые слова: информационная сущность, управленческое решение, механизмы выбора информации, способы хранения и обработки информации.

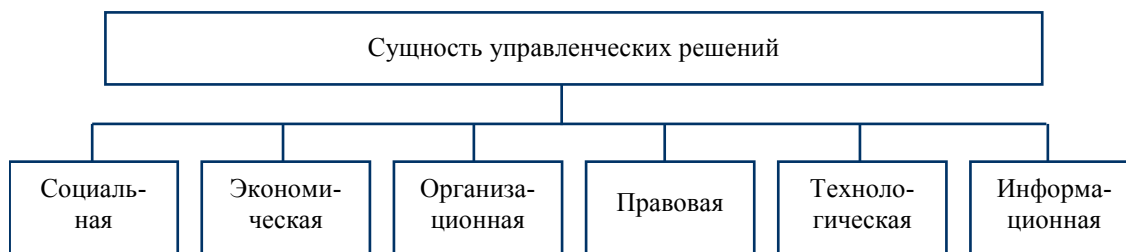
Annotation.

The article deals with the information essence of managerial decisions, which reflects complexity of the mechanism for their developing with the aim of providing effective functioning of the organization. Information aspects are a basis for the process of development and administrative decision making as well as the most important type of information resource in the process of managing various activities of the organization: personnel, financial, economic, technological, marketing.

Key words: information essence, managerial decision, mechanisms for information selection for decision making, ways of storing and processing information.

Сущность управленческих решений отражает всю сложность механизма организации их разработки и выполнения и может быть описана с

нескольких позиций (рисунок): социальной, организационной, экономической, правовой, технологической и, наконец, информационной [1].



Рисунок

Сущность управленческих решений

Социальная сущность управленческого решения заложена в механизме управления работниками организации, который включает рычаги воздействия на людей для согласования их деятельности в коллективе. К этим рычагам относятся меры мотивации и вознаграждения, включающие: потребности и интересы человека, мотивы и стимулы, установки и ценности, опасения и тревоги. Социальная сущность решения проявляется, прежде всего, в его целях, которые имеют разнообразные социальные составляющие, направленные на удовлетворение сотрудников организации.

Экономическая сущность управленческого решения проявляется в том, что на его разработку и реализацию требуются финансовые, материальные и информационные ресурсы. Поэтому каждое управленческое решение имеет реальную стоимость. Ошибочное решение или решение, неправильно понятое подчиненными, приводит к потерям.

Организационная сущность управленческого решения состоит в том, что к этой работе привлекаются специально подготовленные сотрудники организации, которые осуществляют процесс ее управления. Для эффективной работы необходимо сформировать работоспособный коллектив, разработать положения и инструкции, делегировать полномочия и права, обязанности и ответственность пер-

сона за результаты своей деятельности, ввести систему контроля, выделить необходимые ресурсы, в том числе информационные, обеспечить исполнителей необходимой техникой и технологией, постоянно координировать их работу.

Правовая сущность управленческого решения состоит в точном соблюдении законодательных актов РФ и ее международных обязательств, уставных и других положений самой организации. Пренебрежение законодательными-правовыми актами может привести к отмене решения, повышению ответственности за его разработку и реализацию. За незаконно реализованное решение может быть наложен штраф или возбуждено уголовное преследование кого-либо из инициаторов управленческого решения. Неосведомленность в законодательстве не освобождает нарушителя от ответственности, поэтому во многих организациях управляющее решение в необходимых случаях проходит правовую экспертизу.

Технологическая сущность управленческого решения проявляется в возможности обеспечения персонала необходимыми техническими, информационными средствами и ресурсами для разработки и реализации управляющих решений. Информационная сущность управленческого решения собственно и является предметом дальнейшего рассмотрения. Информация – это один из ос-

новых видов ресурсов, используемых человеком в трудовой, профессиональной и иных видах деятельности. Информация является важнейшим объектом преобразования в системах управления, но сформулировать точное определение этого понятия чрезвычайно сложно, поскольку она может быть представлена в самых различных формах: цифровых, электрических и гравитационных полей; световых, радио- и звуковых волн; генетических и социальных связей и т. д.

Рассмотрение информационной сущности и ее влияния на характер управленческого труда основано на анализе содержания информации, базирующегося на том, что мы живем в материальном мире и все, что нас окружает, находится в состоянии непрерывного движения, которое сопровождается обменом энергией и ее переходом из одной формы в другую. Носителем информации может быть лишь динамический, изменяющийся во времени или пространстве объект.

Все виды энергообмена сопровождаются появлением сигналов. При взаимодействии сигналов с физическими телами в этих телах возникают определенные изменения свойств – это явление и называется регистрацией сигналов. Такие изменения можно наблюдать, измерять или фиксировать другими способами. При этом возникают другие сигналы, т. е. образуются данные.

В широком смысле информацию можно определить как совокупность знаний о фактических данных и зависимостях между ними [2]. Данные, рассматриваемые как признаки или записанные наблюдения, используемые для уменьшения неопределенности в чем-либо, превращаются в информацию.

Данные – это зарегистрированные сигналы, имеющие в своей основе материальную энергетическую природу. Данные несут в себе информацию о событиях, происходящих в материальном мире, поскольку они являются регистрацией сигналов, возникших в результате этих событий. Однако данные не тождественны информации и станут ли ею – зависит от многих обстоятельств.

Для успешного извлечения информации из данных обязательным условием является на-

личие или успешный подбор метода восприятия данных. Например, прослушивая передачу радиостанции на незнакомом языке, мы получаем данные, но не получаем информации, поскольку не владем методом преобразования данных в известные нам понятия. Поэтому информация – это продукт взаимодействия данных и адекватных им методов, так как она существует только в момент взаимодействия данных и методов.

Одни и те же данные информации могут быть представлены для анализа в зависимости от источников поступления, степени адекватности и достоверности, а также применяемых методов их анализа. Но сами данные являются объективными, поскольку они – результат регистрации реально существовавших сигналов, вызванных изменениями в материальных полях или телах. В то же время методы, составленные и подготовленные людьми (субъектами), являются субъективными. Таким образом, информация возникает и существует в момент диалектического взаимодействия объективных данных и субъективных методов, т. е. в момент протекания информационного процесса. Все остальное время информация пребывает в состоянии данных.

Следует отметить, что данные – диалектическая составная часть информации, представляющая собой зарегистрированные сигналы. При этом физический метод регистрации может быть любым. В соответствии с методом регистрации данные могут храниться и транспортироваться на носителях различного вида.

Самым распространенным, хотя и не самым экономичным, носителем данных является бумага. На ней данные регистрируются путем изменения оптических характеристик ее поверхности. Регистрация данных путем изменения химического состава поверхностей веществ, используемых как носители, широко применяется в фотографии. На биохимическом уровне происходит накопление и передача данных в живой природе.

Свойства информации тесно связаны со свойствами носителей данных, от которых нередко зависят такие свойства информации, как полнота, доступность и достоверность.

Преобразование данных с целью смены носителя относится к одной из важнейших задач науки информатики. В структуре стоимости вычислительных систем устройства для ввода и вывода данных, работающих с носителями информации, составляют до половины стоимости аппаратных средств.

В ходе информационного процесса данные преобразуются из одного вида в другой с помощью методов и множества различных операций [3]. По мере развития научно-технического и технико-технологического прогресса, общего усложнения информационных связей в человеческом обществе трудозатраты на обработку данных неуклонно возрастают. Прежде всего, это связано с постоянным усложнением условий управления производством и обществом. Общее увеличение объемов обрабатываемых данных также связано с быстрыми темпами появления и внедрения новых носителей данных, средств их хранения и доставки.

В структуре возможных операций с информационными данными, поступающими в организацию, можно выделить следующие [3]:

- сбор данных – накопление информации с целью обеспечения достаточной полноты для принятия решений;
- формализация данных – приведение данных, поступающих из разных источников, к единой форме, чтобы сделать их доступными и сопоставимыми между собой;
- фильтрация данных – отделение данных, в которых нет необходимости для принятия решения, от полезных сигналов; при этом достоверность и адекватность данных должна возрастать, а уровень «информационного шума» – снижаться;
- сортировка данных – упорядочение объема и содержания данных по заданному признаку с целью удобства использования и повышения доступности данных;
- архивация данных – организация хранения данных в удобной и экономичной форме, повышающей общую надежность информационного процесса в целом;
- защита данных – комплекс организационных и технических мероприятий, на-

правленных на предотвращение утраты, несанкционированного воспроизведения или искажения данных;

- транспортировка данных – прием и передача данных (обмен данными) между удаленными участниками информационного процесса; при этом источник данных в информатике принято называть сервером, а потребителя – клиентом;
- преобразование данных – перевод данных из одной формы в другую или из одной структуры в другую, часто связанный с изменением типа носителя или транспортировкой данных; например, для транспортировки цифровых потоков данных по каналам телефонных сетей необходимо преобразование цифровых данных в некое подобие звуковых сигналов, осуществляемое специальными устройствами – телефонными модемами.

Приведенный здесь список типовых операций с данными далеко не исчерпывает весь их перечень, необходимый для управления социальными, экономическими, научными, культурными и промышленными производственными и непроизводственными процессами. Но это нам и не нужно. Здесь важны следующие выводы:

- работа с информацией может иметь огромную трудоемкость;
- средства вычислительной техники обладают способностью обрабатывать данные автоматически, без участия человека, с применением тех или иных методов;
- операции с данными в информационном процессе управления необходимо автоматизировать на основе применения новых компьютерных технологий их выполнения.

Развитие экономической, технической и социальной сфер вызывает необходимость ускорения информационных процессов и соответственно компьютеризации управления на основе внедрения новых информационных технологий обеспечения принятия и выработки управленческих решений. Современные информационные технологии оказывают существенное влияние на процесс выработки и реализации управленческих решений:

- основным предметом и продуктом управленческого труда становится информация;

- внедрение информационных систем освобождает часть рабочего времени руководителя для более качественной проработки управленческих решений и методов их реализации;

- возрастает комфортность и эффективность управленческого труда в результате получения качественной информации и работы с программно-математическим обеспечением, имитирующим интеллектуальную деятельность специалиста;

- руководитель имеет возможность выбирать из набора альтернативных решений, по его мнению, лучшее;

- возрастает эффективность принятого решения, поскольку управленческая информация многократно увеличивает свою стоимость, материализуясь в материально-вещественных элементах деятельности организации;

- изменяется направленность выполнения функций руководителя в сторону непосредственного процесса управления за счет эффективного использования компьютерных технологий, обеспечивающих вес удельных затрат времени на работу в качестве специалиста;

- существенно уменьшаются потери времени из-за недостаточного внедрения современных технологий, и все более прочные позиции занимает кабинетный стиль работы.

Обычно специалисты среднего и высшего звеньев управления испытывают потребность в информации (или квалифицированной помощи экспертов управления) по следующим направлениям:

- краткие сведения о базовых концепциях управленческой деятельности организаций с учетом зарубежного и отечественного опыта;

- набор типовых шаблонов эффективно-го управления;

- описание сведений о современных информационных системах документооборота и делопроизводства;

- справочные данные по основным вопросам практической деятельности;

- конкретный материал по практической педагогике для работы с персоналом;

- ключевые сведения о маркетинге (в широком смысле) и рекламе;

- краткие сведения о технологии реформирования и реструктуризации организации;

- материал о здоровом образе жизни (приемы снятия стресса, питание, уроки физкультуры, планирование рабочего дня, приемы адекватного поведения на презентациях и других мероприятиях).

Рассмотрим более подробно некоторые из приведенных направлений информационной поддержки.

1. К базовым концепциям управленческой деятельности, которые необходимо знать руководителю, относятся:

- организационные составляющие деятельности предприятия (формальное и неформальное поведение в организации и вне ее; исторические и национальные традиции; ролевой диапазон человека; корпоративная культура; особенности организационного поведения при создании предприятия, в нормальном режиме функционирования и в кризисных ситуациях);

- особенности принятия управленческих решений (особенности разработки в технической, биологической и социальной сферах; формы разработки и реализации; управленческие технологии выработки; организационные методы реализации; качество и эффективность);

- аудит (контроль по стандартам) управленческой деятельности (контроллинг в организации; стандарты на элементы системы управления; интеграционные показатели деятельности организации для контроля руководителем; организация внутреннего аудита; организационный контроль: бланки учета, методика контроля, цели и задачи, функции, коммуникации, процесс и технологии, информационное обеспечение);

- организационный аудит механизма управления (структуры, профессионализм персонала, оргтехника, сети связи, системы документооборота);

- законы, принципы и типовая практика управления (законы синергии, самосохране-

ния, единства анализа и синтеза, композиции и пропорциональности, информированности – компетентности, развития, принципы управления);

- методы и технологии управления персоналом (построения системы управления персоналом организации, документационного обеспечения кадровой работы, управления деловой карьерой, обучения, срабатывания (слаживания) и продвижения персонала и т. д.).

2. Необходимость в наборе типовых шаблонов эффективного управления вызывается развитием организаций и усложнением управленческой деятельности. По этим шаблонам (приемам, правилам, стандартам) проще и дешевле управлять организацией, регламентировать выполнение функций управления по содержанию и времени, добиваться наилучших управленческих технологий, уменьшать дублирование, непроизводительные затраты, согласовывать цели, методы и средства их достижения, формировать критерии для оценки деятельности аппарата управления, контролировать подчиненных и выдвигать их на более ответственную работу.

Шаблоны приводят к унификации, а затем и к стандартизации. Стандарты не сковывают руководителя, поскольку существуют большие возможности их изменения, отмены или введения новых. Существование стандартов имеет смысл при наличии форм отчетности о реальной подконтрольной деятельности и технологии проверки выполнения стандартов (аудит).

3. Упрощенная система отслеживания ключевых параметров деятельности организации необходима в связи с ограниченностью времени на фактическое управление организацией ее руководителем. Для этого руководителю должен выдаваться определенный набор информации, адекватно отражающей положение дел в организации, и набор возможных действий по устранению отрицательных явлений.

Таким образом, информационная система предприятия может предусматривать различные варианты выдачи результатов оценки параметров деятельности организации ее руководителю.

Полнота и качество оценки данных информационных параметров обеспечивают эффективность принятия управленческих решений руководителем предприятия.

Список литературы

1. Балдин К. В., Уткин В. Б. и др. Управленческие решения: Учебник. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашко и К», 2012.
2. Фатхудинов Р. А. Управленческие решения: Учебник. М.: Инфра-М, 2009.
3. Лапыгин Ю. Н. Управленческие решения: Учебное пособие. М.: Эксмо, 2009.
4. Пирогова Е. В. Управленческие решения: Учебное пособие. Ульяновск: УлГТУ, 2010.
5. Бужинский В. А. Методы принятия управления решений: Учебное пособие. М.: МИЭП, 2012.

МОДЕЛИРОВАНИЕ ОТНОШЕНИЙ ОБМЕНА ПРИ СОГЛАСОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ СУБЪЕКТОВ РЫНКА

MODELLING EXCHANGE RELATIONS IN COORDINATION WITH ECONOMIC INTERESTS OF MARKET ENTERPRISES

УДК 330.4 : 339.13



СКОБЕЛЕВ Владимир Леонидович

доцент кафедры экономики кино и телевидения Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент, vskobelev0804@gmail.com

SKOBELEV Vladimir Leonidovich

Associate Professor, Department of Film and Television Economics, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, vskobelev0804@gmail.com

Аннотация.

В статье представлены результаты моделирования экономических отношений обмена через описание системы целеполагаемых и ценностнополагаемых критериальных условий взаимодействия экономических субъектов на отраслевом (межотраслевом) товарном рынке с позиции согласования частных экономических интересов и коллективного (социально-институционального) интереса.

Ключевые слова: экономико-математическое моделирование, экономические отношения обмена, экономические интересы субъектов рынка.

Abstract.

The article presents the results of modelling economic exchange relations through a description of some goal-directed and value-directed system of criterial conditions of economic enterprises interactions on the sectoral (intersectoral) product market in coordination with private economic interests and collective (social and institutional) interest.

Key words: economic and mathematical modelling, economic exchange relations, economic interests of market enterprises.

В статье продолжено изложение результатов актуального авторского исследования теории согласования социально-экономических интересов субъектов рынка, опубликованных в предыдущих номерах журнала.

Статья посвящена моделированию рыночных обменных процессов в системе согласованных интересов их участников.

Началу разработки экономико-математической модели предшествуют идентификация

разрабатываемой модели и сравнение предлагаемой модели с известными моделями-аналогами (теориями), имеющими схожее назначение, с выявлением их непротиворечивости и принципиальных отличий. Это позволяет обосновать преимущество методологии и научную новизну предлагаемой модели.

Модели схожего назначения были исследованы в следующих теориях: «оптимального потребительского поведения» и «оптимальных производственных решений», «общего рыночного конкурентного равновесия», «общественного благосостояния и общественного выбора», «справедливости», «ценообразования» на рынках с различной структурой, «теории монопольной конкуренции», «теории игр и экономического поведения», в том числе олигополистического поведения, а также в «новой институциональной экономической теории».

Объектом моделирования отношений обмена является социально-экономическая подсистема предприятия (фирмы или объединения группы компаний) в системе отраслевого или межотраслевого (вертикально интегрированного) рынка.

В качестве исходных были использованы три известных типа микроэкономических моделей:

1. *Оптимизационная модель* – для определения оптимального поведения субъектов, участвующих в деятельности и отношениях обмена на отраслевом рынке, с учетом целеполагаемых критериев.

2. *Равновесная модель* – для анализа и определения рыночных экономических взаимодействий субъектов отраслевого рынка и их поведения с учетом согласования частных экономических интересов.

3. *Институциональная модель* – для обоснования ценностнополагаемого критерия справедливости экономических отношений как принципа согласованности частного экономического и коллективного (социально-институционального) интересов субъектов отраслевого рынка, а также для развития оптимизационной модели поведения (взаимодействий) субъектов рынка с учетом человеческого фактора, вносящего риски неопределенности в функционирование экономической системы.

Оптимизационная модель имеет простую структуру, соответствующую процессному подходу к обмену.

А. Два вертикально взаимодействующих субъекта, представляющих подсистему и систему (внутреннюю и внешнюю взаимодействующие стороны) в процессах производства и обмена, вступают в вертикальные рыночные взаимодействия и отношения управления, а также в горизонтальные отношения конкуренции, стремятся к согласованию своих частных (групповых) экономических и коллективного (социально-институционального) интересов.

В общем смысле, к субъектам двусторонних вертикальных экономических взаимодействий относятся: во внешней среде – лицо, принимающее решения от имени системы и устанавливающее «правила игры» для подсистемы; во внутренней среде – лицо, принимающее решения о подчинении и исполнении этих «правил» от имени подсистемы или отказе от них, оказываясь в этом случае вне системы.

До построения модели обменных процессов следует ответить на вопрос – относятся ли индивиды (конечные потребители), являющиеся работниками компаний (групп компаний) и членами семей работников, к субъектам отношений обмена? В неоклассической микроэкономике они классифицируются как независимые домохозяйства и считаются активной стороной отношений обмена, иницирующей и формирующей институты рынка.

По обоснованному убеждению автора, они не являются агентами отношений обмена, а представляют собой внутреннюю сторону отношений распределения. В реальной структуре отраслевого (межотраслевого) рынка количество собственников (людей или групп людей), в исключительном распоряжении которых оказались активы предприятий, крайне ограничено, и реальный рынок является по факту двухуровневой социально-экономической системой с вертикальными управленческими отношениями. Собственники компаний, вступающие в отношения свободного товарного обмена, находятся на верхнем

уровне. На нижнем уровне находятся исполнители (работники), которые участвуют исключительно в отношениях распределения, основанных на механизме оплаты труда работников в денежной форме с последующими покупками товаров личного потребления. То есть на нижнем рыночном уровне функционирует распределительная система, организованная собственником, который распределяет между подчиненным ему персоналом часть продукции, полученной в результате рыночного обмена. При этом свободного обмена труда работников в форме денежного эквивалента на нужные им товары не существует, потому что у работников нет возможности удовлетворить свои потребности вне этого отраслевого (межотраслевого) бизнес-процесса, включающего и социальную инфраструктуру предприятий, контролируемую собственниками, тем более, если этот бизнес-процесс реализуется в вертикально интегрированном межотраслевом комплексе. То есть работник, получая оплату труда у одного собственника-капиталиста, покупает нужные ему продукты у других собственников-капиталистов, которые интегрированы в одном общем бизнес-процессе в финансово-промышленную группу на межотраслевом рынке. При этом разные, но интегрированные отрасли хозяйства принадлежат одним и тем же собственникам [1]. Исключение составляют творческие работники, капитализировавшие затраты своего креативного труда в форме интеллектуальной собственности (прав на ее использование), которая участвует как товар в рыночных отношениях обмена.

На современных отраслевых (межотраслевых) мировых рынках имеет место колоссальная концентрация собственности в руках немногочисленной группы компаний. Они владеют почти всеми мировыми активами, что уже стало серьезной проблемой, обсуждаемой на самом высоком уровне, например, на Всемирном экономическом форуме в Давосе-2014. В докладе, распространенном перед началом форума, отмечалось, что 85 самых богатых людей мира контролируют столько же денежных средств, сколько имеют 3,5 млрд

самых бедных граждан, и 95% мирового населения живет в режиме жесткой экономии. Международный валютный фонд наконец-то «проснулся» и, ссылаясь на предупреждение Нобелевского лауреата Дж. Стиглица о неравенстве в распределении ВВП, отметил, что несправедливые отношения распределения замедляют темпы экономического роста, создавая условия для нестабильности в обществе [2].

Б. Два объекта обмена:

1. Деньги (платежное средство) у потребителя, под которыми понимаются так называемые «внешние деньги» – наличные или безналичные деньги, поступающие на товарный рынок от внешнего агента, служащие посредником обмена и средством сохранения стоимости (денежных остатков субъекта).

2. Ресурс, товар, услуга или иное благо у производителя.

В. Входная достоверная и достаточно полная информация, представленная описанием субъектов и оценкой экономического потенциала объектов обмена, а также исходными институциональными условиями (правилами игры) системы.

Равновесная модель представлена:

А. В виде частичного (на одном отраслевом рынке) равновесия.

Б. В виде равновесия на вертикально интегрированном межотраслевом рынке с вертикально интегрированным межотраслевым бизнес-процессом в цепочке производства многопередельного продукта, где нижерасположенный передел и рынок являются подсистемой, а вышерасположенный – системой.

Равновесная модель также имеет простую двухуровневую структуру процессов обмена. В исходной (упрощенной) модели не учитываются отношения конкуренции, которые при необходимости могут быть введены через специальные поправки или специальные функции спроса и предложения. В качестве исходных приняты условия абстрактной модели рынка совершенной конкуренции, при которой взаимодействия компаний не могут самокоординироваться, но могут регулироваться государством через институциональный меха-

низм с целью согласования частных экономических интересов с коллективным интересом.

Входная информация в модели равновесия представлена актуальными и достоверными функциями рыночных цен предложения и спроса на начало делового (рыночного) оборота, которые соответствуют оптимуму производителя и потребителя в краткосрочном периоде. Предполагается, что входные функции частичного рыночного спроса и предложения учитывают реакцию на общее конкурентное экономическое равновесие, т. е. определены в соответствии с принципами моделей Вальраса и Эджуорта, а также удовлетворяют принципам Парето-оптимальности.

Между предлагаемой моделью обменных процессов в системе согласованных интересов и вышеперечисленными микроэкономическими моделями не существует противоречий. Но использование этих моделей для анализа вертикальных взаимодействий субъектов обмена ограничено согласованием только частных экономических интересов через ценовой механизм по критерию максимизации полезности, который не учитывает влияния институционального механизма на согласование интересов субъектов подсистемы и системы.

Институциональная модель экономических отношений субъектов рынка также имеет двухуровневую систему, представленную внутренней и внешней сторонами их формальных и неформальных взаимодействий, например, продавца и покупателя. Институциональная модель экономики в отличие от равновесной и оптимизационной (рациональной) моделей поведения абстрактного «экономического человека» является более реалистичной, так как учитывает человеческий фактор через введение трех дополнительных ограничений:

а) ограниченности рационального выбора, связанной с неопределенностью будущего;

б) влияния оппортунистического поведения человека, обусловленного эгоистическим поведением в личных интересах, с одной стороны, и альтруистическим поведением в интересах общества (иных людей), с другой стороны;

в) воздействием риска достоинства личности, которого человек стремится избежать, придерживаясь таких иррациональных принципов поведения, как «не бойся, не надейся, не проси».

Введение этих ограничений в модель отношений обмена как следствие отказа неoinституционализма от абстрактной модели «экономического человека» обусловлено институциональной структурой социально-экономической системы и доказанным влиянием институциональных факторов на ВВП. То есть неoinституциональная модель макро- и микроэкономики стала рассматривать ВВП как функцию от системы факторов экономических и институциональных. Платформой социально-институциональной экономической системы является механизм принуждения соблюдать правила игры как добровольно принимаемого обществом «насилия», называемого социально-экономической политикой, в виде формальных и неформальных институтов, которые должны находиться в гармонии. При этом важно понимать, что институциональные факторы уже эволюционно встроены в экономические факторы. Это значит, что они непосредственно регулируют экономические отношения: отношения распределения через правила личных свобод; отношения обмена через правила конкуренции; отношения собственности через правила частной и общественной собственности. Поэтому с целью согласования частных и коллективного интересов субъектов рынка институциональные факторы выполняют функции управления (планирования и координации).

Микроэкономическими теориями не предусмотрено понятие «коллективный интерес» хозяйствующих субъектов, а используется термин «общественный (коллективный) выбор», осуществляемый на основе критерия Парето-эффективного распределения благ между субъектами системы, который трактуется как критерий «справедливости» [3]. Утверждается, что этот критерий соответствует принципу демократического выбора при регулировании рынка со стороны государства по принципу «большинство «за». Но это не соответствует реальности, так как принцип

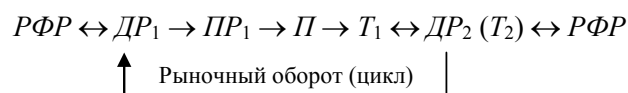
«большинства» не гарантирует согласованности интересов. При формировании экономической стратегии согласование интересов граждан может быть достигнуто только при условии исполнения государством роли «справедливого диктатора» [1]. Еще один принципиальный недостаток «коллективного выбора» [4] учитывается в функции общественного благосостояния и соответственно в оценке общего равновесия, в то время как проблема формирования единой для всего общества функции полезности (функции справедливого выбора) из множества индивидуальных полезностей (справедливостей) не была решена. Даже Д. Ролз [3], представивший справедливые экономические отношения как компромисс между максимизацией производства благ при получении максимальной полезности и распределением этих удовольствий равным образом между субъектами экономических отношений, не учел принцип согласования экономических интересов. Он свел идею социальной справедливости к выбору между степенью равенства и уровнем благосостояния по принципу – чем больше одного, тем меньше другого.

Предлагаемая автором модель имеет общие цели и назначение с теорией игр и выбора оптимального поведения (оптимальных стратегий) игроков, а также с вытекающей из нее моделью олигополистической конкуренции. Но есть одно принципиальное отличие: правила игры не являются данностью, они представлены переменными институциональными факторами, отражающими качество и справедливость этих правил, гарантом соблюдения которых становится государство. Такой подход автора согласуется с концепцией Ф. Найта [5], для которого было важно, чтобы игра как стремление людей идти на риск в условиях неопределенности продолжалась по справедливым правилам, отвечающим интересам игроков. В модели обменных процессов фактор неопределенности должен учитываться как в виде неизвестного параметра, так и в виде критерия минимизации риска не достижения ценностнополагаемого критерия справедливости при функционировании экономической системы фирмы на отрасле-

вом рынке. Таким образом, справедливые правила, обеспечивающие согласованность экономических интересов субъектов рынка и минимизацию рисков неопределенности человеческого фактора при условии действия механизма принуждения к их соблюдению, и есть ценностнополагаемый критерий разрабатываемой модели оптимальных отношений обмена.

Предлагаемая модель обменных процессов и известные микроэкономическими модели дополняют друг друга, оставляя возможность их объединения. В основе возможного синтеза лежит дополнение критерия максимизации полезности как частного экономического интереса критерием оптимальности обменного процесса в целом через согласование частных и коллективных экономических интересов вертикально взаимодействующих субъектов рынка в каждом рыночном обороте (цикле) «деньги-товар-деньги».

Рыночный оборот в обменном процессе иллюстрируется известной схемой трансформации потоков ресурсов:



Здесь $ДР_1$ – денежные ресурсы производителя; $ПР_1$ – производственные ресурсы производителя; $П$ – производство (процессор трансформации факторов производства в товар); T_1 – товар производителя, предназначенный для обмена на денежные средства потребителя; $ДР_2 (T_2)$ – денежные ресурсы потребителя (деньги как товар потребителя, предназначенный для обмена); $RФР$ – рынок финансовых ресурсов.

Ценовой механизм обменного процесса «деньги-товар-деньги» предлагается моделировать с учетом функций не только рыночных, но и «эквивалентных» цен спроса и предложения товара x и денег y .

«Эквивалентная» цена спроса и предложения – понятие, предложенное автором для моделирования, представляет собой уровень цены при условии проведения «эквивалентного обмена». Под «эквивалентным обменом»

понимается такой его итоговый результат, при котором субъект, заплатив деньги и получив товар (продав товар и получив деньги), ничего не выигрывает и ничего не проигрывает. То есть излишки у потребителя и продавца (избыточный спрос и на товар, и на деньги) равны нулю. Ситуация «эквивалентного обмена» теоретически представлена в модели абстрактного рынка «совершенной» конкуренции. Она соответствует такому его равновесному состоянию, при котором ни продавца, ни покупателя не смогли реализовать свои частные интересы, но реализовались их общественные (коллективные) интересы, выражаемые государством. В отличие от абстрактной рыночной модели, в реальной экономике наблюдается только неэквивалентный обмен. Он характеризуется такими отношениями распределения, при которых отдельные эффективные субъекты рынка получают прибыль за счет того, что другие субъекты терпят убытки, но в средней ситуации (для среднерыночной стоимости «редуцированного труда») по народному хозяйству или отрасли в целом сумма прибыльных и убыточных отклонений у субъектов рынка всегда равна нулю. Например, подобная модель действует на рынке продукции горнодобывающих предприятий, находящихся в разных природно-климатических и горногеологических условиях, она описывает реальный механизм природной (горной) ренты и ценообразования. При «эквивалентном обмене» минимизируются экономические риски, теоретически приближаясь к нулю.

Рассмотрим, как формируется уровень рыночной цены спроса и предложения с учетом частных экономических интересов продавца и покупателя.

Цена предложения производителя (producer) формируется двояко, а именно:

А. Для продавца, предлагающего товар в обмен на деньги, фактическая цена P_{sf}^p состоит из «эквивалентной» цены предложения P_{msf}^p и приростного рыночного эффекта – дополнительной прибыли (излишков) производителя-продавца товара $\Delta \mathcal{E}_{sf}^p$. Исходя из его интересов «эквивалентная» цена предложения характеризуется максимально возможными приростны-

ми затратами производства и продажи товара при «эквивалентном обмене» на деньги. То есть рыночная цена предложения в этом случае соответствует предельной полезности приростных затрат производственных ресурсов, использованных для изготовления товара.

Б. Для продавца, спрашивающего деньги в обмен на товар, цена формируется в виде равновесной рыночной цены спроса денег P_{es}^p . Она состоит из суммы «эквивалентной» цены денег P_{ms}^p , которая соответствует предельной их полезности с учетом интересов продавца, направляющего деньги на приобретение производственных ресурсов, и максимально возможного приростного эффекта – прироста прибыли (излишков) продавца $\Delta \mathcal{E}_s^p$. В этом случае равновесная цена денег, спрашиваемых продавцом на потребительском рынке в обмен на товар, должна соответствовать предельной полезности товара у потребителя.

Формирование рыночной цены спроса потребителя (consumer) также двойственно, а именно:

А. Для покупателя, спрашивающего товар в обмен на деньги, цена формируется в виде фактической рыночной цены спроса P_{df}^c как сумма «эквивалентной» цены спроса на товар P_{mdf}^c при «эквивалентном обмене» с учетом интересов потребителя и приростного рыночного эффекта – дополнительной прибыли (излишков) потребителя $\Delta \mathcal{E}_{df}^c$ с учетом его платежеспособности.

Фактическая (текущая) рыночная цена спроса соответствует приростной полезности товара.

Б. Для покупателя, предлагающего деньги в обмен на товар, цена формируется в виде рыночной цены предложения денег $P_s^c \rightarrow P_d^c$ как сумма максимально возможной равновесной цены денег, стремящейся к равновесной рыночной цене спроса товара $P_{es}^c \rightarrow P_{ed}^c$ с учетом интересов потребителя при «эквивалентном обмене» денег на товар, и предельного эффекта – дополнительной прибыли (излишков) потребителя $\Delta \mathcal{E}_d^c$.

Максимально возможная рыночная цена предложения потребителем денег продавцу товара должна соответствовать цене спроса на товар.

Таким образом, логика установления цены, выраженная записью условия равновесного состояния с использованием «эквивалентных» цен спроса и предложения, отличается от общепринятого в микроэкономике равенства рыночных цен спроса и предложения, а именно:

1. Функцией цен, формирующихся в процессе обмена:

1.1. На рынке продавца-производителя: $P_{sf}^p(q_x) = P_{msf}^p(q_x) + \Delta \mathcal{E}_{sf}^p(q_x)$ – фактическая рыночная цена предложения товара x в обмен на деньги y ; $P_{es}^p(q_y) = P_{ms}^p(q_y) + \Delta \mathcal{E}_s^p(q_y)$ – максимально возможная рыночная цена спроса денег y в обмен на товар x .

Здесь «эквивалентные» цены предложения товара и спроса денег продавцом являются равными при любом значении q .

1.2. На рынке покупателя-потребителя: $P_{df}^c(q_x) = P_{mdf}^c(q_x) + \Delta \mathcal{E}_{df}^c(q_x)$ – фактическая рыночная цена спроса товара x в обмен на деньги y ; $P_d^c(q_y) = P_{ed}^c(q_y) + \Delta \mathcal{E}_d^c(q_y)$ – максимально возможная цена предложения денег y в обмен на товар x .

Здесь рыночные цены спроса товара и предложения денег покупателем являются равными.

2. Условием равновесия, выраженным через критерий эффективности (результативности) обмена в следующем виде:

а) на рынке продавца:

$$\frac{P_{sf}^p(q_x)}{P_{msf}^p(q_x)} / \frac{P_{es}^p(q_y)}{P_{ms}^p(q_y)} \rightarrow 1;$$

б) на рынке покупателя

$$\frac{P_d^c(q_y)}{P_{ed}^c(q_y)} / \frac{P_{df}^c(q_x)}{P_{mdf}^c(q_x)} \rightarrow 1;$$

в) на товарном рынке

$$\frac{P_d^c(q_y)}{P_{ed}^c(q_y)} / \frac{P_{df}^c(q_x)}{P_{mdf}^c(q_x)} \times \frac{P_{df}^c(q_x)}{P_{mdf}^c(q_x)} / \frac{P_d^c(q_y)}{P_{ed}^c(q_y)} \rightarrow 1. \quad (1)$$

Двойственность формирования рыночных цен понимается микроэкономикой через принципы оптимального поведения потре-

бителя и производителя или распределения благ и ресурсов при общем равновесии, но в моделировании процессов товарно-денежного обмена частичное равновесие рассматривается отдельно у потребителя и производителя. Вместе эти «две стороны одной медали» не сводятся. Запись такого сводного (системного) критерия показана в виде формулы (1).

Выражение критерия частичного рыночного равновесия (1) полностью соответствует принципам Эджуорта и Парето, а именно: предельная норма замены одного товара другим в одном наборе равна отношению их цен. Здесь рассматривается модель набора из двух благ: объема товара x (в стоимостном выражении) и всех остальных товаров набора в виде денег y , в соответствии с оставшимся бюджетом потребителя. Если представить рыночные цены товара x и денег y как соответствующие им предельные полезности у производителя MU^c и потребителя MU^p , то есть $P_{sf}^p(q_x) = MU_{sf}^p(q_x)$; $P_{es}^p(q_y) = MU_{es}^p(q_y)$; $P_{df}^c(q_x) = MU_{df}^c(q_x)$; $P_d^c(q_y) = MU_d^c(q_y)$, а «эквивалентные» цены товара и денег как цены, которые задают бюджетное ограничение продавца и покупателя, то становится очевидным, что запись формулы (1) соответствует модели Дж. Хикса [6, Ч. 1], примененной для оценки излишков продавцов и покупателей на рынке

$$\frac{MU_{sf}^p(q_x)}{P_{msf}^p(q_x)} / \frac{MU_{es}^p(q_y)}{P_{ms}^p(q_y)} \times \frac{MU_{df}^c(q_x)}{P_{mdf}^c(q_x)} / \frac{MU_d^c(q_y)}{P_{ed}^c(q_y)} \rightarrow 1.$$

В нашей модели обмена «деньги-товар-деньги» условие рыночного равновесия предложения и спроса $Q_s(P(n)) = Q_d(P(n))$, где n – количество оборотов, соответствует знакому из количественной теории денег равенству $P \cdot Q_s(P(n)) = M \cdot V_d(P(n))$. Оно показывает равенство объемов предложения товара $P \cdot Q_s$ объему спрашиваемых денег $M \cdot V_d$ продавцом, а у потребителя товара – равенство предлагаемых денег спрашиваемому объему товара.

Разрабатываемая модель рыночного обмена «товар–деньги–товар» основывается также на теории потребительского поведения «Парето–Слущкого–Хикса» [6, Ч. 1, 2, 5, 9], в

дальнейшем усовершенствованной Д. Патинкиным в фундаментальном труде [7]. Его анализ исходит из функции спроса на благо, то есть из предложения денег в обмен на товар, в отличие от неоклассического (или кейнсианского) варианта анализа в денежной теории через функцию спроса на деньги (при обмене товара на деньги). Неоклассическая и кейнсианская теории «не смогли дать обратную трансформацию функции спроса на деньги в функцию спроса на товар» [7, с. 10]. В предлагаемой здесь модели используются обе функции спроса – на товар и на деньги.

Д. Патинкин показал, что функция объема избыточного спроса индивида на благо определяется ценой (пропорцией) обмена благ, реальной стоимостью первоначального запаса благ (доходом) и первоначальным количеством каждого блага. Положительная величина функции избыточного спроса толкает цены на благо вверх, а отрицательная – вниз [7]. Величина избыточного спроса при равновесной цене равна нулю. Отсюда функция стоимости избыточного спроса на благо – это функция излишков (эффекта) потребителей, где переменными являются цена товара и его первоначальный запас.

В модели, предлагаемой автором, объем спроса на товар есть сумма его первоначального запаса и избыточного спроса, или цена спроса есть сумма цены единицы товара из первоначального запаса и эффекта (излишка) потребителя. То же самое можно сказать относительно функции избыточного предложения товара. Значит, если существует функция избыточного спроса на товар, то существует и функция избыточного спроса на деньги в виде разницы между величиной спроса на деньги и величиной первоначального запаса денег вследствие того, что индивид (группа индивидов) формулирует решения о рыночной сделке, исходя из бюджетных ограничений.

Отсюда следует, что избыточный спрос на деньги при данном наборе относительных цен, реальном доходе и реальных денежных остатках должен соответствовать совокупной стоимости избыточного предложения товара. Избыточный спрос на товар, включая риски, должен быть равен излишкам продавца, ко-

торые соответствуют избыточному спросу на деньги с учетом рисков, что и заложено в методологию модели отношений обмена.

Таким образом, между предлагаемой автором моделью и моделью потребительского поведения, а также моделью количественной теории денег нет противоречий. Предложенный критерий согласования частных и коллективного интересов не противоречит принципам микроэкономики, но дополняет их в части оптимизации вертикальных экономических взаимодействий субъектов рынка и согласования их интересов, что является принципиальной новизной научных исследований.

Следующим этапом моделирования является математическая формализация обменных процессов с применением нового подхода – объемного моделирования отношений обмена с учетом функций «эквивалентных» цен, представленного следующими действиями:

1. Идеализируем и упрощаем экономическую систему до абстрактной системы вертикальных взаимодействий двух субъектов (групп субъектов) со своими частными экономическими интересами на рынке:

- а) субъект со стороны предложения товара и спроса денег;
- б) субъект со стороны спроса товара и предложения денег.

2. После субъектного упрощения приводим модель к системе двух автономных обыкновенных дифференциальных уравнений [8], качественный анализ которых осуществляется не в плане «цена–объем», принятом в микроэкономике, а в трехмерном фазовом пространстве «цена–объем–обороты» или, по крайней мере, в фазовой плоскости «цена–обороты».

3. Идеализируем представление обменных процессов как процессов взаимодействия субъектов на рынке совершенной конкуренции.

4. Из автономной системы дифференциальных уравнений спроса и предложения получаем систему уравнений «эквивалентных» цен (интересов при «эквивалентном обмене») покупателя и продавца:

$$\begin{cases} P_{md} = f(P_d(q), P_s(q), R_s), \\ P_{ms} = f(P_s(q), P_d(q), R_d), \end{cases} \quad (2)$$

где P_{md} и P_{ms} – «эквивалентные» цены спроса и предложения на товар с учетом интересов потребителя и производителя; P_d и P_s – рыночные цены спроса и предложения на товар; q – объем спроса или предложения; R_s и R_d – коэффициенты совокупных рисков обменного процесса на рынке предложения и спроса.

Искомая система уравнений есть следствие дифференцирования функций общих затрат и выручки по объему товара q , так как $P_d(q)$ и $P_s(q)$, по сути, есть функции предельной выручки и предельных затрат. Учитывая, что объем q рассматривается как функция от числа оборотов n , характеризующих скорость процесса обмена во времени, можно сказать, что функции $P_d(q(n))$ и $P_s(q(n))$ есть результат также и дифференцирования по времени t . При этом текущее (историческое) время не отслеживается. Фиксируются только количество оборотов и временные интервалы, в течение которых происходит трансформация ресурсов в процессе обмена: а) первая трансформация – денег в производственные ресурсы и затем производственных ресурсов в товар за интервал (приростное время) – Δt_1 ; б) вторая трансформация – товара в денежные ресурсы за интервал (приростное время) – Δt_2 . Действие фактора времени является дискретным и проявляется в двух периодах анализа: а) в коротком периоде – в виде количества временных интервалов и фиксации постоянной ставки систематического риска использования денег при неизменных условиях внешней среды; б) в длительном периоде – в виде изменения величины систематического риска, изменения начальных исходных условий и соответственно несистематического риска неопределенности («неясности») при изменяющихся условиях внешней среды. То есть вместо традиционной оценки времени оцениваются события. Система дифференциальных уравнений без учета текущего времени как независимой переменной называется автономной (стационарной).

5. Кроме общепринятых критериев оптимизации (максимизации результативности и прибыли) в предлагаемой модели заложен критерий согласования экономических

интересов субъектов обмена и критерий устойчивости процессов обмена при функционировании и развитии предприятий-производителей как субъектов товарного рынка. Поэтому в используемом при моделировании математическом аппарате учитываются приемы исследования устойчивости, описываемые дифференциальными и конечно-разностными уравнениями, известными как прямой (или второй) метод А. М. Ляпунова [8; 9]. Он нашел широкое использование в экономике, например, в работах К. Эрроу и Ф. Хана [10], исследовавших модели самопроизвольного установления цен. Кроме этого, были использованы аналогии с упрощенной моделью делового цикла Кейнса [11].

6. Общий вид модели обменных процессов социально-экономической системы, состоящей из двух субъектов (сторон отношений) – производителя-продавца (внутренняя сторона) и потребителя-покупателя (внешняя сторона) и двух товаров (продукта и денег) для обмена, представлен в виде системы уравнений со связями ее показателей:

$$\left\{ \begin{array}{l} \frac{\partial X}{\partial t} = Y_{t0} - X_{st1} = 0 \\ \frac{\partial Y}{\partial t} = Y_{dt1} - Y_{st2} = 0. \end{array} \right. \quad (3)$$

Здесь: Y_{t0} – собственные или заемные денежные средства производителя в момент времени t_0 , предназначенные для приобретения производственных ресурсов и производства товара x с циклом производства $t_{np} = t_1 - t_0 = \Delta t_1$; X_{st1} – количество произведенного товара x в стоимостном выражении, предлагаемого потребителю для обмена на денежные средства, исходя из его платежеспособного спроса в момент времени t_1 ; Y_{dt1} – денежные средства как товар y потребителя, которые он готов обменять на товар x , исходя из платежеспособного спроса в момент времени t_1 ; Y_{st2} – денежные средства производителя, полученные им в момент времени t_2 в резуль-

тате обмена товара x на деньги y с периодом обращения $t_{обр} = t_2 - t_1 = \Delta t_2$. Рыночный цикл обменного процесса (оборот) составляет: $t_{обм} = t_{np} + t_{обр}$.

Модель обменных процессов учитывает риск по фактору времени, то есть разновременность денежного потока, который должен быть приведен к одному (начальному) моменту t_0 .

7. Рассмотрим и опишем в отдельности каждый элемент модели (3). Система уравнений состоит из взаимосвязанных функций част-

ных производных первого порядка $\frac{\partial X(t)}{\partial t}$ и $\frac{\partial Y(t)}{\partial t}$, приравненных к нулю, моделирует в

динамике процессы обмена со стороны производителя-продавца и потребителя-покупателя с учетом скорости их протекания.

Количество первоначальных финансовых ресурсов Y_{i0} должно быть минимальным, но достаточным для приобретения необходимых производственных ресурсов с учетом их запасов и подготовки. Объем изготовленного и предлагаемого к продаже товара x с учетом запаса должен быть оптимальным, т. е. быть готовым к поставке по минимально возможной стоимости, с требуемым качеством и в требуемые сроки при реальном производственном цикле и максимальном использовании имеющихся производственных возможностей с минимально допустимыми рисками. Эта минимальная стоимость должна быть равна «эквивалентной» цене предложения продукции в единицу времени (за рыночный оборот).

С учетом такого подхода произведем запись переменной X_{st1} в модели (3) с приведением к начальным условиям (моменту времени t_0):

$$X_{st1} = Y_{dt1} \cdot \lambda_{st1} = (P_{dt1} \cdot q_{dt1} \cdot \gamma_{t1}) \cdot \left(\frac{q_{st1} \cdot P_{st1} \cdot \varphi_{t1} \cdot a_{t1} \cdot b_{t1}}{Y_{i0}} \right), \quad (4)$$

где λ_{st1} – приведенная к моменту времени t_0 отдача производственных ресурсов с единицы финансовых ресурсов Y_{i0} в одном цикле производства t_{np} ; P_{dt1} и P_{st1} – цены спроса и

предложения товара; q_{dt1} и q_{st1} – объемы спроса и предложения товара x в момент обмена t_1 ; φ_{t1} ($\varphi_{t1} \geq 1$) – коэффициент, учитывающий технические риски в сфере производства; a_{t1} ($a_{t1} \leq 1$) – коэффициент, учитывающий финансовые систематические риски (коэффициент дисконтирования – приведения в сопоставимый вид ценности денежных ресурсов к моменту времени t_0 ; b_{t1} ($b_{t1} \leq 1$) – коэффициент, учитывающий экономические риски неопределенности в момент времени t_1 ; γ_{t1} ($\gamma_{t1} \geq 1$) – коэффициент, учитывающий необходимость запаса товара x у потребителя с учетом запасов на складе, потерь товара при доставке и хранении, износа товара при его использовании.

Коэффициент дисконтирования a_{t1} учитывает ставку (норму) доходности использования денежных ресурсов r , компенсирующую систематические риски: $a_{t1} = (1+r)^n$, где $n = \frac{\tau_0 - \tau_1}{\Delta \tau}$ – число временных интервалов; $\tau_0 = 0$ – начальный момент времени предложения товара x на рынке; τ_1 – завершающий момент предложения товара; $\Delta \tau$ – временной интервал дисконтирования.

Коэффициент b_{t1} учитывает экономический риск неопределенности так называемого второго типа – риск «неясности» [5]. В случае «неясности» (в отличие от «фундаментальной», то есть первого типа неопределенности) будущее неопределенно, но познаваемо, так как возможно получить рыночную информацию, что потребует значительных транзакционных затрат. Неизвестная переменная риска «неясности» присутствует в модели (4) в качестве фактора, отклоняющего поведение социально-экономической системы от ценностнополагаемого состояния справедливости (согласованности экономических интересов субъектов). Автором при моделировании отношений обмена субъектов рынка поставлена задача оценки системного рыночного риска неопределенности – «неясности» в параметрах неэффективных объемов и цен спроса и предложения на отраслевом рынке. Ее решение отличается от существующих методов моделирования ри-

ска (методы «сценарирования», «допустимого риска» [12]).

В модель (3) введено допущение, что на предложение товара x в объеме q_{st1} всегда имеется спрос в обмен на деньги y , при котором $x_{st1} = x_{dt1}$. Кроме того, принято допущение, что продолжительность транзакций обмена (сведения субъектов на рынке и согласования параметров спроса и предложения) равна нулю. В случае уточнения расчетов, не сложно дополнить модель (4) фактором риска, учитывающим несовпадение моментов реального предложения товара и подписания договора на его приобретение (обмен на деньги). При этом сами транзакционные затраты учитываются в цене предложения товара x и (или) цене спроса на этот товар (предложении денег y).

Величина денежных средств потребителя Y_{dt1} не может превышать общей стоимости покупки товара x в объеме q_{dt1} , то есть равна $Y_{dt1} = P_{dt1}(q_{dt1}) \cdot q_{dt1}$. Величина денежных средств Y_{st2} , вырученных производителем-продавцом по завершении процесса обмена товара x на денежные средства y , определяется следующим образом:

$$Y_{st2} = P_{st2} \cdot q_{st2} \times \frac{P_{st1} \cdot q_{st1} \cdot \varphi_{t1} \cdot a_{t1} \cdot b_{t1} \cdot I_{pst} \cdot a_{t2}}{Y_{t0}} \cdot b_{t2}, \quad (5)$$

где P_{st2} – рыночная цена предложения товара x в момент времени t_2 (момент оплаты товара); $I_{pt} = P_{st2}/P_{st1}$ – индекс роста цены предложения за период обращения $t_{обп}$; a_{t2} – коэффициент дисконтирования, учитывающий систематический риск в период $t_{обп}$; b_{t2} – коэффициент, учитывающий экономический риск неопределенности, возникший в периоде $t_{обп}$.

Обозначив значения объемов свершившегося акта обмена $q_{dt1} = q_{st1} = q_{t1}$ через q и введя обозначения коэффициентов рисков

$R_{t1} = \gamma_{t1} \cdot (\phi_{t1} \cdot a_{t1} \cdot b_{t1})$ и , получим общий вид модели обменных процессов в виде системы двух уравнений:

$$\begin{cases} \frac{Y_{t0}^2}{q^2} - P_d(q) \cdot P_s(q) \cdot R_{t1} = 0 \\ \frac{Y_{t0}}{q} - \frac{P_s^2(q)}{P_d(q)} \cdot R_{t2} = 0. \end{cases} \quad (6)$$

Оптимальное решение этой системы уравнений (по аналогии с упрощенной моделью делового цикла Кейнса) соответствует принципу баланса притоков и оттоков, то есть принципу нулевого сальдо движения денежных средств в рыночном обменном процессе с учетом фактора времени и рисков R ($Y_{t0} = Y_{st2} \cdot R$). Такой подход основывается на финансовом принципе полного возмещения (окупаемости) инвестиций в товар за период общего рыночного оборота.

В первом уравнении модели (5) отношение $\frac{Y_{t0}}{q}$ показывает желаемый, максимальный с позиции интересов покупателя уровень «эквивалентной» цены спроса на товар

$x - \frac{Y_{t0}}{q} = P_{md}(q)$. Если цена превышает уровень $P_{md}(q)$, то обмен для потребителя возможен, но не желателен (не выгоден). Снижение цены ниже этого уровня является желательным для потребителя, но повлечет за собой необходимость снижения цены предложения, в том числе затрат производства, поэтому не удовлетворит его интересов. Цена $P_{md}(q)$ представляет собой ту ее максимально желаемую и возможную величину с учетом интересов потребителя, по которой потребитель еще хочет произвести обмен денег y на товар x . То есть цена $P_{md}(q)$ соответствует «эквивалентной» цене спроса, характеризующей цену предложения денег в обмен на товар.

Отношение $\frac{Y_{t0}}{q}$ во втором уравнении модели (6) показывает желаемый, минимальный с позиции интересов производителя-продавца уровень «эквивалентной» цены предложения товара $x - \frac{Y_{t0}}{q} = P_{ms}(q)$. Если цена превышает уровень $P_{ms}(q)$, то обмен для произво-дителя

ля возможен, но не желателен (не выгоден). Снижение цены ниже этого уровня желательно для производителя, но повлечет за собой необходимость вложений в технологию и технику производства, что снизит в будущем рыночную цену предложения. Величина цены $P_{ms}(q)$ представляет собой ту ее минимальную (желаемую с учетом интересов производителя) величину, по которой производитель еще хочет произвести обмен товара x на денежные средства y . То есть цена $P_{ms}(q)$ является «эквивалентной» ценой предложения товара x , характеризующей цену спроса производителем денег y в обмен на товар x .

Для потребителя рыночная цена спроса $P_d(q)$ определяется его платежеспособными возможностями, а «эквивалентная» цена спроса $P_{md}(q)$ – его желаниями. Для производителя ситуация зеркально противоположна: рыночная цена предложения $P_s(q)$ определяется его желаниями, а «эквивалентная» цена предложения $P_{ms}(q)$ – его платежеспособными возможностями. В интервале между ценовыми желаниями и возможностями для конкретных значений объемов купли-продажи формируется взаимосвязанное поведение потребителя и производителя. Превышение максимальных ценовых возможностей потребителя, с одной стороны, и минимальных ценовых возможностей производителя, с другой стороны, делают сделку купли-продажи полностью неопределенной. Поэтому ценовые желания потребителя и производителя товара находятся в зоне их ценовых возможностей. «Эквивалентные» цены спроса и предложения отражают нижний ценовой уровень сделки, а рыночные цены спроса и предложения – верхний ценовой уровень. К решению задачи определения зоны возможностей в отношениях обмена очень близко подошел Д. Патинкин, соединивший теорию денег и теорию стоимости.

Для последующего анализа и интерпретации модели обменных процессов (6) отнесем показатели обобщенных рисков R_{i1} и R_{i2} в каждом уравнении модели к функциям спроса и предложения и преобразуем ее в систему уравнений «эквивалентных» цен спроса и предложения:

$$\left\{ \begin{aligned} P_{md}(q, R_d, R_s) &= (P_d(q) \cdot R_d^{1/3} \cdot P_s(q) \cdot R_s^{1/3})^{1/2} \\ P_{ms}(q, R_d, R_s) &= \frac{P_s^2(q) \cdot R_s^{2/3}}{P_d(q) \cdot R_d^{1/3}}. \end{aligned} \right. \quad (7)$$

8. Продемонстрируем на рисунке 1 на примере тестовой задачи графическое решение модели (6) при заданных линейных функциях цен спроса и предложения $P_d(q) = (200 - \alpha \cdot q) \cdot R_d^{1/3}$; $P_s(q) = (20 + \beta \cdot q) \cdot R_s^{1/3}$, а также их «эквивалентных» цен $P_{md}(q) = (P_d(q) \cdot P_s(q))^{1/2}$; $P_{ms}(q) = P_s(q)^2 / P_d(q)$ при $R_d = R_s = 1$.

Модель обменных процессов (7), кроме оптимального решения в точке E_q , показывает для каждого значения q предпочтительные, исходя из экономических интересов сторон сделки, значения «эквивалентных» цен $P_{md}(q)$ и $P_{ms}(q)$, при которых может осуществляться эффективный обмен, характеризующийся соответствующим излишком (эффектом) потребителя, производителя и общества (государства, представляющего общественные интересы). Например, при $q = 2$ млн ед. стороны отношений обмена имеют следующие эффекты: излишки потребителя, соответствующие площади фигуры $P_{d0}P'_dP'_{md}P'_{md0}$; излишки производителя – площади фигуры $P_{s0}P'_sP'_{ms}P'_{ms0}$; излишки государства – площади фигуры $P_{id0}P'_{id}P'_sP_{s0}$ в виде налогов, рентных платежей и других сборов. Знание функций $P_{md}(q, R_d, R_s)$ и $P_{ms}(q, R_d, R_s)$ позволяет определить экономические потери субъектов рынка в случае $q < q_e$. При $q = 2$ млн ед. эти потери составят: для потребителя – площадь фигуры $P'_dEP'_{md}$; для производителя – площадь фигуры $P'_sEP'_{ms}$; для общества – площадь фигуры $P'_{md}EP'_s$.

Микроэкономическая теория определяет излишки потребителей и производителей только с позиции частных интересов, то есть при равновесном объеме q_e . В этом случае излишки общества равны, якобы, нулю, так как при равновесной цене весь эффект перераспределяется между производителями и потребителями, что не соответствует практике.

По причине того, что экономическая теория не применяла функции «эквивалентных» цен в модели отношений обмена, не был использован метод анализа экономических эффектов потребителя и производителя, предложенный Ж. Дююи [13], теоретически оформленный А. Маршаллом и развитый Дж. Хиксом [6]. Общепринятый в микроэкономике метод определения излишков для заданных объемов купли-продажи занижает оценку результативности обмена для потребителя и завышает ее для производителя, а оценку излишков государства не учитывает, тем самым, искажается структура эффектов рыночных сделок.

Модель обменных процессов (7) и определение «эквивалентных» цен спроса и предложения позволяет оценить максимально возможную результативность (effectiveness) e_k фирмы во внутренней и внешней средах. Опираясь на эту оценку и используя тестовый пример (при $q=q_e$), формализуем через геометрическое представление на рисунке 1 запись выражения искомого критерия согласования коллективного интереса, представив его как импульс коллективного интереса Ie_k :

$$Ie_k = Ie_{внут} \cdot Ie_{внеш} = \frac{e_{внут}}{\max e_{внут}} \cdot \frac{e_{внеш}}{\max e_{внеш}} = \frac{P_{s0}Eq_{e0}}{P_{ms0}Eq_{e0}} \cdot \frac{P_{d0}Eq_{e0}}{P_{md0}Eq_{e0}} = \frac{P_{s0}Eq_{e0}}{P_{md0}Eq_{e0}} \rightarrow 1.$$

Определив площади фигур через интегрирование функций рыночного предложения $P_s(q)_q$ и «эквивалентной» цены $P_{md}(q)_q$ в анализируемом интервале значений объемов товара $q_0 \leq q_x \leq q$, получим вид критерия согласованности коллективного интереса субъектов рынка:

$$I^s e_k = \frac{\int_{q_0}^{q_x} P_s(q)_q \cdot dq}{\int_{q_0}^{q_x} P_{md}(q)_q \cdot dq} \rightarrow 1.$$

Далее, раскрыв функции, входящие в уравнение (9) и добавив к нему выражение критерия согласования частных экономических интересов, получим новое выражение модели обменных процессов как системы двух импульсов экономических интересов:

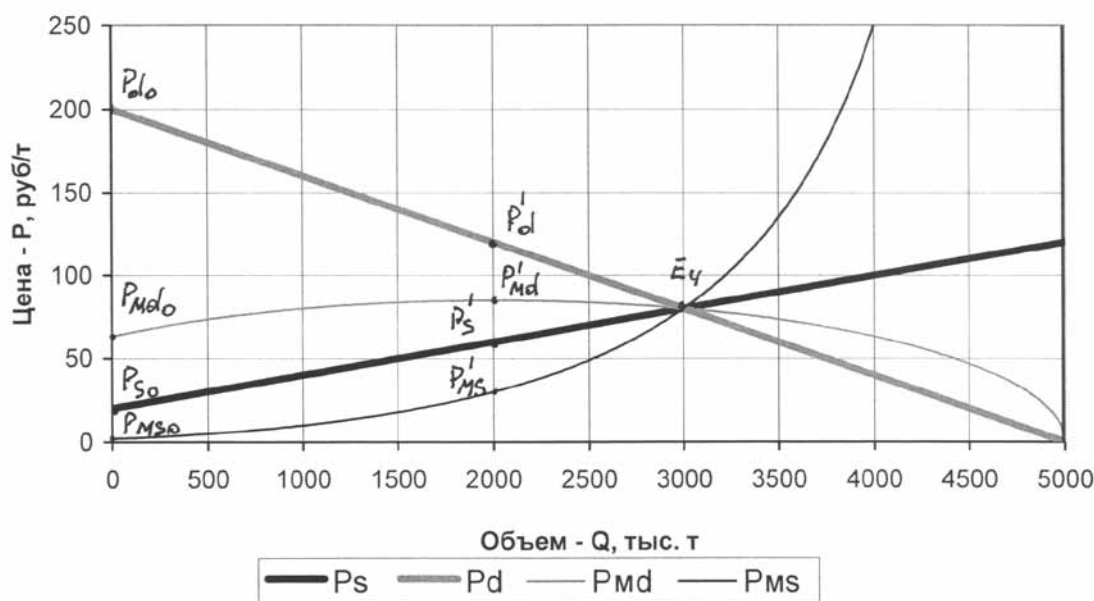


Рисунок 1

Система взаимодействия спроса и предложения (здесь P_s и P_d – функции рыночных цен предложения и спроса; P_{ms} и P_{md} – функции «эквивалентных» цен предложения и спроса)

1) импульс частных интересов:

$$I_{\pm} = \frac{P_s(q)}{P_d(q)} \cdot \left(\frac{R_s}{R_d} \right)^{1/3} \rightarrow 1;$$

2) импульс коллективного интереса:

$$I_{\kappa}^S = \frac{R_s^{1/3} \cdot \int_q^{q_s} P_s(q) \cdot dq}{(R_d \cdot R_s)^{1/3} \cdot \int_q^{q_s} (P_d(q) \cdot P_s(q))^{1/2} \cdot dq} \rightarrow 1. \quad (10)$$

Представим геометрическую интерпретацию модели обменных процессов (9) с учетом критериев согласования экономических интересов и ее решение в двух вариантах:

1) в двумерном пространстве (в плане P, q);

2) в трехмерном пространстве (в объеме P, q, n).

В первом уравнении модели (10) импульс частных интересов $I_{\pm} = \int [P_s, P_d, R_s, R_d]$ есть отношение цен предложения и спроса, представленных высотами фигур при заданном q (рисунок 1). Во втором уравнении модели (10) импульс коллективного интереса $I_{\kappa}^S = \int (P_s, P_{md}, R_s, R_d)$ представляет собой отношение площадей фигур (полутрапеций), образуемых функциями рыночной цены предложения и «эквивалентной» цены спроса при различных значениях q .

Импульсы частных и коллективного интереса для одного и того же значения q могут не совпадать. Например, при $q_e = 3$ млн ед. $I_{\pm} = 1; I_{\kappa}^S < 1$.

Несмотря на простоту записи модели в плоскости P, q , ее применение, даже при линейных функциях спроса и предложения, затруднительно из-за сложности решения системы этих уравнений. Если бы это решение было представлено, то мы бы увидели, что в функции $S[P_{md}(q, P_s, P_d, R_s, R_d)_q]$ присутствует выражение \arcsin [14]. Это означает, что на функцию в целом влияет осциллятор, то есть колебательное воздействие.

Недостатки двумерной модели (9) устраняются, если перейти к объемной форме ее отображения – к модели варианта 2. Объемное выражение модели получим умножением числителя и знаменателя уравнений импульсов I_{\pm} и I_{κ} на величину π , представив величины рыночных и «эквивалентных» цен спроса и предложения в виде радиусов $r_{sq} = P_s(q, R_s)_q$, $r_{dq} = P_d(q, R_d)_q$ и $r_{mdq} = (q, R_s, R_d)_q$ с общим центром, лежащим на оси q . Объемная форма модели обменных процессов примет вид:

$$1) I_{\pm} = \frac{\pi \cdot r_{sq}}{\pi \cdot r_{dq}} \rightarrow 1$$

$$2) I_{\kappa}^V = \frac{V[P_s(q, R_s)_q]}{V[P_{md}(q, R_s, R_d)_q]} =$$

$$\frac{\pi \int_q^{q_s} r_{sq}^2(q, R_s) dq}{\pi \int_q^{q_s} r_{mdq}^2(q, R_s, R_d) dq} \rightarrow 1. \quad (11)$$

Здесь $V[P_s(q, R_s)_q]$ – объемное выражение функции рыночной цены предложения; $V[P_{md}(q, R_s, R_d)_q]$ – объемное выражение функции «эквивалентной» цены спроса; $\pi \cdot r_{sq}^2$ – площадь круга в основании объемного тела, отображающая предложение; $\pi \cdot r_{dq}^2$ – площадь круга в основании объемного тела, отображающая спрос.

Геометрическая интерпретация модели (11), применительно к тестовому примеру (линейные функции спроса и предложения), представлена на рисунке 2. Объемные функции рыночных цен спроса и предложения имеют вид объемов круглых конусов, объемная функция «эквивалентной» цены спроса – объема эллипсоида, а функция «эквивалентной» цены предложения – объема гиперболического конуса.

В случае применения линейных функций спроса и предложения модель (11) примет для переменного объема q следующий вид:

$$\begin{cases} I_q = \frac{\beta}{\alpha} \cdot \left(\frac{R_s}{R_d}\right)^{1/3} \cdot \frac{(q_{s0} + q)}{(q_{d0} - q)}; \\ I_k^V = \left(\frac{R_s}{R_d}\right)^{1/3} \cdot \frac{\beta}{\alpha} \cdot \frac{3q_{s0}^2 + 3q_{s0} \cdot q + q^2}{3q_{d0} \cdot q_{s0} + \frac{3}{2}(q_{d0} - q_{s0}) \cdot q - q^2}. \end{cases} \quad (12)$$

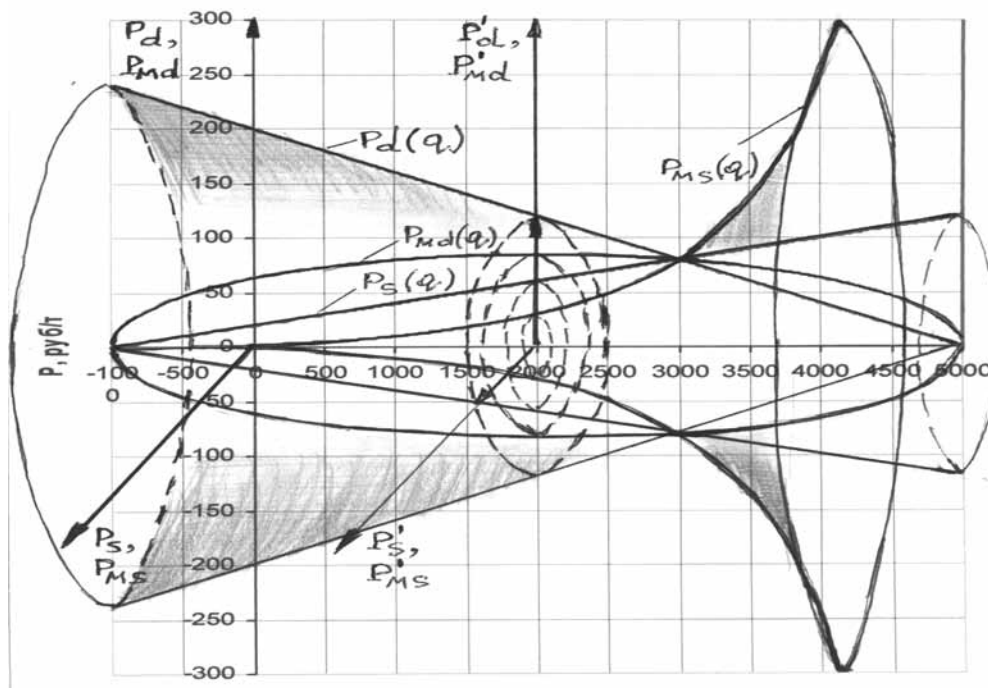


Рисунок 2
Геометрическая интерпретация объемной модели обменных процессов

Модель (12) описывает систему целеполагаемых и ценностнополагаемых критериальных условий взаимодействия (отношений обмена) экономических субъектов отраслевого (межотраслевого) рынка с позиции, соответственно, частных экономических интересов и коллективного (социально-институционального) интереса. Ее применение позволяет оценить количественно состояние отраслевого рынка (поведение его субъектов) в параметрах системы с учетом рисков неопределенности («неясности») в диапазоне между двумя состояниями равновесия и установить интервал оптимальных объемных и ценовых

параметров, соответствующий состоянию согласованности экономических интересов с минимальными рисками. Модель также системно описывает действие ценового механизма в экономических отношениях обмена и конкуренции субъектов рынка.

Первое уравнение модели, имеющее динамический характер, показывает импульс частных экономических интересов субъектов системы $I_q = \frac{P_s(q, R_s)_q}{P_d(q, R_d)_q}$ для переменных q (объем) и R (риски). При отсутствии риска ($R_s = R_d = 1$) и $q_s = q_d$ импульс частных ин-

тересов равен единице $I_q = 1$, то есть данный критерий превращается в известное условие частичного рыночного равновесия (согласования частных интересов субъектов рынка).

Второе уравнение модели характеризует импульс коллективного (социально-институционального) интереса субъектов системы I_K^V . При отсутствии риска $R_s = R_d = 1$ и выполнении условия $I_K^V = 1$ его решение определяет второе равновесное состояние при согласованном коллективном интересе субъектов рынка.

Геометрическая форма динамической модели обменных процессов представляется в виде пульсирующего объемного тела, состоящего из комплекса объемов четырех тел, параметры которых задаются функциями рыночных цен предложения и спроса, а также функцией «эквивалентной» цены спроса, с одним общим сечением, перпендикулярным оси q (рисунок 3).

Критерий согласования частных экономических интересов, заданный как целевой параметр $I_q \rightarrow 1$, характеризует экономичность реализации этих интересов в отношениях обмена, а также величину индекса Лернера, который определяет изменение прибыльности (рентабельности) продаж на рынке и степень рыночной концентрации:

$$LI_q = 1 - \frac{P_s(q, R_s)_q}{P_d(q, R_d)_q} = 1 - I_q. \quad \text{Значению}$$

$LI_q = 1$ соответствует рынок чистой конкуренции, находящийся в равновесном состоянии. Максимизация индекса Лернера полностью соответствует критерию максимизации прибыльности.

В тестовом примере равновесный объем, максимизирующий прибыль при $I_q = 1$ в безрисковой ситуации, равен $q_{ec} = 3000$ тыс. ед./год.

Второе состояние равновесия – согласованности коллективного интереса субъектов системы достигается при соблюдении условия:

$$I_{s,md}^V(q, R_s, R_d)_K = \frac{\pi \int_{q_0}^{q_x} P_s^2(q, R_s)_q \cdot dq}{\pi \int_{q_0}^{q_x} P_{md}^2(q, R_s, R_d)_q \cdot dq} = 1. \quad (13)$$

В безрисковом случае ($R_s = R_d = 1$) равновесный объем, определяемый по критерию согласованности коллективного интереса, составит для тестового примера $q_{ec} = 4854,1$ тыс. ед./год.

Таким образом, колебание между приоритетом частных и коллективного интересов субъектов рынка соответствует интервалу объемов купли-продажи товара $q_{ec} \leq q_x \leq q_{ek}$, что для тестового примера составляет $3000 \leq q_x \leq 4854,1$.

Модельные параметры равновесных состояний, соответствующие максимизации частного и коллективного интересов субъектов отраслевого рынка, не сопоставимы (как не сопоставимы площадь фигуры и объем тела), поэтому их требуется привести в сопоставимый вид. О решении этой теоретической задачи и развитии моделирования отношений обмена на отраслевом (межотраслевом) рынке через определение фрактального числа как коэффициента подобия (приведения) импульсов частного и коллективного интересов, а также о переходе к волновой форме функций спроса и предложения, будет рассказано в следующем номере журнала.

Список литературы

1. Скобелев В. Л. Анализ современных теорий и практики социально-экономической справедливости // Петербургский экономический журнал. 2014. № 1. С. 12–27.

2. Вести. RU. Экономика. – ВГТРК. URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/39976> (дата обращения: 27.02.2014).
3. *Ролз Д.* Теория справедливости: Пер. с англ. Новосибирск: Изд-во Новосибирского ун-та, 1995.
4. *Эрроу К. Дж.* Коллективный выбор и индивидуальные ценности: Пер. с англ. / Науч. ред., авт. предисл., послесл. А. Ф. Алескеров. М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004.
5. *Найт Ф. Х.* Риск, неопределенность и прибыль: Пер. с англ. М.: Дело, 2003.
6. *Хикс Дж.* Стоимость и капитал: Пер. с англ. М.: Прогресс, 1988.
7. *Патинкин Д.* Деньги, процент и цены. Соединение теории денег и теории стоимости: Пер. с англ. / Под ред. Н. Я. Петракова. М.: ЗАО Изд-во «Экономика», 2004.
8. *Понтрягин Л. С.* Обыкновенные дифференциальные уравнения. 2-е изд. Ижевск: НИЦ «Регулярная и хаотическая динамика», 2001.
9. *Меркин Д. Р.* Введение в теорию устойчивости движения. 3-е изд. М.: Наука, 1987.
10. *Занг В.-Б.* Синергетическая экономика. Время и переменны в нелинейной экономической теории: Пер. с англ. М.: Мир, 1999.
11. *Кейнс Дж.* Избранные произведения. М.: Экономика, 1993.
12. *Клейнер Г. Б.* Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность. М.: Экономика, 1997.
13. *Дююи Ж.* О мере полезности гражданских сооружений // Теория потребительского поведения и спроса / Вехи экономической мысли: Вып. 1. СПб.: Экономическая школа, 1993.
14. *Зарубин В. С., Иванов Е. Е., Кувыркин Г. Н.* Интегральное исчисление функций одного переменного: Учебник для вузов. М.: Изд-во МГТУ им. Баумана, 2002.

СТРАТЕГИЯ ИНФОРМАТИЗАЦИИ КОМПАНИИ

STRATEGY OF THE COMPANY INFORMATIZATION

УДК 338.984



МАГОМЕДОВ Магомед Низарович

доцент кафедры информационного менеджмента и бухгалтерского учета Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент, m.n.magomedov@mail.ru

MAGOMEDOV Magomed Nizarovich

Associate Professor, Department of Information Management and Accounting, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, m.n.magomedov@mail.ru

Аннотация.

В статье рассматриваются понятия и основные компоненты стратегии информатизации компании, функционирующей в современных рыночных условиях. Приводятся основные этапы реализации стратегии информатизации. Рассматриваются проблемы, с которыми сталкиваются компании в процессе реализации стратегии информатизации.

Ключевые слова: стратегия информатизации, информационные ресурсы, информационные технологии, многоуровневая интегрированная информационно-управляющая система.

Abstract.

The article presents the concepts and basic components of the company informatization strategy, the company functioning in the current market conditions. The main stages of the informatization strategy realization have been shown as well as the problems which companies face in the course of the informatization strategy realization.

Key words: informatization strategy, information resources, information technologies, multilevel integrated managing information system.

В современных условиях информационное обеспечение приобретает все большее значение для успешной финансово-хозяйственной деятельности организаций. Информация становится важным инструментом конкурентной борьбы и одной из основных составляющих эффективной стратегии организации.

Под информационным обеспечением понимается вся совокупность информации, циркулирующей в организации, порождаемая в про-

цессе ее деятельности и оказывающая влияние на результаты деятельности. При этом неважно, в каком виде присутствует информация: в электронном, в форме бумажных документов или в виде знаний и навыков сотрудников.

Современное значение роли информационного обеспечения процессов управления ориентируется не только на традиционные методы работы с информацией, но и на перспективные (таблица).

Таблица

Традиционные и перспективные методы работы с информацией

Методы	Основные характеристики
Традиционные методы	Сбор и преобразование информации
	Хранение и упорядочивание информации
	Поиск и предоставление информации
	Обработка информации
Перспективные методы	Интеллектуальный анализ информации
	Интерпретация информации
	Формирование управляющих воздействий
	Управление объектами и процессами

На современный лад информационное обеспечение можно обозначить термином «информатизация».

Информатизация – организационный социально-экономический и научно-технический процесс создания оптимальных условий для удовлетворения информационных потребностей и реализации прав граждан, органов государственной власти, органов местного самоуправления, организаций, общественных объединений на основе формирования и использования информационных ресурсов [1].

Информационный ресурс – это индивидуальные и коллективные экспертные знания, отдельные документы, отдельные массивы документов, а также документы и их массивы, составляющие базы и банки данных, базы знаний, библиотеки, архивы, фонды, информационные технологии и системы в определенной предметной тематической области, которые удовлетворяют функциональным потребностям и запросам потребителей информации.

Информационная технология – процесс, использующий совокупность средств и методов сбора, обработки и передачи данных для получения информации о состоянии объекта, процесса или явления.

Для внедрения и эффективного использования информационных ресурсов и техноло-

гий необходимо разрабатывать стратегию информатизации, которая является составной частью общей стратегии компании.

Стратегия информатизации компании – это долгосрочный план (программа) внедрения и развития информационных ресурсов, направленных на поддержку принятия персоналом эффективных управленческих решений в рамках своих функциональных обязанностей.

Анализ существующей практики формирования информационно-управляющей среды организации показывает, что имеет место ряд факторов, негативно влияющих на процессы управления. В числе этих факторов:

- отсутствие системного подхода при проектировании и создании систем управления;
- изолированность уровней управления бизнес-процессами;
- упрощенная трактовка функций интеграции;
- использование разнородных моделей представления данных;
- локальная автоматизация, порождающая сложности в обеспечении информацией лиц, принимающих решения, а также дублирование и многократный ручной ввод данных.

Данный анализ показывает, что у руководства отечественных компаний нет комплексного подхода к информационному обе-

спечению персонала, нет единой стратегии информатизации.

По мнению автора, комплексный подход должен реализовываться поэтапно в рамках стратегии информатизации и включать в себя следующие мероприятия:

1. Автоматизация бизнес-процессов.

2. Внедрение современных информационных технологий на основе анализа физического и морального устаревания существующих информационных технологий.

3. Обеспечение полноты информационного покрытия для принятия эффективных управленческих решений.

Первый этап реализации стратегии информатизации включает построение базового единого информационного пространства и инфраструктуры, необходимых для дальнейшего развития автоматизированных систем управления. Данный этап предполагает выполнение следующих работ:

- стандартизация данных;
- стандартизация систем первичного сбора и обработки данных;
- внедрение горизонтально и вертикально интегрированных решений для процессов корпоративного управления;
- модернизация и развитие автоматизированных систем управления производственными процессами;
- модернизация телекоммуникаций;
- создание масштабируемой ИТ-инфраструктуры.

Второй этап реализации стратегии информатизации включает в себя как инициативы по завершению выбранных на первом этапе направлений, так и ряд новых направлений работ, нацеленных на повышение эффективности управленческих решений и операционной деятельности. Основные направления работ данного этапа включают:

- совершенствование систем первичного сбора и обработки данных;
- развитие корпоративного хранилища данных;
- совершенствование систем управления и телекоммуникаций.

Третий этап реализации стратегии информатизации направлен на повышение эффек-

тивности информационных технологий и предоставление комплексной информационно-технологической поддержки корпоративным бизнес-процессам. Данный этап предполагает дальнейшее развитие информационных технологий и включает в себя следующие направления работ:

- внедрение передовых систем управления развитием компании;
- внедрение инновационных систем управления компанией [2].

Главной целью стратегии информатизации является создание системы методов и технологий эффективного управления бизнес-процессами организации средствами многоуровневой интегрированной информационно-управляющей системы.

Под многоуровневой интегрированной информационно-управляющей системой понимается комплекс интегрированных систем управления, которые комплексно, в едином информационном пространстве с распределенной архитектурой, поддерживают все основные аспекты оперативного, тактического и стратегического управления.

Составляющие компоненты многоуровневых интегрированных информационно-управляющих систем:

1. Организационная интеграция – предполагает рациональное сочетание управленческой деятельности по всем уровням иерархии многоуровневой интегрированной информационно-управляющей системы.

2. Функциональная интеграция – обеспечивает единство локальных целей функционирования, согласованность функций и критериев эффективности всех подсистем. Требуется разработки общей функциональной структуры системы управления. Устанавливает для каждой подсистемы критерии эффективности, модели функционирования, функциональные и информационные связи.

3. Информационная интеграция – требует единого подхода к сбору, представлению, хранению и использованию информации на всех уровнях системы управления. Обеспечивает согласованный обмен данными между компонентами системы.

4. Программная интеграция – обеспечивает совместное функционирование программного обеспечения, используемого для решения задач автоматизации управления.

5. Техническая интеграция – объединяет средства и системы автоматизации. Позволяет реализовать все направления интеграции при распределенной обработке информации [3].

Интеграция систем управления должна осуществляться как по отношению к процессам, локализованным в рамках отдельных организационных уровней компании – внутриуровневая интеграция, так и процессов, сопутствующих межуровневому взаимодействию – межуровневая интеграция.

Важным фактором достижения главной цели стратегии информатизации является формирование системно обоснованных подходов и методов проектирования, создания и внедрения высокоэффективных систем

управления на базе перспективных информационных технологий и системных решений. Поэтому при формировании стратегии информатизации необходимо учитывать такие факторы, как:

- современные достижения в сфере информационных технологий;
- учет специфики деятельности компании при выборе конкретных ИТ решений;
- готовность и способность персонала к работе с новыми информационными технологиями;
- финансовые возможности компании, так как информационные ресурсы требуют значительных материальных затрат.

В заключение хотелось бы отметить, что отечественные компании должны уделять гораздо больше внимания, финансовых и трудовых ресурсов процессам информатизации, чтобы оставаться конкурентоспособными и рентабельными.

Список литературы

1. Блюмин А. М. Мировые информационные ресурсы: Учебное пособие / А. М. Блюмин, Н. А. Феоктистов. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010. 296 с.
2. Формирование стратегии информатизации на примере добывающего холдинга // Журнал школы IT-менеджмента «Системы управления бизнес-процессами». URL: <http://journal.itmane.ru/node/320> (дата обращения: 15.04.2014).
3. Магомедов М. Н. Инновационные технологии в управлении организациями (предприятиями) (на примере газовой отрасли). СПб.: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2008. 135 с.

ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ: СИНЕРГИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

PLANNING ACTIVITIES OF THE ORGANIZATION: A SYNERGY OF OPPORTUNITIES

УДК 338.24



ШИНДИНА Юлия Александровна

доцент кафедры государственного и муниципального управления Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, jushindina@mail.ru

SHINDINA Yulia Alexandrovna

Associate Professor, Department of State and Municipality Management, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, jushindina@mail.ru

Аннотация.

В статье представлены научные подходы двух школ (школы конкурентного анализа и школы ресурсов) к достижению конкурентного преимущества организации. Проведен анализ конкурентных преимуществ, которые могут возникать в результате синергии. Определены этапы реализации процесса «многомерного» планирования. Сделаны выводы относительно возможностей использования синергии для достижения конкурентного преимущества.

Ключевые слова: синергия, конкурентное преимущество, планирование деятельности организации, «многомерное» планирование.

Abstract.

Scientific approaches of the two schools (the competitive analysis school and the resource-based school) to achieving competitive advantage of the organization have been presented in the article. Some competitive advantages that may emerge from synergy have been analysed. "Multidimensional" planning stages realization have been defined. Conclusions concerning possibilities of using synergy for achieving competitive advantage have been made.

Key words: synergy, competitive advantage, planning organization activities, "multidimensional" planning.

В исследовательской литературе, посвященной развитию современной организации, можно встретить множество мнений о том, каким образом достигается ее устойчивое конкурентное преимущество. Для достижения такого преимущества организациям предлагается осваивать «рыночные силы»,

приобретать некие специфические ресурсы, разрабатывать имеющиеся возможности [1; 2; 3; 4 и др.].

К сожалению, большинство организаций не могут использовать эти предложения на практике по причине того, что путь к достижению неоспоримых конкурентных преимуществ

ществ до сих пор остается неясным. Проведя анализ литературы, автор столкнулся с интересным мнением западных ученых о том, что основным источником конкурентного преимущества является не какой-то единственный фактор или возможность, а синергия, возникающая при использовании существующих возможностей организации.

Исследователи выявляют несколько основных видов конкурентных преимуществ, которые могут возникать в результате синергии. Например, в качестве конкурентного преимущества может выступать как синергия в сфере позиционирования товара на рынке, так и синергия между имеющимися в организации ресурсами. Общеизвестно, что в этой области выделяются две доминирующие научные школы: школа конкурентного анализа (или рыночного позиционирования) и школа ресурсного подхода (возможностей фирмы). Рассмотрим, как определяют конкурентное преимущество каждая из этих школ.

Школа рыночного позиционирования ориентируется главным образом на особенности рыночной конкуренции. Наиболее известным представителем этой школы является М. Портер [1; 5; 6]. В своих исследованиях он утверждает, что конкурентное преимущество наилучшим образом достигается через правильное позиционирование товаров, производимых той или иной фирмой. В частности, организация должна находить рыночные ниши, в которых она может применять стратегию дифференцированного продукта, или использовать стратегию низкой себестоимости (или комбинацию обеих стратегий), что обеспечит ей высокую рентабельность продаж. При этом внимание должно уделяться рыночным нишам, в которых фирма будет иметь защиту от отраслевых проблем и угроз со стороны конкурентов.

Школа ресурсного подхода ориентирована на внутренние возможности организации. Приверженцами данной школы считаются Г. Хамел, К. Прахалад, Дж. Барни, Дж. Д. Тис и др. [2; 3; 4]. Они утверждают, что конкурентное преимущество получают в первую очередь те фирмы, которые имеют в своем распоряжении редкие ресурсы или какие-либо уникаль-

ные возможности развития. По их мнению, эффективная организация должна обладать определенными ценными ресурсами, такими, например, как ключевые патентные разработки, уникальные технологические процессы или административные возможности для создания особо востребованных и, следовательно, прибыльных предложений.

Каждый источник конкурентного преимущества используется в настоящем времени и оказывает влияние на будущее планирование деятельности организации. В первом случае фирма пытается извлечь максимальную выгоду из существующих преимуществ, наилучшим образом использовать имеющиеся возможности. Это может быть, например, распределение ресурсов на весь набор сопутствующих товаров, сегментов рынка или клиентов, а также интегрированное использование имеющихся решений, адаптированных к конкретному рынку, отрасли или клиенту.

Во втором случае фирма стремится продлить жизнь имеющимся конкурентным преимуществам, а также создавать новые. Для этого конкурентоспособные позиции должны постоянно обновляться, а время использования ресурсов и возможностей – продлеваться. Таким образом, конкурентное преимущество сможет просуществовать дольше, если оно постоянно адаптируется, обновляет возможности и расширяет положение фирмы на рынке, в том числе, на основе существующих позиций и ресурсов.

Однако определение конкурентных преимуществ, предлагаемое рассмотренными научными школами, не объясняет, каким образом их можно реализовать на практике. С этой целью можно обратиться к трудам американского исследователя Д. Миллера [7] и попытаться выявить некоторые типы синергии, используя которые, организации могут получить источники конкурентного преимущества.

Во-первых, это возможности синергии взаимодополняемых ресурсов, например, технологий, сырья, персонала и др., которые позволяют их объединять или сочетать друг с другом в целях повышения эффективности производства.

Во-вторых, это синергия нескольких целевых рынков, которые могут обслуживаться общими ресурсами и возможностями.

В-третьих, это синергия идей и инноваций из одной категории либо взаимозаменяемых, которые могут использовать общие исследовательские ресурсы.

В-четвертых, это синергия планирования, когда используется так называемое «многомерное» планирование, позволяющее выявлять синергетический эффект на стадии зарождения проектов.

По мнению авторов, синергия в большей степени выступает как взаимодополняемость ресурсов в организации. Каждая возможность синергии имеет целью реализовать определенный набор связанных конкурентных преимуществ.

Синергия между человеческими ресурсами, новыми технологиями и свойствами выпускаемого продукта может создать значительное преимущество при рыночном позиционировании. Например, если фирма будет предлагать продукты, ориентированные на определенный сегмент рынка, обладающие дополнительными возможностями и подкрепленные сопутствующими товарами, это позволит ей захватить наиболее прибыльные сегменты рынка. Возможности такой продуктовой интеграции усиливаются в настоящее время, когда все больше потребителей ориентированы на унифицированные товары.

Чем больше размер организации, тем больше она имеет возможностей для взаимодополняемости ресурсов и, следовательно, синергии. Однако синергия может быть реализована только тогда, когда менеджеры стремятся к ее выявлению и созданию и могут гарантировать наличие ресурсов для ее достижения.

Все четыре вида синергии дают возможность получить конкурентное преимущество. Однако следует заметить, что все они подразумевают довольно серьезные организационные изменения в области планирования деятельности фирмы. Традиционное планирование предполагает, что организации разрабатывают планы развития, ориентированные либо на отдельные виды деятельности, либо на отдельные виды продукции. Такой подход не даст возможности использовать положительный эффект синергии.

Можно говорить о том, что необходимы новые формы планирования, которые объединят технологические и человеческие ресурсы всей организации. Планирование также должно объединять новые проекты, требующие инвестирования, с уже действующими проектами, приносящими стабильный доход.

В этих целях исследователи предлагают использовать так называемое «многомерное» планирование [7], которое предполагает учитывать как можно больше аспектов деятельности организации и определять возможности синергии между ними. Отличия между организацией традиционного ресурсно-ориентированного планирования и многомерного планирования отражены в таблице.

В процессе реализации процесса «многомерного» планирования можно условно выделить несколько этапов.

К первому этапу можем отнести определение приоритетных возможностей синергии. На этой стадии менеджеры должны определить набор возможностей, которые могут стать взаимодополняемыми, выявить среди них приоритетные ключевые возможности и решить, каким образом можно обеспечить их коллективное согласование. Затем необходимо определить, какие механизмы должны быть созданы, чтобы обеспечить реализацию данных возможностей.

Вторым этапом можно считать создание условий для появления синергии. Мощным источником синергии при этом является увеличение размеров организации. Потенциалом для роста синергии будет также освоение новых рынков или сегментов рынка. Но простое увеличение размеров организации не является достаточным условием для возникновения синергии, которая может происходить только там, где существует взаимодополняемость среди рыночных возможностей, среди ресурсов, а также между ними. Чем больше у фирмы связанных между собой сегментов рынка, тем большую выгоду она может получить при реализации своей продукции, следовательно, тем больше потенциал для создания синергизма. То же самое касается взаимодополняемости среди продуктов и возможностей.

Таблица

Организация традиционного ресурсно-ориентированного планирования и «многомерного» планирования (по Д. Миллеру [7, р. 400])

Критерий	Традиционное планирование	«Многомерное» планирование
<i>Идентификация (распознавание) и определение приоритетных возможностей</i>		
Типы возможностей	Главным образом внутренние аспекты, неизменяемые	Внутренние и внешние аспекты, изменчивые, возникающие
Процесс распознавания возможностей	Сверху вниз; нерегулярно	Сверху вниз, снизу вверх, поперечный; непрерывный
Особенности возможностей	Заложенные в миссию	Заложенные в планирование
Критерии выбора приоритетов	В соответствии с ростом и рентабельностью (выгодностью, доходностью, прибыльностью); стабильные	В соответствии с преимуществом и синергическим потенциалом; развивающиеся
<i>Построение регламента (регулирование) и обязательств (распределение прав и полномочий)</i>		
Основа организации	Проблемы	Проблемы и возможности
Ответственность	Согласно отдельным проблемам; хорошо определенные обязанности, единоначалие	Согласно проблемам и многомерным возможностям; многоаспектные обязанности, несколько руководителей
Размещение (распределение) ресурсов	Неизменяемое, согласно требуемым размерам	Изменчивое, согласно требуемым размерам и многообразию возможностей
<i>Стимулирование производительного (продуктивного) взаимодействия</i>		
Взаимодействие систем (структур)	Главным образом внутри подразделений, естественная взаимозависимость	Внутри и между подразделениями, взаимовыгодная взаимозависимость
Культура	Нормы измеренного превосходства (определена иерархия)	Нормы распределенного и организационного превосходства
Пересекающееся сотрудничество между подразделениями	Когда необходимо	Постоянно; посредством здоровых межличностных коммуникаций
Управление взаимодействиями	Иерархия, определенный (общепринятый порядок), комиссии	Применять удачные разрешения конфликтов и использовать навыки процесса решения проблем
Информационные системы	Основаны на стоимости (издержках) и занятости (обязанностях) подразделений	Многофакторные и основаны на возможностях
<i>Творческие гибкие ресурсы</i>		
	Преданные организации и подразделению люди, знания и материальное имущество	Ресурсы делают возможным усиление использования внешних факторов: разносторонних людей, приобретаемого опыта, взаимозаменяемого материального имущества

Следующим этапом можно считать определение приоритетных возможностей развития организации. На данной стадии менеджерам следует выделить наиболее перспективные возможности и наметить пути их реализации. При этом следует обращать внимание не только на прогнозируемую прибыль, но и на степень взаимосвязи потребляемых ресурсов, используемых рынков. При выборе приоритетов также необходимо учитывать миссию и стратегию развития организации.

Хотя предварительная возможность установить некоторые виды синергии определяется высшим менеджментом, следует подчеркнуть, что вероятность выявления новых возможностей может быть особенно продуктивна, когда существует активное взаимодействие между рынком и организацией. Когда имеется много точек соприкосновения с клиентами, то увеличивается вероятность разработки новых рыночных идей, процессов реализации, новых видов продукции. Если организация обладает

необходимыми для этого ресурсами, то идеи превращаются в реализуемые возможности. Иными словами, большинство идей возможной синергии не являются результатом реализации главной стратегии, но создаются и адаптируются людьми, взаимодействующими на всех уровнях организации.

Таким образом, синергия может быть источником серьезного конкурентного преимущества, и при этом ее многомерная природа требует новых способов планирования деятельности современных организаций. Необходимо планировать создание всевозможных условий для получения синергии, в частности: определять необходимые материальные и человеческие ресурсы, учитывать распределение полномочий и ответственности между работниками, а также их мотивацию к сотрудничеству друг с другом. Такой подход к планированию позволит не только использовать уже существующую синергию, но и создавать ее новые эффективные варианты.

Список литературы

1. *Портер М.* Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / пер. с англ. Е. Калининой. М.: «Альпина Паблишер», 2008 (2-е изд. – 2008). 720 с.
2. *Хамел Г.* Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня / Г. Хамел, К. Прахалад. М.: Олимп-бизнес, 2002.
3. *Barney J. B.* Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, *Journal of Management*. 1991. 17(1). P. 99–120.
4. *Тис Дж. Д.* Динамические способности фирмы и стратегическое управление / Дж. Д. Тис, Г. Пизано, Э. Шуен // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. 2003. № 4. С. 133–186.
5. *Портер М.* Конкуренция. 2-е изд. М.; СПб.; Киев: Вильямс, 2006. 608 с.
6. *Портер М.* Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. И. Минервина. М.: «Альпина Паблишер», 2011. 454 с.
7. *Miller D.* Advantage by design: Competing with opportunity-based organizations / Danny Miller // *Business Horizons*. 2005. 48. P. 393–407.

СУЩНОСТНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

CHARACTERIZING THE ESSENCE OF HUMAN RESOURCE

УДК 330 : 331.101.262



ЧЕРНЯЕВА Екатерина Александровна

аспирантка Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, ea.chernyayeva@gmail.com

CHERNYAEVA Ekaterina Alexandrovna

Post-graduate student of Saint-Petersburg State University of Film and Television, ea.chernyayeva@gmail.com

Аннотация.

В статье анализируются труды ведущих экономистов, исследовавших понятие «человеческий капитал». Рассматриваются различные подходы к определению места и роли человеческого капитала в экономике. Проведен анализ имеющихся представлений о сущности и основных характеристиках человеческого потенциала.

Ключевые слова: человеческий потенциал, сущность, характеристика, этапы формирования, категории.

Abstract.

The author analyses works by outstanding economists who explored the concept “human resource”. The article discusses various approaches to defining the place and role of the human resource in the economy. The author analyses the existing notions about the essence and the basic characteristics of human potential.

Key words: human potential, essence, characteristics, stages of formation, categories.

В середине 50-х гг. XX в. экономисты и ученые считали основополагающими и влияющими на развитие страны экономические факторы. Однако в процессе прогресса и многочисленных исследований экономисты пришли к единому мнению, что ключевая фигура в развитии экономики – человек. Быстрый рост технологического и информационного прогресса общества, формирование инновационной экономики привели к преобразованию всех сторон жизнедеятельности, к формированию нового образа жизни людей.

Тенденции общественного развития в настоящее время показывают изменение места и роли человека в экономике, интеллект выделя-

ется как фактор прогресса, в результате появляется понятие «человеческий капитал». Именно благодаря данному понятию, по мнению западных исследований, можно наблюдать динамику роста качества жизни общества.

Несмотря на уже сложившееся понимание термина «человеческий капитал», автор видит целесообразность в более глубоком исследовании данного вопроса. Изучая научные труды и публикации, посвященные изучению человеческого капитала, можно сделать вывод, что не существует однозначного определения данного термина, так как в научной литературе ему присваиваются разные характеристики и описываются разноплановые составляющие. Ис-

следованию сущностной характеристики человеческого капитала посвящено множество работ зарубежных и отечественных экономистов У. Петти, А. Смита, А. Маршалла, Т. Шульца, Г.-С. Беккера, Р. Солоу, А. И. Добрынина, С. А. Дятлова, М. М. Критского, И.Т. Корогодина и др.

Автор считает, что начать исследование необходимо с рассмотрения принятых определений термина «человеческий капитал», которые наиболее часто можно встретить в научной литературе.

Уильям Петти, один из основоположников классической политической экономии в Англии, в своем труде «Политическая арифметика» отдельно выделяет идею о ценности человека как экономического ресурса [1]. По его мнению, богатство общества зависит от рода занятий и способности человека к труду, к тому же прослеживается мысль о том, что вложения в образование выгодны, так как благодаря им повышается производительность труда экономически активного человека.

Теодор Шульц (1902–1998), лауреат Нобелевской премии по экономике, в одной из своих основных работ «Теория человеческого капитала» утверждал, что данный вид капитала может накапливаться и воспроизводиться. При этом предполагается, что вложения средств в человеческий капитал производятся для получения в будущем больших доходов. Инвестиции в создание и развитие этого вида капитала являются важным составляющим для семьи и всего общества. Ученый одним из первых ввел понятие человеческого капитала как производительного фактора и внес большой вклад для понимания роли человеческого капитала как главного двигателя и фундамента индустриальной и постиндустриальной экономик [2].

Гари-Стэнли Беккер (1930), американский экономист, лауреат Нобелевской премии по экономике (1992), определил человеческий капитал как совокупность навыков, знаний и умений человека, исследовал структуру распределения личных доходов, возрастную их динамику, неравенство в оплате мужского и женского труда и т. д. К тому же, ученый оценил экономическую эффективность образования, в

частности, для самого работника. Ученый считал целесообразным работнику вкладываться самостоятельно в повышение своей квалификации, тем самым увеличивая свою производительность. Беккер продвигал идею, что вложения в отдельного человека прибыльнее, чем вложения в основной капитал [3].

Помимо зарубежных экономистов, изучением понятия и теории человеческого капитала занималась и отечественная наука. Мнение автора наиболее близко понятиям А. И. Добрынина, С. А. Дятлова, М. М. Критского, И. Т. Корогодина, С. М. Климова. Рассмотрим подробнее их исследования и разработки.

В своих исследованиях А. И. Добрынин отмечает, что в структуре производительных сил человека необходимо различать две стороны: рабочую силу (способность к труду) и потребительскую силу (способность к потреблению). Он понимает под человеческим капиталом имеющийся у человека запас не только здоровья, знаний, навыков, но и способностей, мотиваций, которые содействуют росту его производительности труда и влияют на рост доходов.

С. А. Дятлов считает, что важнейшими свойствами, которыми обладает личность, является способность к труду и к потреблению, входящие в структуру производительных сил человека.

М. М. Критский, выдающийся экономист России, первым в стране опубликовал монографию по исследуемой автором теме, что послужило новым толчком в развитии данного направления. По его мнению, человеческий капитал воплощает в себе потребительскую и производственную силы и в процессе развития проявляется как итог исторического движения общества к его современному состоянию.

И. Т. Корогодина считает, что суть капитала выражается через его накопление. Все накопленные средства – информационные, материальные, денежные – являются капиталом, благодаря которому человек рассчитывает извлечь доход. Именно поэтому человеческий капитал представляет собой не врожденные, а приобретенные свойства человека. Он не рождается с уже готовым капиталом, воспитание, образование, информационное поле человека – все это

влияет на процесс жизнедеятельности каждого индивидуума. В данном случае, врожденные свойства могут выступать лишь в качестве фактора, способствующего плодотворному формированию человеческого капитала [4].

С. М. Климов определяет человеческий капитал как совокупность интеллектуальных и творческих способностей, знаний, умений и практических навыков, накопленных в про-

цессе образования и практической деятельности человека. Им были выделено несколько основных компонентов человеческого капитала, таких как интеллектуальные ресурсы личности, его жизненные ресурсы, психологический, физический и социальный потенциал.

Приведенный выше теоретический материал можно представить наглядно в виде таблицы 1.

Таблица 1

Сравнение различных подходов к определению понятия «человеческий капитал»

№ п/п	Автор	Главная идея
1	У. Петти	Идея о ценности человека как экономического ресурса, Богатство общества зависит от рода занятий и способности человека к труду; вложения в образование выгодны – повышается производительность труда
2	Т. Шульц	Человеческий капитал может накапливаться и воспроизводиться. При этом предполагается, что вложения средств в человеческий капитал производятся для получения в будущем больших доходов. Инвестиции на создание и развитие человеческого капитала являются важным составляющим для семьи и для всего общества
3	Г-С. Беккер	Перенес понятие человеческого капитала на микроуровень, определил, что это совокупность навыков, знаний, умений человека, оценил экономическую эффективность образования для самого работника. Вложения в человека выгоднее вложений в основной капитал
5	А. И. Добрынин, С. А. Дятлов	Выделили рабочую силу (или способность к труду) и потребительскую силу (способность к потреблению). Запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций влияет на рост производительности труда и доходов
6	М. М. Критский	Человеческий капитал – конкретная форма жизнедеятельности, она как итог исторического движения общества
7	С. М. Климов	Человеческий капитал как совокупность интеллектуальных и творческих способностей, знаний, умений и практических навыков, накопленных в процессе образования и профессиональной деятельности
8	И. Т. Корогодин	Суть капитала – его накопление. Человек не рождается с уже готовым капиталом, он создается в процессе жизнедеятельности каждого индивидуума, врожденные свойства могут выступать лишь в качестве фактора, способствующего плодотворному формированию человеческого капитала

По мнению автора, по данным таблицы 1 можно проследить множество дополняющих друг друга определений исследуемой экономической категории, ориентированных на описание основных свойств и существенных характеристик капитала. Так, ряд экономистов – представителей школы классической политической экономии, таких как Т. Шульц, Г. Беккер и др. в своих трудах соотносят капитал со стои-

мостью, приносящей прибавочную стоимость, опираясь при этом на концепцию создания прибавочного продукта, а также на особенности производственных отношений людей в процессе общественного производства. М. М. Критский, В. Н. Костюк и С. М. Климов считают главными составляющими индивидуальные качества, приобретенные свойства человека, интеллектуальный и творческий потенциал.

На основании вышеизложенного, можно выделить этапы формирования категории «человеческий капитал», которые позволят нам проследить процесс эволюции исследуемого понятия в экономике. На первом этапе состав человеческого капитала включал только образование. На втором этапе в него постепенно включили воспитание, образование, знания (науку), здоровье, информационное обслужи-

вание, культуру и искусство. На третьем этапе развития были добавлены инвестиции в составляющие, обеспечивающие безопасность людей, подготовку эффективной элиты, формирование и развитие гражданского общества, повышение эффективности институционального обслуживания, инвестиции в повышение качества жизни населения и в приток капитала извне в данную страну или регион [5].

Таблица 2
Составляющие развития человеческого капитала

Первый этап	Второй этап	Третий этап
Образование	Образование. Наука. Культура и искусство. Воспитание. Здравоохранение. Информационное обслуживание	Образование. Наука. Культура и искусство. Воспитание. Здравоохранение. Информационное обслуживание. Институциональное обслуживание. Экономическая свобода. Безопасность. Подготовка элиты

Автор согласен с мнением специалистов в том, что понятие человеческого капитала стало всеобъемлющим, представляющим из себя не только научные знания, которым обладает человек, но и захватывающие его внутренние качества и даже уровень комфорта и безопасности. Необходимо особо отметить выводы И. Т. Корогодина и С. М. Климова, которые считают основными компонентами человеческого капитала индивидуальные качества, приобретенные свойства человека, интеллектуальный и творческий потенциал.

Как представляется, человеческий капитал в широком понимании формируется за счет направления инвестиций в повышение уровня и качества жизни населения в целом и в обеспечение комфортности и эффективности интеллектуального и управленческого труда.

Человеческий капитал, являясь частью совокупного капитала, представляет собой накопленные затраты на общее образование, специальную подготовку, здравоохранение,

перемещение рабочей силы. Виды «человеческого капитала» экономисты классифицируют по видам затрат, инвестиций в человеческий капитал. В связи с этим И. В. Ильинский выделяет следующие составляющие:

- а) капитал образования;
- б) капитал здоровья;
- в) капитал культуры.

Автор раскрывает приведенные выше типы человеческого капитала. Основным типом является капитал образования. Как и другие типы капитала, образование представляет собой единовременные затраты ресурсов, направленные на увеличение производительности в будущем [6]. Но в отличие от инвестиций в другие формы капитала инвестиции в образование имеют частный характер, они индивидуальны. Эта связь и делает капитал человеческим. Исследователи человеческого капитала исходят из представления, что при вложении средств в подготовку и образование учащиеся и их родители ведут себя раци-

онально, взвешивая соответствующие выгоды и издержки.

Капитал здоровья выражается через инвестиции в человека для формирования, поддержания и улучшения его здоровья и работоспособности в течение всего периода времени. Инвестиции в здоровье, его охрана, способствующие сокращению заболеваний и смертности, направлены на продление трудоспособной жизни человека, следовательно, и времени функционирования человеческого капитала.

Капитал культуры – это языковая и культурная осведомленность человека, богатство в форме знаний или идей, которые узаконивают статусы и власть, поддерживают установленный социальный порядок, существующую в обществе иерархию. Культурный капитал индивида характеризуется несколькими показателями: интеллектуальная культура (интеллектуальный капитал), образовательная культура (образовательный капитал), морально-нравственная культура (морально-нравственный капитал), символическая культура (символический капитал), социальная культура (социальный капитал).

Следовательно, степень отдачи от применения человеческого капитала зависит от индивидуальных интересов человека, от его решений, материальной и моральной заин-

тересованности, мировоззрений, от общего уровня его культуры.

В заключение отметим, что в настоящее время, с точки зрения экономической основы формирования человеческого капитала, предприятия, осознающие ценность человеческого фактора и относящиеся к нему как к капиталу и как к ресурсу, работающему на повышение экономической стоимости, являются наиболее перспективными и более конкурентоспособными. Таким образом, происходит обмен между человеком, предлагающим свой труд, свои навыки, профессионализм, то есть свой капитал, и предпринимателем, приобретающим этот капитал в актив своего предприятия. Можно сделать вывод, что человеческий капитал – фактор конкурентоспособности, экономического роста и эффективности, так как помимо того, что благодаря человеку рабочий процесс происходит вообще, сильная, целеустремленная команда, объединенная единой идеей и нацеленная на результат, работает на прирост стоимости компании. Лояльность клиентов, торговая марка, инновационные подходы, корпоративный климат – все эти факторы являются составляющими процесса увеличения стоимости предприятия и недостижимы никаким другим путем, кроме как вложениями человеческого капитала.

Список литературы

1. *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: ЭКСМО, 2007.
2. Теория национальной экономики: Учеб. пособие / Под ред. И. М. Лемешевского. Мн.: Плюсминус, 2001.
3. *Schultz T.* Investment in Human Capital: The Role of Education and of Research. N.Y., 1999. URL: http://www.hks.harvard.edu/var/ezp_site/storage/fckeditor/file/pdfs/centers-programs/centers/cid/publications/faculty/wp/029.pdf (дата обращения: 10.01.2014).
4. *Беккер Г.* Нобелевская лекция. Экономический способ смотреть на жизнь, 1992. URL: http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economic-sciences/laureates/1992/beck-er-lecture.pdf (дата обращения: 09.01.2014).
5. *Корогодин И. Т.* Общая экономическая теория. Воронеж: ИВГУ, 2003.
6. *Жак Фицгенс.* Человеческий капитал: как измерить и увеличить его стоимость: Пер. с англ. // Технологии корпоративного управления. 2008. № 10.
7. *Ильинский И. В.* Инвестиции в будущее: образование в инновационном производстве. СПб.: СПбУЭФ, 1996.

ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

INNOVATIVE ASPECTS OF CULTURAL TOURISM DEVELOPMENT IN THE CURRENT CONDITIONS

УДК 338.483.12 : 001.895



БАЙКОВ Евгений Александрович

доктор военных наук, профессор, профессор кафедры управления экономическими и социальными процессами Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, evgeny7430@yandex.ru

BAIKOV Yevgeny Alexandrovich

Doctor of Military Science, Professor, Professor of Department of Economic and Social Processes Management, Saint-Petersburg State University of Film and Television, evgeny7430@yandex.ru

Аннотация.

В статье рассматриваются такие новые виды культурно-познавательного туризма и его инновационные обеспечивающие составляющие, как бэкпэкерский и виртуальный туризм, кинотуризм, трэвел-журналистика, туристский консалтинг, научно-экспедиционное обеспечение. Показаны их характерные особенности, основное содержание и специфика проявления. Предложены некоторые рекомендации по их учету и применению в практической деятельности органов государственного управления, предприятий турбизнеса, учреждений сферы культуры и образования.

Ключевые слова: инновации, культурно-познавательный туризм, виртуальный туризм, кинотуризм, трэвел-журналистика, туристский консалтинг.

Abstract.

The article discusses some new types of cultural tourism and its innovative components such as backpacking, virtual tourism, film tourism, travel journalism, tourist consulting, providing scientific expeditions. The author has shown their characteristic features, essence and specifics and offered some recommendations for their registering and application in the practical activities of state authorities, tourist industry, cultural and educational institutions.

Key words: innovations, cultural tourism, virtual tourism, film tourism, travel journalism, tourist consulting.

Туризм представляет собой неотъемлемую часть жизни общества, являясь в современную эпоху феноменом мирового масштаба. В условиях глобализации современного мира

он выступает как сложное многогранное социально-экономическое явление.

С экономической точки зрения туризм – это особый вид потребления туристами ма-

териальных благ, услуг и товаров, который выделяется в отдельную отрасль хозяйства, обеспечивающую туриста всем необходимым: транспортными средствами, объектами размещения и питания, культурно-бытовыми услугами, развлекательными мероприятиями. В мировой экономике он прочно занял позиции одной из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамично развивающихся отраслей. Сегодня туризм представляет собой мощную мировую индустрию, занимающую до 10% мирового валового продукта.

Однако туризм еще и социокультурное явление, сфера социальных отношений и культуры. В области социальных отношений туризм может претендовать на некий структурообразующий уровень в связи с тем, что каждый пятнадцатый человек в мире, так или иначе, связан с индустрией туризма. Во многих странах мира именно за счет туризма создаются новые рабочие места, поддерживается высокий уровень жизни населения, создаются предпосылки для улучшения платежного баланса страны. Необходимость развития индустрии туризма способствует повышению уровня образования, совершенствованию системы медицинского обслуживания населения, внедрению новых средств распространения информации и т. д.

В области культуры туризм способствует сохранению культурного достояния регионов, их традиций, промыслов, самобытности, восстановлению и сохранению историко-культурных памятников. Туризм, будучи явлением мировой культуры, способствует, в свою очередь, раскрытию и постижению различных сторон и характеристик самой культуры: ее сущности, видов, форм и функций в «живом» виде. Массовое развитие туризма позволяет миллионам людей расширить знания по истории своего отечества и других стран, познакомиться с достопримечательностями, культурой, традициями той или иной страны.

Одним из важнейших направлений стратегического развития туризма является его культурно-познавательный вектор, который отнесен экспертами ООН к наиболее попу-

лярным видам туризма на ближайшие 20 лет. Его философия – личное открытие человеком исторических мест и памятников, восприятие великого художественного наследия, эстетическое переживание и духовное обогащение, возвышенное отношение к подлинникам мировой цивилизации. В то же время – это прямое общение людей, возникновение взаимопонимания между ними, уважение к иной культуре.

По оценкам экспертов, на фоне превращения туризма в одну из ведущих отраслей экономики культурно-познавательный туризм может стать в этом процессе главным. Ведь уже сейчас, например, без культурной программы не обходятся ни деловые, ни спортивные форумы.

Сегодня культурно-познавательный туризм находится на подъеме во всех странах мира. Этот вид туризма составляет около 40% международного туризма и генерирует около 35 млн ежегодных туристских поездок в Европе. По данным Всемирной торговой организации, к 2020 г. количество путешествующих с целью знакомства с культурным наследием разных стран и народов достигнет более 2,5 млрд чел. [1].

Культурно-познавательный туризм на всем протяжении истории развития российского туризма являлся наиболее развиваемым и востребованным направлением. Эта тенденция сохранилась и на сегодняшний день – культурно-познавательный туризм продолжает сохранять лидирующие позиции среди других видов туризма.

В современных условиях культурно-познавательный туризм развивается по различным традиционным направлениям в соответствии с его основными разновидностями: профессиональный (например, поездка на гастроли); специализированный (удовлетворение культурных потребностей является главной целью); сопутствующий (удовлетворение культурных потребностей – одна из побочных сторон); квазитуризм (перемещение местных жителей-экскурсантов в пределах региона с культурно-познавательными целями) и т. д.

Вместе с тем реалии современной действительности определяют появление и дальнейшее развитие целого ряда принципиально новых видов культурно-познавательного туризма (например, бэкпэкерский и виртуальный туризм, кинотуризм) и инновационных технологий его обеспечения (например, трэвел-журналистика, туристский консалтинг, научно-экспедиционное обеспечение и т. д.).

Сегодня одной из главных тенденций в туристическом бизнесе является переход от групповых форм к индивидуальным путешествиям. Потребители все чаще отказываются от профессиональных услуг фирм-туроператоров и самостоятельно планируют и организуют свои турпоездки, используя для этого главным образом возможности интернет-ресурсов. Это означает, что туроператором в последнее время становится сам турист. Этим и объясняется растущая популярность в последние годы бэкпэкерского туризма.

Бэкпэкинг (от англ. *backpack* – рюкзак) – термин, обозначающий путешествия, совершаемые туристом (бэкпэкером) за относительно небольшие деньги, который чаще всего принципиально отказывается от услуг туроператоров. Такие туристы используют для этого все информационные возможности Интернета, льготы и скидки, предоставляемые транспортными перевозчиками (распродажи и специальные акции, бонусные мили и т. д.), услуги бюджетных авиакомпаний-дискаунтеров, а также автостоп. В пути туристы-бэкпэеры стараются ночевать в относительно недорогих гостиницах, хостелах и кемпингах, а также в домах местных жителей. Питаются обычно они в недорогих кафе и бистро, простых столовых, а также у самих местных жителей [2].

Одной из *главных* отличительных особенностей этого вида путешествий являются глубокое погружение в реальную жизнь незнакомой дестинации и активное общение с ее жителями. Изменение понятия о туристе как о полномочном участнике процесса производства турпродукта формирует и новое представление о туристической ин-

фраструктуре. В новом понимании туристическая инфраструктура – это не столько места размещения, общественного питания и объекты показа, а скорее то, что помогает туристу-туроператору производить турпродукт – информационная инфраструктура. Значимость современной инфраструктуры туризма теперь смещается от традиционных представлений (аэропорты, вокзалы, отели, рестораны, пляжи и т. д.) к объектам, где формируется и передается информация, обусловленная высшими потребностями и развивающимися мотивациями потребителей.

В новой модели турбизнеса процесс производства турпродукта идет от клиента, его желаний, ожиданий, интересов, то есть от продукта, которого еще нет. В этой ситуации клиент выступает не только как потребитель, но и как туроператор, создающий турпакет, и, соответственно, как полноправный участник процесса производства турпродукта [3].

Указанные обстоятельства обуславливают определенную перестройку туристического бизнеса и вместе с тем предоставляют ему новые возможности. Ведь туристы-бэкпэеры, путешествующие самостоятельно, нуждаются в соответствующем обеспечении их поездки. А это, в первую очередь, информационное обеспечение (путеводители и карты, порталы и сайты, кино- и видеофильмы и т. п.), а также консалтинговое, юридическое, банковское, страховое, медицинское обеспечение и т. д.

Туризм в современных условиях представляет собой явление глобального транснационального масштаба. В связи с широким распространением Интернета и развитием других новых технологий, прежде всего телекоммуникационных и информационных, появился такой принципиально новый вид туризма как виртуальный. Виртуальный туризм – это пассивная форма туризма, позволяющая, не выходя из дома, посетить самые удивительные и экзотические места нашей планеты и вне ее. Им занимаются прежде всего самые любознательные. Вместе с тем им могут воспользоваться и те, у кого поехать

в путешествие нет возможности (инвалиды, престарелые и необеспеченные люди, по соображениям безопасности и т. д.). Но чаще всего в виртуальные туры отправляются те, кто собирается посетить ту или иную страну в ближайшем будущем для того, чтобы окончательно определиться с тем или иным вариантом путешествия.

В настоящее время виртуальный туризм чрезвычайно многообразен, он характеризуется невероятно большим количеством различных форм, технологий и их вариаций. Но по-прежнему в этом плане одной из наиболее массовых является аудитория телезрителей. Современное телевидение позволяет своим зрителям сегодня в подавляющем большинстве смотреть от нескольких десятков до нескольких сотен телеканалов с превосходным качеством изображения, в том числе в цифровом формате. Среди этих каналов достаточно много специализированных, посвященных туризму и путешествиям. В России телезритель может теперь при желании практически круглосуточно смотреть такие всемирно известные зарубежные телеканалы, как Discovery, National Geographic, Animal Planet, Travel Channel, Travel and Adventure и др. Достаточно много в российском телевидении и наших отечественных каналов, работающих по этой тематике: «Моя Планета», «Клуб путешествий», «Телепутешествия-HD», «RBN – Туризм», Russian Travel Guide, «Охота и рыбалка» и т. п. Необходимо учитывать, что по другим телеканалам также показываются специальные передачи и демонстрируются отдельные фильмы, которые связаны с туризмом и путешествиями, в том числе создаваемые всемирно известными компаниями, например, BBC или Universal.

Виртуальный туризм в наши дни стал еще более популярным, благодаря Интернету. Сегодня с его помощью, и в частности «Гугл» и «Яндекс» карт, создаются и демонстрируются виртуальные туры и путешествия практически во все уголки нашей планеты. Они создаются как специальными компаниями-разработчиками, так и пользователями интернет-ресурсов самостоятельно. С помощью этих технологий

можно просматривать спутниковые фотографии и карты местности, а также транспортных коммуникаций, самостоятельно прокладывать маршруты следования, любоваться панорамами улиц и фото объектов туристского интереса и т. д. Имеются специальные программы (например, проект «Гугл» Art Project), с помощью которых можно совершать виртуальные экскурсии по всемирно известным музеям, включая Эрмитаж и Третьяковскую галерею, и любоваться шедеврами культуры и искусства. Кроме виртуальных туров по странам и континентам, с помощью современных интернет-технологий можно также путешествовать в водных глубинах, просматривая трёхмерную карту дна океанов и морей, или в космическом пространстве, изучая расположение звезд и планет во Вселенной или исследуя поверхности отдельных планет.

Большое значение для виртуальных путешествий и туров приобретает широкий пользовательский контент. Все большее количество путешествующих по миру размещает в Интернете информацию о своих поездках в виде фото- и видеоотчетов, описаний условий пребывания и достопримечательностей, местных обычаев и кухни, рекомендаций по поведению, безопасности, бытовым вопросам и пр. Эти отчеты и описания, в особенности, если они дополнены качественной фото- и видеоинформацией, являются прекрасной основой для совершения виртуальных путешествий в ту или иную страну для многих других пользователей Интернета.

Еще одно новейшее направление в виртуальном туризме – это использование видеоигр для познания мира и путешествий. В таких широко известных видеоиграх, как Fallout, The Elder Scrolls, Gothica, Second Life и многих других, можно не только бегать и выполнять задания, но и полноценно путешествовать по всему миру. В них во многих случаях отображается практически реальный трехмерный виртуальный мир, в котором игрока ждут поистине широчайшие возможности с точки зрения путешествий. Так, в игре Second Life есть виртуальные города и районы, максимально повторяющие реальные, например,

здесь можно совершить виртуальную прогулку по Красной площади в Москве или путешествие по киевскому Майдану [4].

Все большую популярность в мире завоевывает такой новый вид туризма, как кинотуризм. Поклонники шедевров кино и телевидения готовы платить большие деньги за возможность побывать в тех местах, где снимались их любимые произведения. Согласно проводимым исследованиям, около 40% всех путешественников хотели бы побывать в подобных местах.

Впервые это новое явление ярко проявилось в 2006 г., когда главный парижский музей «Лувр» посетило рекордное количество туристов – около 8,5 млн человек. Этот рекорд был обусловлен необычайной популярностью известного кинофильма «Код да Винчи». Данным явлением незамедлительно воспользовались крупные фирмы-туроператоры, которые стали включать в свои турпродукты предложения посетить места, напоминающие о сюжетах любимых кинофильмов, где жили известные киногерои либо производились съемки киношедевров. Так, по мнению специалистов, одним из самых привлекательных городов с точки зрения кинематографических достопримечательностей является американский Нью-Йорк. По его улицам разгуливали такие персонажи, как Кинг-Конг, Годзилла, Бэтмен, Человек-Паук и многие другие. Не менее популярны в этом плане Великобритания в целом и ее столица Лондон. Цель каждого пятого тура в эту страну – увидеть своими глазами места съемок популярного фильма «Гарри Поттер». Любители детективных сериалов о Шерлоке Холмсе и докторе Ватсоне во время туристической поездки в Лондон обязательно посещают Бейкер Стрит. Новая Зеландия, например, уже на протяжении нескольких лет переживает туристический бум, связанный с нашумевшей киноэпопеей «Властелин колец» [5].

Российские туроператоры также не остались в стороне от новомодного явления и стали предлагать широкий выбор продуктов с кинотуристской направленностью для наших соотечественников, но, к сожалению, с

поездкой за рубеж. Что же касается кинотуризма собственно в России, то здесь не все так радужно, как хотелось бы. Это обусловлено многими причинами: недостаточной известностью отечественных кинофильмов за рубежом, трудностями доступа и неафишируемостью информации о том, где снимались наши кинофильмы, спецификой менталитета российских туристов, предпочитающих иные виды туризма и развлечений, неготовностью турбизнеса, предприятий киноиндустрии и других заинтересованных структур инвестироваться в «раскрутку» этого вида туризма и т. д. Однако все-таки должна сохраняться надежда, что кинотуризм и в нашей стране займет достойное место на уровне общемировых тенденций.

Еще одно новое и развивающееся бурными темпами в последнее время направление в туризме – это трэвел-журналистика (от англ. *travel journalism*). Данное направление можно считать специализированным видом обеспечения туристической деятельности. Трэвел-журналистика специализируется на предоставлении информации, связанной с туризмом и путешествиями по собственно туристической, социокультурной, географической, исторической, этнографической и иной тематике. При этом трэвел-журналистикой занимаются как профессионалы, так и любители, поставляющие свои материалы для органов государственного управления, учреждений и предприятий турбизнеса, кино- и телеиндустрии (документальные кинофильмы, специализированные каналы и телепередачи), книгоиздательств, редакций журналов и газет (путеводители, специализированные издания и рубрики), интернет-ресурсов и т. п.

Продукты творчества трэвел-журналистики могут иметь информационно-документальный, развлекательный или потребительский характер в зависимости от коммуникативных намерений авторов и предпочтений потребителей. Для этого в трэвел-журналистике могут использоваться самые различные жанры: путевые очерки и заметки, репортажи, обозрения, тематические передачи и программы и т. п.

Глобальное расширение Интернета привело, в частности, к появлению пользовательской журналистики, которая привнесла совершенно новые форматы в этот вид жанра. Все больше пользователей Интернета, в том числе и профессионалов, заводят онлайн-профили и размещают там материалы собственного производства для всеобщего просмотра на крупных интернет-ресурсах, таких как «Ютуб», «В контакте», «Мой мир» и др. Сообщество трэвел-журналистов при этом весьма разнородно. Например, есть очень много фрилансеров и блоггеров, пишущих для трэвел-журналистики. Многие из них состоят в профессиональных сообществах, таких как Российское географическое общество, Североамериканская ассоциация трэвел-журналистов или Британская гильдия трэвел-райтеров и т. п. Трэвел-журналистикой занимаются не только журналисты, но и путешественники, географы, экологи и просто люди, которые любят путешествовать [6].

Учитывая сложность и неоднозначность рассматриваемого направления туристического обеспечения, необходимо проводить научные исследования профессиональной и пользовательской трэвел-журналистики, готовить соответствующих специалистов по специальным образовательным программам, вырабатывать согласованные подходы по эффективному использованию этого мощного инструмента в интересах турбизнеса и потребителей.

В последние десятилетия в структуре экономики ведущих зарубежных стран бурными темпами развиваются консалтинговый бизнес и, соответственно, консалтинговые услуги. Вообще консалтинг – это консультационная помощь, оказываемая внешними сторонними специалистами предприятиям, учреждениям или частным лицам в разрешении их проблем. Сфера распространения консалтинговых услуг достаточно широка: от первоначального узкого понимания этого термина – аудита до оказания консультационных услуг в области управленческой, экономической, финансовой, инновационной, инвестиционной, маркетинговой деятельности и т. п.

Учитывая тот факт, что в современных условиях туризм становится одной из ведущих отраслей экономики многих государств и одной из наиболее динамично развивающихся в нашей стране, необходимость внедрения такого новшества, как туристский консалтинг, становится очевидной. Прежде всего, это обуславливается бурным развитием индивидуального туризма и его главной составляющей – бэкпэкинга, о чем уже говорилось ранее. Ведь туристы, путешествующие самостоятельно, особенно в непривычных зарубежных условиях, нуждаются в знании и умелом применении целого моря необходимой информации: собственно туристической, географической, юридической, санитарно-эпидемиологической и гигиенической и т. п. Вполне понятно, что самому путешественнику справиться с обилием подобной информации, причем подчас достаточно противоречивой, только с помощью Интернета иной раз бывает весьма затруднительно. И здесь на помощь ему могли бы прийти профессионалы-консультанты в данной сфере. Нестабильность современной экономической ситуации в мире, да и в нашей стране, обуславливает возникновение проблем самого разного рода также в деятельности предприятий туристической индустрии, которым могут оказывать содействие опять же эти специалисты. Они же могут помочь при возникновении трудностей у региональных туристических администраций либо при необходимости обоснования новых перспективных направлений их деятельности.

Туристско-консалтинговая деятельность, как представляется, может осуществляться в различных формах. Прежде всего, можно говорить о деятельности частных туристско-консалтинговых фирм, формировании консалтинговых подразделений в структуре региональных туристско-информационных центров, создании отдельных туристско-консалтинговых центров в наиболее продвинутых в туристическом отношении дестинациях и т. д. В целом же с полным основанием можно полагать, что этот вид инновационной обеспечивающей деятельности в туризме мо-

жет иметь достаточно хорошие перспективы развития в нашей стране.

Научно-экспедиционный туризм является относительно новым и перспективным направлением современной туристской деятельности. Он предполагает проведение научных исследований учеными и специалистами в ходе целенаправленно организованных экспедиций-туров к местам и объектам, представляющим значительный научный и познавательный интерес. Кроме научной программы в таких экспедициях значительное место отводится мероприятиям культурно-досуговой направленности [1]. Вместе с тем культурно-познавательная составляющая может являться и основной при проведении целого ряда научных экспедиций.

Если говорить о России, то общепризнанно, что она обладает одним из богатейших в мире культурно-историческим наследием, значительная часть которого может изучаться при помощи научно-экспедиционного туризма. Так, например, в Северо-Западном регионе нашей страны для туристов с научными предпочтениями и соответствующих специалистов могут представлять значительный интерес морские научные экспедиции по изучению богатейшего историко-культурного наследия побережья российской части Финского залива и Приладожья. Это, прежде всего, Северная Пальмира – Санкт-Петербург, его пригороды и окрестности, города и объекты на северном и южном побережье залива. В Приладожье, в частности, для зарубежных и отечественных туристов могут представлять научно-исторический и познавательный интерес старинные береговые крепости Приозерск, Орешек – Шлиссельбург и Старая Ладога. Это также древние островные монастыри: Валаамский (о. Валаам), Коневский (о. Коневец) и Троицкий Сенной (о. Сенной). На дне российского сектора Финского залива и Ладожского озера выявлено большое количество подводных объектов, представляющих исторический и культурно-познавательный интерес для туристов и специалистов, увлекающихся дайвингом. Значительное число этих объектов находится в хорошем состоянии, а малые глубины

залегания делают организацию погружений в данных районах доступной даже для начинающих аквалангистов. Для организации морского научного туризма и международных экспедиций могут быть предложены, в частности, корабли, погибшие в 1790 г. в Выборгском сражении русского и шведского флотов – самой крупной морской битве в истории Балтики, корабли флота шведского короля Магнуса Эринссона, затонувшие во время шторма в Нарвском заливе в 1349 г. во время возвращения из похода на Русь и т. д.

Культурно-познавательную привлекательность для организации научных экспедиций имеют большинство регионов нашей страны. Начиная с начала 2000-х годов Российская академия наук совместно с ООО «Агентством научных туров» предоставляет возможность посещения и исследования всемирно известных историко-культурных объектов и заповедных зон в рамках научных туров широкому кругу людей из различных стран. Так, в частности, организовывались туры к древнему городу Аркаим («Великая тайна Аркаима»), по местам экспедиции Александра Гумбольдта («По маршруту Александра Гумбольдта»), по Златоусту («Стальная гравюра Златоуста»), по древней земле Тамани («Подводное созвездие культур»), в Денисовы пещеры («К истокам человеческой цивилизации») и пр. [1].

Таким образом, современные реалии развития туризма свидетельствуют о возникновении целого ряда совершенно новых его направлений, видов и обеспечивающих составляющих. Бэкпэкерский и виртуальный туризм, кинотуризм, трэвел-журналистика, туристский консалтинг, научно-экспедиционное обеспечение культурно-познавательного туризма – вот далеко не полный перечень новаций в туризме сегодняшнего дня. Все это требует творческого осмысления, в целом ряде случаев научного обоснования, проведения при необходимости дополнительных исследований, подготовки соответствующих специалистов с учетом новых потребностей и открывающихся перспективных возможностей в интересах дальнейшего динамичного развития туризма в нашей стране.

Список литературы

1. *Байков Е.А. и др.* История российского туризма: Монография. СПб.: Д.А.Р.К., 2009.
2. Бэкпэкинг. Материал из Википедии – свободной энциклопедии. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%C1%FD%EA%EF%FD%EA%E8%ED%> (дата обращения: 15.04.2014).
3. *Рыбакова Ю.Л.* Культурный туризм: время инноваций? // Вестник Национальной академии туризма. 2008. №1 (5). С. 42–44.
4. Виртуальные путешествия, туры, экскурсии, прогулки. URL: <http://travellife.com.ua/virtual-tours/virtualnyie-puteshestviya-turyi-ekskursii-progulki.html> (дата обращения: 15.04.2014).
5. Кинотуризм. URL: http://www.turotziv.com/content/read_article/5/265 (дата обращения: 16.04.2014).
6. *Показаньева И. В.* Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиапространства URL: <http://www.www.mediascope.ru/node/1385> (дата обращения: 17.04.2014).

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА В УПРАВЛЕНИИ РАЗВИТИЕМ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ СФЕРЫ УСЛУГ

INNOVATIVE PROCESS FEATURES IN MANAGING RESOURCE BASE DEVELOPMENT IN THE SERVICE SECTOR

УДК 001.895 : 338.46



СМИРНОВ Антон Борисович

профессор кафедры экономики кино и телевидения Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, доктор экономических наук, доцент, sab.05@mail.ru

SMIRNOV Anton Borisovich

Professor, Department of Film and Television Economics, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, sab.05@mail.ru



СМОЛОКУРОВ Евгений Вениаминович

доцент кафедры экономики кино и телевидения Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, mail@smolokurov.ru

SMOLOKUROV Yevgeny Veniaminovich

Associate Professor, Department of Film and Television Economics, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, mail@smolokurov.ru

Аннотация.

В статье рассматриваются основы реализации инноваций в управлении развитием ресурсной базы сферы услуг. Показана главенствующая роль развития информационной составляющей сферы социальных услуг. Сформулированы особенности инновационного процесса в области управления развитием ресурсной базы сферы социальных услуг.

Ключевые слова: ресурсная база, сфера услуг, инновация, системность, информационный процесс.

Abstract.

The article covers the basics of innovations implementation in the managing resource base development in the service sector. The author has shown the dominant role of the information component development to the public service sector and formulated the innovation process features in the field of managing resource base development in the public service sector.

Key words: resource base, service sector, innovation, systematization, information process.

Концепцию управления развитием ресурсной базы сферы социальных услуг следует, как полагают авторы, основывать на положении о том, что ее состояние является одной

из важнейших экономических характеристик данного сектора национальной экономики. В то же время представление ресурсной базы как целостной совокупности достаточно

разнородных элементов, соответствующих отдельным видам потребляемых ресурсов (материально-техническая, трудовая, информационная и организационная база) требует определения приоритетов их развития, основанного на значимости той или иной составляющей в аспекте ее влияния на результативность сферы социальных услуг, с целью концентрации средств и усилий на наиболее перспективных направлениях. В современных условиях, согласно представлениям авторов, целесообразно установить безусловный приоритет развития информационной составляющей.

Состояние информационной базы сферы социальных услуг характеризуется, прежде всего, тем, насколько соответствуют общественным потребностям структура и объем применяемых в операционной деятельности субъектов хозяйствования информации в виде интеллектуальных продуктов, позволяющих обеспечить применение этих технологий и, следовательно, высокое качество услуг, их необходимые объемы и снижение издержек производства и потребления. При этом сами интеллектуальные продукты выражены непосредственно в виде прогрессивных технологий производства продуктов и опосредованно в виде средств производства.

Рассматривая развитие информационной базы сферы социальных услуг в качестве основы совершенствования ресурсного обеспечения данного сектора экономики представляется необходимым учитывать общую и, по мнению авторов, наиболее состоятельную, концепцию социально-экономического развития Российской Федерации как процесса, ориентированного на создание «новой экономики», понимаемой как общественно-экономическая формация, главным признаком которой является определяющий характер процесса получения новых и распространения имеющихся знаний и их активная реализация в виде инноваций – конечных результатов творческого труда, состоящего в трансформации идей в новый или усовершенствованный продукт, востребованный рынком, или технологический процесс, вос-

требованный производством. Главным условием формирования новой экономики следует признать не только активное восприятие новых идей и готовность к их практической реализации в различных сферах человеческой деятельности, что отмечается во многих научных работах по данной проблеме (см., например, [1]), но и способность субъектов хозяйствования и органов государственного управления экономикой определять объективную потребность в развитии конкретных направлений генерации новых знаний и, далее, в определенных интеллектуальных продуктах. Следует отметить, что под влиянием научных знаний и инноваций традиционные сферы материального производства радикально меняют свою технологическую основу, поскольку производство, не опирающееся на них, в «новой экономике» оказывается неконкурентоспособным в силу нарастающего по мере ее развития разрыва между общественными потребностями и предлагаемыми таким производством способами их удовлетворения, что находит свое выражение в неудовлетворительном с точки зрения потребителя соотношением ценовых и качественных параметров продуктов.

В аспекте тех принципиальных изменений, которые характерны для этапа формирования «новой экономики», следует отметить изменение структуры процесса общественного воспроизводства, в составе которого традиционно выделяются стадии производства и реализации продукции, циклически сменяющие друг друга в рамках кругооборота продуктов и доходов, состоящего в трансформации части последних в производственные инвестиции. В условиях ориентации экономических субъектов на масштабное потребление научно-технических достижений общественное воспроизводство приобретает более сложный характер и, как полагают авторы, в его составе возникает отдельная новая инновационная стадия, которая в той или иной, но все более возрастающей степени опосредует инвестирование и сущность которой состоит в использовании инвестиционных ресурсов для создания интеллектуальных продуктов,

как элемента производственного процесса¹. По оценкам исследователей прирост валового национального продукта под влиянием применения результатов инновационной деятельности составляет в различные периоды и в различных социально-экономических системах от 65 до 87% и только остаток – непосредственными вложениями капитала [2], что позволяет сделать вывод о том, что инновационная стадия вообще и инновационное инвестирование в частности являются центральным и решающим элементом процесса общественного воспроизводства.

В контексте сказанного отметим, что авторы разделяют мнение о том, что интенсивное развитие науки и техники и оперативное внедрение полученных результатов в производственную практику является определяющим фактором производства и, следовательно, экономического роста на современном этапе мирового развития [3]. Природа экономического роста в данном случае состоит в отмеченном в [4; 5] и некоторых других работах переходе современного общества от индустриального к информационному способу развития, что отражается в кардинальном изменении ресурсной базы прежде всего промышленного производства и его результатов – во всех отраслях производственной и непроизводственной сферы. Адекватное задачам формирования «новой экономики» наращивание научного потенциала и, как следствие, резкий рост удельного веса затрат на формирование и (или) приобретение инноваций в общих операционных издержках, характерный для всех экономически развитых стран, но не соответствующий положению дел в российской экономике, отражает процесс

замещения традиционных видов ресурсов нематериальными в виде интеллектуальных продуктов, собственность на которые позволяет получить субъектам принципиальные конкурентные преимущества и обеспечить приоритетную позицию не только на национальном, но и на мировом рынке. Отметим, что, как справедливо утверждается в [3], производственное использование данного типа ресурсов на практике позволяет производителю одновременно решить две основные задачи успешного развития: сформировать рыночное предложение принципиально новых товаров и услуг и обеспечить такое изменение технологии их производства, которое приводит к резкому снижению издержек относительно предлагаемой потребительской ценности конечного продукта. Введенное в работе [1] понятие информационного элемента экономической системы как макро- или мезоорганизационной структуры, позволяет обосновать положение о том, что процесс реструктуризации ресурсной базы в настоящее время охватывает все сферы производства, каждая из которых ориентирована на использование результатов, полученных в определенных областях знаний, что приводит, например, к формированию информационного сельского хозяйства, основанного на биотехнологии и генной инженерии, информационной промышленности, основанной на наукоемких технологиях, инновационности и гибкости. Однако, говоря о информационной сфере услуг, авторы данной работы предполагают, что ее основу составляют компьютерные и телекоммуникационные технологии, что, на наш взгляд, неоправданно сужает возможности инновационного развития этого важнейшего сектора экономики, поскольку отражает непосредственные продуктовые инновационные потребности только ограниченной части соответствующих отраслей и только части технологических инновационных потребностей сферы услуг вообще и социальных, в частности.

Определение «новой экономики» как совокупности отраслей, характеризующихся большим вкладом человеческого и интеллек-

¹ Сказанное представляется справедливым в отношении как расширенного, так и простого воспроизводства на микроуровне: в первом случае инновационная стадия обеспечивает экономический рост предприятия, а во втором, достаточно часто является условием сохранения субъекта экономики как хозяйственной единицы и одновременно формирует перспективы его развития.

туального капитала по сравнению с материальными элементами, высокой специфичностью и уникальностью нематериальных активов, а также значимой в определяющих масштабах инновационной составляющей и высокими темпами обновления технологий и продуктов [6], с учетом сказанного выше о природе эффективности изменения структуры ресурсной базы производства позволяет, согласно представлениям авторов, сформулировать проблему развития данного элемента сферы социальных услуг как комплекс задач по информатизации и на этой основе ее трансформации в полноправный элемент новой общественно-экономической формации.

Данное положение, как полагают авторы, является основой обоснования в качестве определяющей концепции управления развитием ресурсной базы сферы социальных услуг инновационного развития, сущность которого состоит в радикальной активизации применения в производственной практике субъектов хозяйствования данного сектора национальной экономики, независимо от их отраслевой принадлежности, прогрессивных научно-технических достижений прикладного характера (инноваций) при условии объективно доказанной их социальной и экономической эффективности.

Прикладное применение концепции инновационного развития к управлению развитием ресурсной базы сферы социальных услуг требует, согласно представлениям автора, уточнения содержания отдельных положений теории вопроса с позиций их адаптации к специфическим особенностям объекта и структуризации инновационного процесса, состоящей в выделении таких его элементов, как создание и применение инноваций, каждая из которых должна быть проанализирована с точки зрения ее сущности и содержания. Необходимо отметить, что указанную выше последовательность элементов инновационного процесса не следует рассматривать как последовательность стадий инвестиционного процесса, исходным пунктом которого должна являться предварительная оценка эффек-

тивности предполагаемой (необходимой) инновации, положительное значение которой определяет принятие решения о ее создании, а оценка по результатам проведенных исследований и разработок – принятие решения о производственном использовании нововведения.

Методология управления процессом создания и применения инноваций, как полагают авторы, должна основываться на сущностных представлениях, в рамках которых выявляется соотношение понятий «инновации», «научно-технический прогресс», «научные исследования и разработки», которые могут характеризоваться теми научными результатами, которые реализуются (внедряются) в той или иной сфере (социальной, производственной) народного хозяйства и тесно связаны с общенаучным термином «нововведение» (новация). Данный подход, на взгляд авторов, не вполне обоснован, поскольку более точным является отнесение инноваций (нововведений) к разновидности не действий, а их результатов, что позволяет выделить категории «инновационный процесс», отнеся к ней совокупность работ, обеспечивающих создание и применение определенного нового знания (творческого результата), и «инновация» как собственно новое знание (творческий результат), имеющее очевидное прикладное значение.

Категория «инновационный процесс» является объектом исследования во многих научных трудах (например, [7; 8; 9] и других), однако наиболее адекватным целям и задачам настоящей работы представляется определение его основных свойств в [10], таких как длительность, неопределенность и риски, высокая значимость человеческого фактора, способность инициировать структурные изменения, неприменимость жесткого целеполагания и неформализуемость инновационных эффектов. Соглашаясь с данным подходом в целом, авторы считают необходимым сформулировать особенности данных эффектов с точки зрения требований инновационного развития ресурсной базы сферы

социальных услуг и адаптировать к условиям данного специфического объекта.

С точки зрения длительности инновационный процесс характеризуется продолжительностью жизненного цикла инновации, структура которой включает различные по содержанию и результатам стадии – от проведения теоретических исследований, предполагающих получение нового знания в фундаментальных областях науки, до внедренческих разработок, обеспечивающих прикладное использование нового знания и производство нового продукта. При таком подходе к оценке длительности инновационного процесса его безусловной характеристикой является весьма значительный временной лаг получения эффекта, обусловленный, главным образом, протяженностью первых (исследовательских) стадий. Однако применительно к проблеме развития ресурсной базы сферы социальных услуг, для которой характерен низкий уровень развития при принятии решений о ее инновационном развитии, можно, как полагают авторы, во многих конкретных случаях исключить необходимость реализации исследовательских стадий, поскольку накопленные научные знания позволяют в подавляющем большинстве случаев обеспечить выбор таких инновационных направлений повышения качества объекта, которые предполагают проведение работ только в рамках конструкторских, технологических и внедренческих разработок. Объективной особенностью перечисленных стадий инновационного процесса является высокая вероятность позитивного результата и, следовательно, возможность установления достаточно жестких нормативных требований как к их результатам, так и к срокам выполнения работ, что позволит сократить протяженность процесса в целом и, что представляется принципиально важным, применить к нему эффективные формализованные инструменты планирования.

Неопределенность и риски, которые являются имманентным свойством производственно-хозяйственной деятельности в любой области, в инновационной сфере отличаются более вы-

сокими значениями, поскольку вероятность получения положительного научного результата инновационного процесса в целом невысока относительно того же параметра в сфере производства [11].

Однако в соответствии с базовыми положениями инновационного менеджмента [12] степень неопределенности и рисков как ее количественной оценки существенно снижается по мере продвижения инновационного процесса от начальных стадий к конечным, что при реализации подхода к развитию ресурсной базы сферы социальных услуг, состоящего в максимальном использовании уже имеющихся научных результатов позволяет свести возможность потерь вследствие реализации рисков к приемлемому уровню. К сказанному следует добавить, что объективные инновационные риски, как правило, компенсируются весьма высокими экономическими и социальными результатами при успешном завершении инновационного процесса, что позволяет широко использовать возможности его диверсификации путем параллельной реализации нескольких проектов, направленных на получение аналогичного результата. Кроме того, в управлении развитием ресурсной базы сферы социальных услуг, где объективно высока значимость регулирующей роли государства и соответственно необходимость широкого использования государственных ресурсов, в качестве инструмента снижения инновационной неопределенности и рисков следует, как полагают авторы, широко использовать законодательно установленный конкурсный принцип государственного инвестирования, что, при условии компетентной экспертизы проектов, позволит отобрать те из них, которые предполагают не только высокий конечный социальный и экономический эффект, но и надежные перспективы получения позитивного результата.

Присущая инновационному процессу высокая значимость человеческого фактора, состоящая в том «что основным и решающим инновационным ресурсом является челове-

ческий капитал, творческая способность генерировать и воплощать новые идеи» [10], предполагает, по мнению авторов, необходимость широкого применения в управлении инновационным процессом разнообразных и адаптированных к специфике инновационной деятельности форм и методов мотивации, ориентирующих персонал, участвующий в исследованиях и разработках, на получение практически значимых результатов индивидуального и коллективного труда. В аспекте проблемы управления инновационным развитием ресурсной базы сферы социальных услуг мотивационная составляющая представляется одной из определяющих и должна реализовываться комплексно, включая создание системы стимулов как для производителей инновационного интеллектуального продукта, так и для его потребителей – производителей конкретных видов социальных услуг. Сложность решения задачи мотивации в нашем случае определяется тем, что в этом секторе национальной экономики действие рыночных механизмов, позволяющих в качестве методологии стимулирования использовать распределение между участниками конечного финансового результата, адекватное степени вклада в его получении, в ряде случаев в принципе ограничено целевой установкой на получение социального эффекта, которая обусловлена не экономической, а общественной значимостью принимаемых решений. В данном случае представляется необходимым использование государственных возможностей компенсации затрат субъектов хозяйствования инновационной и производственной составляющих сферы социальных услуг на таком уровне, который позволит обеспечить рациональный уровень производительности труда на всех стадиях инновационного процесса.

Способность инноваций как результата инновационного процесса инициировать структурные изменения, заключается в том, что использование в производственной практике инновационных интеллектуальных продуктов приводит к существенным изменениям состава, содержания деятельности и связей

между участниками разработки этих продуктов и потребления результатов их применения. Отметим, что структурные изменения под воздействием инновационного фактора происходят на всех уровнях и во всех элементах экономической системы, поскольку на микроуровне трансформируют организационную структуру участвующих в инновационном процессе субъектов хозяйствования в направлении появления новых и ликвидации существующих подразделений, на мезоуровне меняют структуру отрасли или сектора экономики и на макроуровне, в конечном счете, приводят к изменению структуры национального продукта. Данное свойство инноваций в аспекте управления развитием ресурсной базы сферы социальных услуг ставит сложную задачу прогнозирования и целенаправленного централизованного регулирования структурных изменений, поскольку без этого их последствия могут иметь существенное негативное воздействие, в первую очередь, на социальные результаты, обусловленное механической переориентацией элементов сектора с общественных на экономические приоритеты. Как полагают авторы, при этом главным объектом государственного регулирования должна являться отраслевая структура сферы социальных услуг, а его критерием – соответствие ресурсной базы отрасли задачам повышения уровня обеспеченности общества конкретными видами конечных продуктов. Выполнение этого требования позволит субъектам хозяйствования получить достаточно точные ориентиры их развития и на их основе сформировать эффективные и действенные организационные структуры.

Неприменимость жесткого целеполагания к результатам инновационного процесса в теории инновационного менеджмента рассматривается как одно из отражений неопределенности результатов, которые могут существенно отличаться от запланированных (отставать или превышать), что, по мнению ряда исследователей, например [13; 14], означает нецелесообразность формулирования точных, количественно определенных пара-

метров будущего интеллектуального продукта. Как полагают авторы, данный подход можно признать целесообразным только в случае исследований и разработок, имеющих коммерческий характер, когда их конечной целью является получение коммерческого эффекта и допустимо определение будущей прибыли (дохода) субъекта хозяйствования в форме интервала, нижней границей которого являются минимально допустимое (например, на уровне нормативно установленной рентабельности инвестиций) значение доходности, а верхней – оптимистический прогноз результатов инвестиционного процесса. Однако в том случае, когда объектом управления является ресурсная база сферы социальных услуг, необходимо формулировать максимально точные требования к результатам применения инноваций в виде характеристик социального эффекта, выраженных в объемных и структурных показателях уровня удовлетворения общественных потребностей. При этом следует признать возможным (и объективно необходимым) применение иного подхода к установлению параметров собственно инновационного продукта: здесь представляется целесообразным, учитывая фундаментальную (хотя и более низкую, чем в иных сферах деятельности) неопределенность инновационной деятельности, ограничиваться его потребительскими характеристиками и не предъявлять жестких технических требований, оставляя производителю достаточную степень свободы выбора рационального научно-технического решения. Таким образом, могут быть созданы условия, в которых способ достижения единой конечной цели, состоящей в повышении уровня удовлетворения потребительского спроса на определенные виды социальных услуг, эффективно сочетается с различными способами инновационного регулирования состояния тех или иных элементов ресурсной базы субъектов хозяйствования данного сектора экономики.

Важной общей характеристикой инновационного процесса является неформализу-

емость инновационных эффектов, которая представляет собой отражение их неопределенности и выражается в том, что последствия применения инноваций в экономической системе представляют собой сложные, многофакторные и нелинейные зависимости [10], которые на практике достаточно сложно описать в виде расчетных формул и уравнений². Данное положение позволяет авторам цитируемой работы сделать вывод о том, что решение проблемы комплексного учета инновационных эффектов лежит в области стратегического менеджмента и применения качественных инструментов прогнозирования, признавая ограниченность возможностей использования формальных (экономико-математических) моделей (например, построенных рекомендуемым в [15] методом динамического программирования). По нашему мнению, которое основано на приведенных выше соображениях о существенно более высоких требованиях к точности определения целей развития сферы социальных услуг, чем в случае оценки результатов деятельности в иных секторах экономики, формализация технологии прогнозирования последствий решений по управлению развитием ее ресурсной базы является строго необходимой, поскольку позволяет существенно повысить их объективность. В то же время представляется вполне возможным применение в отношении данного объекта подхода, основанного на со-

² Исследуя неформализуемые эффекты в экономической системе, автор [17] выделяет шесть их видов и обоснованно утверждает, что они соответствуют их причинам, которые могут лежать в различных областях. Такими областями признаются потенциал замещения производящихся продуктов новыми, структура рынка, эволюционные и психологические барьеры распространения инноваций, неконтролируемость продолжительности их жизненного цикла, ограничения, накладываемые на распространение инноваций внешней (институциональные) и внутренней средой организации, и коррективы, вносимые в инновацию по ходу инновационного процесса.

гласовании данных нормативного и исследовательского прогнозирования, предполагающего автономное (параллельное) построение прогноза, отражающего ту степень удовлетворения социальных потребностей, который соответствует перспективным общественным потребностям (нормативный прогноз), и прогноза, основанного на экстраполяции сложившихся тенденциях изменения ресурсной базы (исследовательский прогноз). Эффективным инструментом реализации такого подхода в части нормативного прогнозирования может служить программно-целевой метод [16], основанный на построении дерева целей развития ресурсной базы сферы социальных услуг и определения способов их достижения, а для разработки исследовательского прогноза может быть использован метод многофакторного эконометрического моделирования [17], позволяющий построить уравнения связи между параметрами, характеризующими отдельные составляющие ресурсной базы и конечными результатами функционирования сферы социальных услуг. Применение указанных методов позволяет на основе сравнения результатов прогнозирования вывить не только причины их расхождения, но и объективно установить наиболее эффективные направления их согласования путем, с одной стороны, изменения целевой иерархии и ее программной составляющей и, с другой, определения тех численных значений параметров ресурсной базы, которые надо обеспечить для достижения необходимого уровня его развития.

Таким образом, можно обосновать два существенных требования к организации инновационного процесса в области управления развитием ресурсной базой сферы социальных услуг

Во-первых, реализация инновационного процесса как трансформации результата творческого труда в конкретные новые виды продуктов, согласно представлениям авторов, должна носить непрерывный характер, что принципиально важно для обеспечения

стабильного развития сферы социальных услуг, поскольку инновации представляют собой определяющий фактор устойчивости развития, социально-экономической результативности и конкурентоспособности субъектов хозяйствования. При этом непрерывность должна выражаться не только в стабильном производстве хозяйствующим субъектом данных конкретных продуктов инновационного характера, но и посредством регулярного обновления ресурсной базы: замены инноваций, закончивших своей жизненный цикл, нововведениями, позволяющими достичь необходимого уровня качества, объемов выпуска, управления процессом производства; таким образом, непрерывность реализации инноваций должна сочетаться с дискретным характером их жизненных циклов.

Во-вторых, реализация концепции инновационного развития ресурсной базы сферы социальных услуг в качестве принципиального условия предполагает формирование ее инновационной инфраструктуры, субъектами которой являются как потребители инноваций, так и производители интеллектуальных продуктов, образующие единое целое посредством регулярного взаимодействия в области согласования характеристик спроса и предложения на данный специфический вид товара. Последний тип элементов инновационной инфраструктуры может быть определен термином «инновационеры», к которым относятся как хозяйствующие субъекты (организации, предприятия), так и индивидуумы (их работники). Конечный результат их научного (творческого) труда реализуется в виде инновационных продуктов, содержание функционирования которых составляет инновационная деятельность – непрерывный процесс создания новых видов продуктов в виде результатов комплекса фундаментальных и поисковых исследований, научно-исследовательских, опытно-конструкторских, опытно-технологических и внедренческих разработок.

Список литературы

1. Михнева С. Г. Интеллектуализация экономики: инновационное производство и человеческий капитал // Инновации. 2003. № 1.
2. Кузнецов Б. Т., Кузнецов А. Б. Инновационный менеджмент. М.: Юнити, 2009.
3. Калинина М. И. Инфраструктурные проблемы региональной инновационной сферы в Российской Федерации. Препринт. СПб.: ИД «Герда», 2005.
4. The Stirling Prize. Ten Years of Architecture & Innovation. NY: Merrell, 2006.
5. Санин И. И. Управление социальной сферой в регионе. М.: Дашков и К°, 2003.
6. Янушевич И. Н. Инновационная деятельность и инновационная стратегия промышленного предприятия // Проблемы деятельности хозяйствующих субъектов современной России: Межвузовский сборник научных трудов. 2005. Вып. 3.
7. Джеймс П., Эндрю Д., Гарольд Л., Сиркин М. Возврат на инновации: Практическое руководство по управлению инновациями в бизнесе. М.: Инфра-М, 2008.
8. Бовин А. А. Управление инновациями в организациях. М.: Омега-Л, 2006.
9. Управление инновациями. М.: Букс, 2008.
10. Афонин И. В. Инновационный менеджмент. М.: Гардарики, 2005.
11. Дорофеев В. Д., Шмелева А. Н. Инновационный менеджмент. Ростов-на-Дону: Феникс, 2009.
12. Кожухар В. М. Инновационный менеджмент. М.: Дашков и К°, 2010.
13. Балдин К. В. Инновационный менеджмент. М.: Дашков и К°, 2009.
14. Экономика инноваций. СПб.: Учебник, 2009.
15. Янсен Ф. Эпоха инноваций. М.; Экономика, 2002.
16. Анголенко Н. И. Системное руководство организацией. М.: Экзамен, 2006.
17. Хачатрян С. Р. Прикладные методы математического моделирования экономических систем. М.: Экзамен, 2002.

МЕХАНИЗМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

MECHANISMS OF ENTREPRENEURIAL STRUCTURES INNOVATIVE DEVELOPMENT

УДК 001.895 : 338.22



ЗАЙЦЕВА Анна Леонидовна

доцент кафедры экономики, учета и финансов Национального минерально-сырьевого университета «Горный», кандидат экономических наук, zaitseva2007@rambler.ru

ZAITSEVA Anna Leonidovna

Associate Professor, Department of Economics, Accounting and Finances, National Mineral Resource University (University of Mines), Candidate of Economic Sciences, zaitseva2007@rambler.ru



ШОГЕНОВА Зарема Хажмуратовна

доцент кафедры государственного и муниципального управления Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент, zarema30@mail.ru

SHOGENOVA Zarema Hazhmuratovna

Associate Professor, Department of State and Municipality Management, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, zarema30@mail.ru

Аннотация.

Инновационный механизм представляет собой сложную систему, которая включает следующие структурные элементы: предпринимателей, предприятия, регионы, экономики; факторы производства, которые могут стать предпринимательскими новшествами и составляют объекты инновационного механизма. Элементы этой системы взаимосвязаны между собой, подчиняются действию жестких законов рынка и конкуренции и, кроме того, находятся под постоянным влиянием и взаимодействуют с факторами и условиями внешней и внутренней предпринимательской среды. Разработка стратегических управленческих решений, обеспечивающих инновационное развитие предпринимательских структур в современных условиях, по нашему мнению, является необходимым условием обеспечения успешности и эффективности фирмы.

Ключевые слова: глобализация, инновация, конкуренция, конкурентоспособность, предпринимательская политика, предпринимательский потенциал, предпринимательское новшество, механизм, стратегия, эффективность.

Abstract.

Innovative mechanism is a complex system that includes the following structural elements: entrepreneurs, enterprises, regions, economies; the factors of production

... which can become entrepreneurial innovations and are the objects of innovative mechanism. The elements of this system are interrelated, subject to strict market and competition laws, and, in addition, are under constant influence and interact with the factors and conditions of internal and external business environment. Developing strategic management decisions ensuring entrepreneurial structures innovative growing in current conditions is a necessary condition to ensure success and efficiency of a firm, in our opinion.

... Key words: globalization, innovation, competition, competitiveness, entrepreneurial policy, business potential, business innovation, mechanism, strategy, efficiency.

В современных условиях при организации любого предпринимательского дела необходимым условием является анализ факторов, препятствующих или способствующих инновационной деятельности. Ряд авторов, рассматривая характеристики стратегии внедрения предпринимательских новшеств, указывают на необходимые рыночные условия, которые способствуют успеху инноваций (наличие финансовых и прочих ресурсов, законодательные меры, общественное и моральное поощрение), и на дестабилизирующие факторы (недостаток средств, ограничения законодательства и т. д.). В качестве необходимых условий выделены два основных: во-первых, отсутствие аналогов продукции и, во-вторых, наличие потенциального спроса на предлагаемые новшества и крупных предприятий, готовых поддержать инновацию.

Изучая указанные факторы, американские исследователи пришли к выводу, что пока еще невозможно построить некую унифицированную единую систему управления предпринимательскими новшествами. Видимо, на основании знаний и здравого смысла в каждом отдельном случае должна строиться своя система, соответствующая конкретной ситуации и процессу.

Авторы предлагают в качестве факторов, определяющих успех инновационной деятельности предпринимательских структур, рассматривать следующие:

1) широкий временной горизонт управления, формирующий стратегический подход к

выработке управленческих решений развития предпринимательских структур;

2) человеческий фактор (эффективная организационная структура и профессиональная культура, максимальная отдача каждого специалиста);

3) использование профессиональных приемов управления;

4) эффективное освоение практического опыта.

Вышеперечисленные факторы существенно влияют и определяют предпринимательский потенциал той или иной предпринимательской структуры.

Предпринимательский потенциал фирмы характеризует готовность (способность) выполнить задачи, обеспечивающие достижение поставленной цели развития, т. е. является мерой готовности к реализации проекта или стратегических изменений. Предпринимательский потенциал фирмы – главный критерий целесообразности их существования. Предпринимательский потенциал фирмы имеет две составляющие: готовность ее к стабильной производственной деятельности и готовность к предпринимательским новшествам. Поэтому его оценка – необходимая операция разработки стратегических управленческих решений, обеспечивающих развитие предпринимательских структур. Задача состоит в том, чтобы перевести потенциал предприятия из одного состояния в другое, более высокое, достаточное для достижения цели. Развитие предпринимательского потенциала предприятия как целого может осу-

ществляться только через развитие компонентов его внутренней среды.

Компоненты внутренней среды («внутренние рамочные условия») включают несколько блоков (или «срезов»): кадры; организация общего управления; маркетинг; производство; финансы и учет [1]. Ряд авторов (например, М. Мескон) под внутренней средой организации понимают ситуационные факторы внутри организации, созданные в результате управленческих решений (цели фирмы, ее организационная структура, задачи, технологии, трудовые ресурсы) [2]. Все элементы внутренней среды организации взаимосвязаны. Очевидно, что в случае оптимизации работы всех структурных элементов внутренней среды создаются наиболее благоприятные усло-

вия для деятельности предпринимательских структур, в том числе и в инновационной сфере.

На наш взгляд, в качестве компонентов предпринимательского потенциала следует определить стратегию, предпринимательскую политику и цели фирмы, маркетинг и менеджмент, производственный и технологический уровень, финансовое состояние предприятия и др.

Предпринимательская политика и предпринимательский потенциал характеризуют внутреннюю предпринимательскую среду, а также предпринимательский климат, характеризующий состояние внешней среды, формируют общую предпринимательскую среду фирмы (рисунок 1).



Рисунок 1

Компоненты предпринимательской среды фирмы

Рассматривая факторы и условия, стимулирующие процессы развития предпринимательских структур, по нашему мнению, особое внимание следует уделить такому

фактору, как конкуренция и потенциал конкурентоспособности фирмы.

Конкуренция – это есть процесс экономического соревнования, соперничество между

отдельными субъектами рыночного хозяйства за наиболее выгодные условия производства и реализации товаров [3].

Очевидно, что в рыночной экономике такое столкновение неизбежно, так как оно порождается объективными условиями: наличием множества равноправных субъектов рынка, полной экономической обособленностью каждого из них, зависимостью от конъюнктуры рынка, противоборством со всеми другими рыночными субъектами за удовлетворение покупательского спроса.

Таким образом, именно конкуренция является тем механизмом, который обеспечивает динамичное развитие фирмы, отрасли и экономики.

С понятием «конкуренция» тесно связана другая экономическая категория, а именно – «конкурентоспособность». Конкурентоспособность – это многоплановое понятие, определяющее потенциальную и/или реальную способность данного предмета выдержать конкуренцию, а конкурентоспособность страны как способность страны производить больше материальных ценностей, чем конкуренты на мировых рынках. Некоторые авторы полагают, что конкурентоспособность – это способность компаний, отраслей, регионов и наций создавать сравнительно высокий уровень доходов и заработной платы, оставаясь открытыми для международной конкуренции [2]. Это говорит о том, что по поводу этой категории нет единого мнения.

О конкурентоспособности можно говорить в отношении различных экономических категорий – товаров, предпринимательских структур, отраслей, регионов и наций. И потенциал конкурентоспособности того или иного субъекта будет зависеть от наделенности им (или возможности развития и приобретения) конкурентных преимуществ, т. е. свойств, способных обеспечить лидерство субъекту хозяйствования. В отечественной и зарубежной экономической литературе распространена классификация конкурентных преимуществ на две группы – базисные (ресурсные) и вторичные (технологические).

Нас, прежде всего, интересуют технологические преимущества, поскольку именно они

обеспечивают высокую конкурентоспособность в современной экономике за счет инновационной составляющей.

В рыночной среде достижение долгосрочных положительных результатов предпринимательской деятельности невозможно без постоянного обновления применяемых технологических, управленческих и заготовительно-сбытовых процессов, ассортимента продукции (товаров, услуг) и поиска новых рыночных возможностей (освоения новых сегментов рынка).

Выявление экономического содержания понятия «предпринимательское новшество» позволяет определить его как все изменения (нововведения), которые впервые нашли применение в ходе деятельности предпринимательских структур и приносят им конкретную экономическую выгоду. Данное определение учитывает предпринимательский характер современной экономической деятельности.

Определяющими для предпринимательских новшеств являются следующие признаки: они всегда связаны с практическим использованием оригинальных организационных, технических и иных решений; дают конкретную экономическую выгоду для предпринимателя; могут не являться первичными новшествами, т. е. не являться результатом инновационной деятельности данной предпринимательской структуры; нуждаются в творческом подходе и связаны с предпринимательскими рисками; по уровню и сфере разработки и применения являются микроэкономическими (внутри предпринимательской структуры).

В системе принятия стратегических решений предпринимательские новшества являются одним из двух вариантов реагирования на вероятные будущие изменения ситуации. От выбора этого варианта зависит успех предпринимательской деятельности компании и достижение целей в долгосрочном периоде.

Таким образом, предпринимательские новшества представляют собой изменения функционирования предпринимательских структур, вызванные необходимостью достижения ее стратегических целей в условиях меняющейся внешней среды. В условиях статичной

внешней среды предпринимательские новшества ограничивались бы повышением внутрихозяйственной эффективности, а их цикл был бы конечным – до момента достижения предела эффективности.

Предпринимательские новшества, являясь инструментом стратегического управления, затрагивают сферы текущей, инвестиционной и финансовой деятельности предприятия, вызывают изменения во всех ее областях.

С точки зрения стратегического управления предпринимательские новшества служат инструментом адаптивного приспособления к меняющимся условиям внешней среды, а также средством постоянного совершенствования процессов в организации, направленного на рост эффективности ее деятельности. Решение стратегических задач, стоящих перед фирмой, возможно двумя способами: на основе уже освоенных, традиционных процессов (так называемых «рутин») или на основе изменения существующих и создания новых процессов (нововведений).

Для решения актуальных проблем развития предпринимательских структур особенно важным является исследование системы механизмов, позволяющих реализовать их инновационную составляющую.

Инновационные механизмы существуют на трех основных уровнях: макроуровне, мезоуровне (региональном уровне), микроуровне (уровне предпринимательских структур). И в укрупненном виде могут быть представлены системой из пяти компонентов: механизмами организации, механизмами разработки и внедрения, механизмами финансирования и стимулирования, механизмами технологического трансферта и механизмами интеллектуальной собственности.

По нашему мнению, инновационный механизм представляет собой сложную систему, которая включает следующие структурные элементы: предпринимателей, предприятия, регионы, экономики (составляющие субъекты данного механизма); факторы производства (рабочая сила, продукция, технологии, управленческая деятельность), которые могут стать предпринимательскими новшествами и составляют объекты инновационного

механизма. Элементы этой системы взаимосвязаны между собой, подчиняются действию жестких законов рынка и конкуренции и, кроме того, находятся под постоянным влиянием и взаимодействуют с факторами и условиями внешней и внутренней предпринимательской среды.

В последнее десятилетие достижение весомых конкурентных преимуществ часто рассматривают в связи с перспективами глобализации предпринимательской деятельности. Как правило, преимущества, получаемые за счет глобализации деятельности, являются дополнением к преимуществам, получаемым в стране базирования, и передают им более длительный характер. Кроме того, размещение видов деятельности в других странах с целью использования конкурентных преимуществ этих стран позволяет компенсировать неблагоприятные условия в стране базирования предприятия.

С этих позиций под глобальной стратегией следует понимать стратегию, ориентированную на мировой рынок и реализацию стандартизированной продукции или услуг на этом рынке; координацию и интеграцию видов деятельности в масштабах всего мирового сообщества с целью использования возможностей международного разделения труда, преимуществ крупномасштабного производства и т. п. Необходимость формирования глобальной стратегии предпринимательской структуры определяется в первую очередь степенью глобализации отрасли.

Сфокусированность руководства предпринимательской структуры на временном факторе конкуренции позволяет говорить о конкурентной стратегии временной ориентации, которая может быть направлена на удовлетворение требований потребителей в отношении четкости и пунктуальности сроков доставок, временной гибкости и своевременности. На практике, как правило, указанная стратегия носит косвенный характер, дополняя основную конкурентную стратегию предприятия. Следует отметить, что в последнее время увеличивается число рынков, развитие которых тесно увязано с фактором времени, способствуя развитию перспектив приме-

нения концепции конкурентной стратегии, ориентированной на фактор времени.

Основополагающие решения относительно стратегической ориентации предпринимательской структуры разрабатываются на высшем уровне руководства и носят самый общий характер. Конкретизация стратегического выбора применительно к реальной конкурентной ситуации в рыночных сегментах, реальным ресурсным и организационным возможностям фирмы осуществляется не среднем уровне руководства в рамках формирования функциональных стратегий.

В рыночной экономике организациями в основном разрабатываются следующие функциональные стратегии: стратегия маркетинга, финансовая стратегия, стратегия качества, инновационная стратегия (или стратегия НИОКР), стратегия производства, социальная стратегия, стратегия организационных изменений, экологическая стратегия.

Однако хотелось бы отметить, что понятие функциональной стратегии предпринимательской структуры связано с ее функциональными службами (отделами) и используется для обозначения направлений деятельности той или иной функциональной службы или отдела в рамках инновационной стратегии развития.

Таким образом, разработка стратегических управленческих решений, обеспечивающих инновационное развитие предпринимательских структур в современных условиях, по нашему мнению, является необходимым условием обеспечения успешности и эффективности фирмы. Предпринимательская политика связывает воедино функциональные области предпринимательской структуры и определяет место каждой из них. Нами предлагается следующая взаимоувязка всех компонентов предпринимательской политики фирмы в виде схемы (рисунок 2).

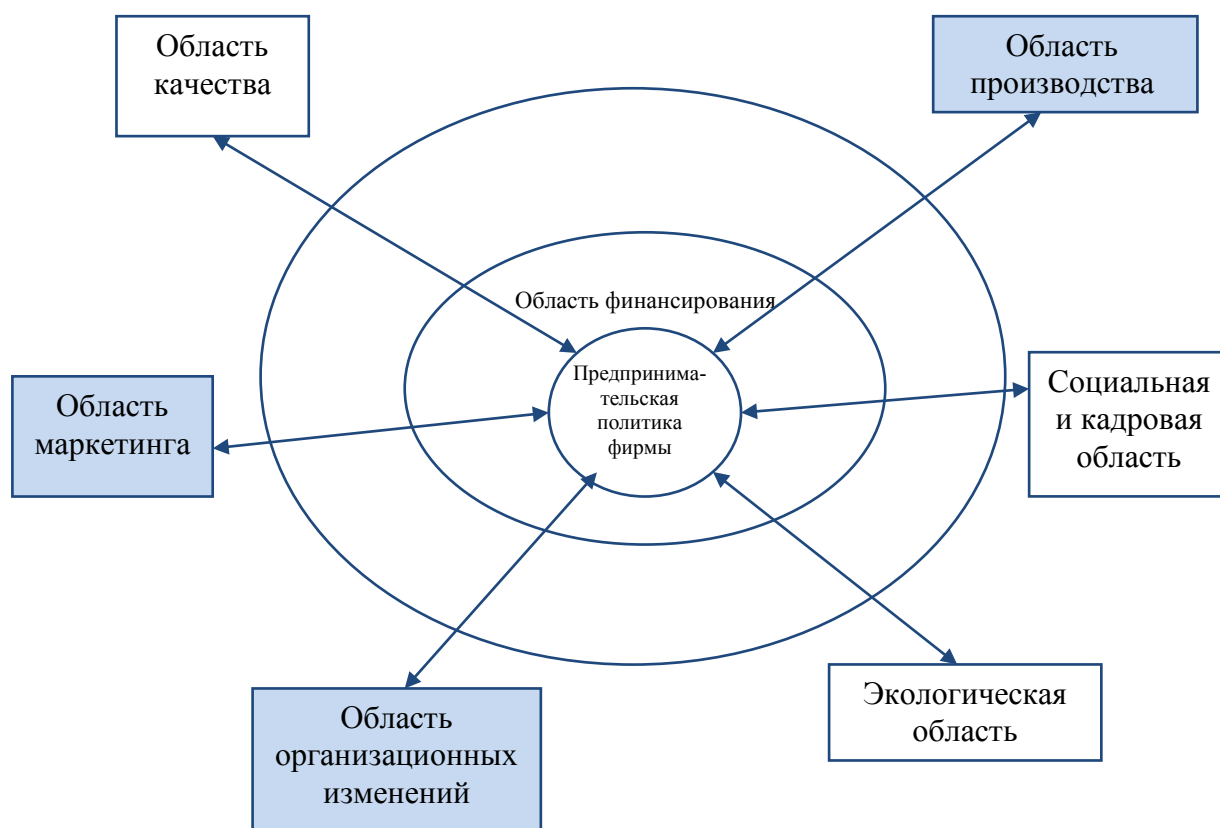


Рисунок 2

Взаимосвязь компонентов предпринимательской политики фирмы

Обобщая имеющийся научный опыт, авторы предлагают следующий подход к определению факторов стратегического успеха фирмы, которые необходимо учитывать при формировании стратегических управленческих решений, обеспечивающих развитие предпринимательских структур. Учет факторов развития предпринимательских структур осуществляется по следующей факторной цепочке:

1) внешние факторы развития предпринимательских структур – дифференциация и маркетинговое ноу-хау – внешнее конкурентное преимущество;

2) внутренние факторы развития предпринимательских структур – организационные и производственные ноу-хау – внутреннее конкурентное преимущество (рисунок 3).

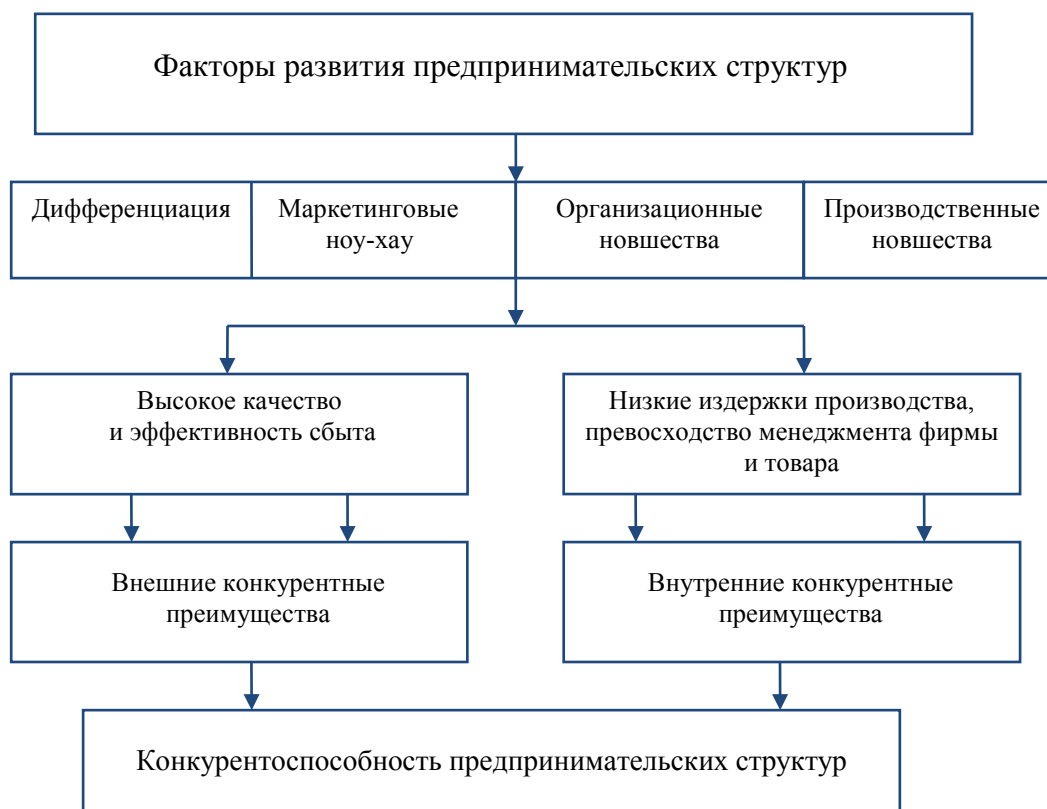


Рисунок 3
Факторный подход к развитию предпринимательских структур

На наш взгляд, на этапе подготовки к формированию стратегических управленческих решений, обеспечивающих развитие предпринимательских структур необходимо провести тщательное обследование рынка и оценить вероятность и степень влияния на деятельность фирмы условий риска и неопределенности. Анализ и оценка рисков занимают важное место в системе анализа предпринимательской деятельности хозяйствующих субъектов. Учет рисков, связанных с предпринимательскими новшествами, необходим не только при про-

ведении анализа и принятии управленческих решений, но и при осуществлении предварительного и последующего контроля их выполнения. Организация анализа и контроля рисков предпринимательских новшеств особенно важна также потому, что они представляют собой наиболее рискованный вид предпринимательской деятельности.

Прежде чем решение о принятии стратегических управленческих решений развития предпринимательских структур будет принято, необходимо также произвести предвари-

тельный расчет эффективности их реализации и, если потребуется, внести соответствующие корректировки. В этом случае процесс разработки стратегических управленческих решений, обеспечивающих развитие предпринимательских структур, по нашему мнению, может включать следующие этапы:

- 1) постановка целей развития предпринимательских структур;
- 2) выявление задач и направлений предпринимательской деятельности;
- 3) определение бюджета и порядка финансирования программы развития предпринимательских структур;
- 4) расчет прогнозных показателей экономической эффективности от реализации стратегических управленческих решений развития предпринимательских структур;
- 5) определение рисков программы развития предпринимательских структур;
- 6) корректировка и внесение изменений в программу развития предпринимательских структур;
- 7) окончательное решение о принятии стратегических управленческих решений развития предпринимательских структур.

Обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что успех предпринимательских структур на рынке зависит от многих факторов. Определяющими из них являются предпринимательский потенциал, который характеризует состояние внутренней среды фирмы, и предпринимательский климат, дающий представление о состоянии внешней среды. Совокупность всех факторов, определяющих предпринимательский потенциал и климат, дает представление о предпринимательской среде фирмы. Особым фактором, влияющим на предпринимательскую активность на рынках, выступает конкуренция. Конкурентное преимущество фирмы складывается с учетом рыночных условий и эффективности (состояния предпринимательского потенциала) самой фирмы.

Умение внедрять новое и лучшее по всей цепочке создания стоимости – это необходимый навык менеджмента. В России, к сожалению, компании не уделяют внимания такой работе. Ни качество российской продукции, ни уровень российских кадров, как правило, не достигают лучших мировых значений.

Список литературы

1. Виханский О. С. Стратегическое управление. М.: Гардарики, 1999. 296 с.
2. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Дело, 1998. 704 с.
3. Светуньков С. Г., Литвинов А. А. Конкуренция и предпринимательские решения. Ульяновск: Корпорация технологий продвижения, 2000. 256 с.
4. Стратегическое планирование в регионах и городах России: Стратегии модернизации и модернизация стратегий / Под ред. Б. С. Жихаревича. СПб.: Леонтьевский центр, 2011.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

IMPLEMENTING CLUSTER APPROACH TO ENHANCE REGIONAL ECONOMY COMPETITIVENESS AND DEVELOPMENT

УДК 334.021



КУДРЯШОВ Вадим Сергеевич

документовед научно-исследовательского отдела Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, kudvad88@yandex.ru

KUDRYASHOV Vadim Sergeevich

Document Specialist of the Scientific Research Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, kudvad88@yandex.ru



ДИТБЕРНЕР Жанна Владимировна

главный специалист отдела развития промышленности департамента государственно-частного партнерства и промышленной политики Комитета экономического развития и инвестиционной деятельности Ленинградской области, ditberner_janna@rambler.ru

DITBERNER Janna Vladimirovna

Chief Specialist of the Industry Development Department of the State and Private Partnership and Industrial Policy of the Committee for Economic Development and Investment, Leningrad Region, ditberner_janna@rambler.ru

Аннотация.

В статье рассмотрены вопросы повышения конкурентоспособности и развития региональной экономики на основе кластерного подхода. Выявлена необходимость для развития региона комплексного применения теории кластеризации и современных концепций инновационного развития. На основе анализа исследований кластеризации в зарубежной и российской практике сделано заключение об эффективности применения кластерного подхода.

Ключевые слова: кластерная политика, регион, кластер, конкурентоспособность региона, система, сеть, инновации.

Abstract.

The article discusses issues of regional economy development and enhancing its competitiveness based on the cluster approach. The authors have revealed a need for the cluster theory and modern conceptions of innovative development complex application for the region development. They have made a conclusion about the cluster approach efficiency based on an analysis of cluster studies in foreign and Russian practice.

Key words: cluster policy, region, cluster, regional competitiveness, system, network, innovations.

В условиях мирового развития экономики формирование кластеров как основы организации национальной экономики позволяет государствам проводить кластерную политику, направленную на создание конкурентоспособной экономики. Результатом эффективно проведенной национальной кластерной политики является создание сети конкурентоспособных региональных экономик, способных конкурировать на национальном и мировом рынках, вступая в борьбу за рынки сбыта, ресурсы, создавая новую конкурентоспособную продукцию.

Проведенный анализ трудов зарубежных и отечественных исследователей позволяет сделать вывод, что для успешного развития кластерных региональных систем необходимо наличие условий для развития определенных видов деятельности, так как по теории кластеров определенные виды деятельности концентрируются в тех пространственных границах, где существуют необходимые благоприятные условия для того или иного видов деятельности [1; 2; 3]. Под благоприятными условиями деятельности следует понимать наличие развитой научно-исследовательской и образовательной систем в регионе и наличие социального капитала. Создание на основе имеющихся конкурентных преимуществ региональных кластеров позволяет создать эффективную и устойчивую конкурентоспособную региональную систему, способную к динамичному развитию в долгосрочной перспективе.

М. Портер указывает, что развитие национальных экономик на международном уровне следует рассматривать не через призму конкурентоспособности отдельных фирм, а через конкурентоспособность кластеров, объединяющих фирмы различных отраслей, умеющих эффективно использовать имеющиеся внутренние ресурсы, привлекать инвестиции и быть открытыми для международной конкуренции [2].

На основании проведенных исследований более 100 отраслей в десяти странах М. Портер сделал вывод, что конкурентные транснациональные компании в основном концентрируются в одной стране, либо в одном регионе, что объясняется тем, что одна или

несколько компаний, добившись успеха в развитии на мировом рынке, помогают повысить конкурентоспособность компаниям, которые с ними сотрудничают. Таким образом, окружение становится более конкурентоспособным, создавая определенную благоприятную среду, которая в свою очередь обеспечивает дальнейший рост конкурентоспособности самой компании [2]. В результате взаимовыгодного сотрудничества формируется кластер.

Применительно к современным реалиям развития региональных экономик страны, на основании концепции конкурентоспособности М. Портера, можно сделать вывод, что существуют взаимосвязи между корпоративной и региональной конкурентоспособностью, бизнесом, властью в условиях открытости для международной конкуренции экономики, где основная роль отводится не отдельным отраслям, а кластерам как географически связанным структурам фирм, поставщиков, производителей связанных отраслей и институтов.

Проведение государством успешной кластерной политики позволяет регионам решать задачи социально-экономического развития в целях повышения уровня жизни населения на основе роста конкурентоспособности предприятий (участников кластера) [4].

Формирование кластеров как процесс позволяет укреплять имеющиеся связи между производителями, поставщиками, потребителями и создавать новые недостающие связи с научными и образовательными учреждениями, представителями малого и среднего бизнеса при проведении государством эффективной кластерной политики [5].

В современных исследованиях все чаще употребляется термин «конкурентоспособность региона». На основании изученных источников данный термин подразумевает сравнение абсолютных и относительных конкурентных преимуществ регионов как необходимых предпосылок их развития в рыночной конкуренции. Наличие конкуренции среди регионов за рынки сбыта, ресурсы позволяет рассматривать их как отдельные самостоятельные субъекты национальной экономики [6]. Раз-

витие каждого региона на основании имеющихся конкурентных преимуществ должно определить место и роль региона в системе национальной экономики для эффективного использования имеющихся ресурсов.

Создание региональных кластеров следует рассматривать как перспективное направление развития национальной экономики и как один из эффективных инструментов подъема и развития национальной экономики в жестких условиях конкуренции на международном рынке с целью решения задач социально-экономического развития России.

Формирование региональных кластеров позволяет укреплять и развивать конкурентоспособность экономики региона, создавать новые конкурентоспособные виды продукции и технологии, внедряя инновации, создавать новые рабочие места, обеспечивать наполняемость регионального бюджета, способствовать привлечению дополнительных инвестиций, создавать конкурентоспособный интеллектуальный потенциал, необходимый для динамичного

развития на основе имеющихся конкурентных преимуществ и эффективного использования имеющихся ресурсов [7].

Кластеризация экономики региона, повышая его конкурентоспособность, тем самым влияет и на его устойчивое развитие посредством повышения производительности труда предприятий, входящих в кластерное образование, внедрения инноваций, стимулирования развития новых направлений регионального бизнеса, использования ресурсосберегающих технологий, способствующих соблюдению требований в области охраны окружающей среды. Стимулирование кластером возникновения новых видов деятельности приводит к созданию новых рабочих мест. Таким образом, кластерные образования стимулируют не только экономическое развитие, но и создание благоприятной социальной и экологической среды.

Кластер в контексте устойчивого развития дает ряд преимуществ, которые выражаются в повышении экономической, социальной и экологической эффективности (см. таблицу).

Таблица
Преимущества кластерного подхода в контексте устойчивого развития региона

Сфера преимуществ	Для региона	Для предприятий, входящих в кластер
Экономическая эффективность	Увеличение количества налогоплательщиков и налогооблагаемой базы, возникновение предпосылок дальнейшего экономического роста региона	Рост производительности труда предприятий, высокий потенциал инновационного роста, формирование инфраструктуры для исследований и разработок, возникновение возможностей выхода на внешние рынки
Социальная эффективность	Сбалансированный региональный бюджет как источник проведения эффективной социальной политики	Рост оплаты труда в целом, повышение качества условий труда
Экологическая эффективность	Снижение нагрузки на окружающую среду за счет использования ресурсосберегающих технологий	Повышение безопасности деятельности предприятий кластера для окружающей среды

Вместе с тем бесконтрольный количественный рост предприятий может создать угрозу существованию человечества, поскольку он порождает экологические, энергетические, сырьевые и другие глобальные проблемы [3]. Оче-

видно, что развитие промышленности на основе ресурсного потенциала территории будет негативно сказываться на окружающей среде, а это ставит под сомнение возможность устойчивого развития региона.

Примером неустойчивого развития является неравновесное состояние экономики, экологии и социальной сферы во многих регионах нашей страны несмотря на то, что они обладают значительными количеством ресурсов и уникальным комплексом производств. Экспорт в ряде регионов носит сырьевой характер, а условия использования природных ресурсов не стимулируют развитие перерабатывающих отраслей экономики, их переработка в основном осуществляется на низких уровнях, отсутствует действенный механизм ответственности за вред, причиненный окружающей среде. Поэтому необходима смена сырьевой концепции экономического развития регионов на концепцию, обеспечивающую устойчивое развитие на основе формирования кластеров.

На основе анализа мировой практики можно сделать вывод, что в последние два десятилетия процесс формирования кластерных образований набирает обороты. По оценке экспертов, в настоящее время кластеризацией уже охвачено около 50% экономик ведущих стран мира. В США в рамках формирования кластерных образований работает более половины предприятий, доля ВВП которых превышает 60%. В европейских странах насчитывается более 2 тыс. кластерных образований, в которых занято около 38% рабочей силы стран – участников. Экономическая политика Финляндии базируется на кластеризации, и таким образом обеспечивается 25% мирового экспорта бумаги и 10% экспорта продукции деревопереработки. В Италии на промышленные кластерные образования приходится более 30% от объема национального экспорта и около 43% от численности рабочей силы, занятой в отрасли. Успешно формируются и развиваются кластерные образования во Франции (производство продуктов питания и косметики) и в Германии (химия и машиностроение). Все более активно идет процесс формирования кластерных образований в Китае и в Юго-Восточной Азии, в частности в Японии (автомобилестроение), в Сингапуре (нефтехимия). В Китае в настоящее время успешно функционируют более 60 кластерных образований, участниками которых являются около 30 тыс. фирм с уровнем продаж на сумму при-

мерно 200 млрд долларов в год и численностью работников 3,5 млн человек [3].

На основе проведенного исследования функционирования наиболее эффективно развивающихся экономических систем можно сделать вывод, что стабильный экономический рост региона обеспечивается за счет факторов, стимулирующих распространение новых знаний и технологий. Учитывая тот факт, что современные конкурентные преимущества региона практически полностью обусловлены технологиями производства, управления и организации продвижения товаров, можно сделать вывод, что успешное развитие региональной экономики возможно при комплексном применении теории кластеризации и современных концепций инновационного развития. Все большую вовлеченность в инновационную деятельность участников кластерных образований подтверждают статистические исследования.

Показательны результаты проведенных в странах Европы исследований роли формирования кластерных образований в развитии инновационной деятельности на региональном уровне: инновационная активность участников кластерных образований составляет около 60% в то время как вне кластеров – около 40–45%. Поэтому необходимо исследовать использование кластерного подхода в формировании и регулировании региональных инновационных систем [3].

На основе анализа научной литературы, а также отечественного и зарубежного опыта кластеризации выделим основные направления развития региона на основе формирования и развития кластеров (см. рисунок).

Проведенные исследования показали, что формирование кластеров усиливает конкурентоспособность предприятий, входящих в кластер и имеющих формальную независимость и гибкость при принятии решений, в следующих направлениях: привлечение инвестиций при создании комплексных инвестиционных программ для развития кластера, ускорение инновационных процессов на основе взаимовыгодного сотрудничества участников кластера, создание новых направлений развития бизнеса для развития

кластера при том, что внутри кластера существует конкуренция, которая стимулирует поиск новых решений по организации способов производства, внедрение новшеств,

что, в свою очередь, приводит к повышению производительности труда и, как следствие, к росту конкурентоспособности кластера и региона в целом.



Рисунок
Основные направления развития региона на основе формирования и развития кластеров

В настоящее время кластерный подход в формировании экономики региона недостаточно распространен на территории России и находится на начальной стадии формирования. Поэтому трудно определить механизмы реализации проведения государственной кластерной политики. Однако зарубежный опыт формирования кластеров дает четкое понимание эффективности их деятельности ввиду высокого уровня развития коммуникативных связей между участниками кластерного объединения, развития научно-производственного потенциала, наличия доступа к государственным информационным источникам НИОКР, стимулирования развития образовательных и информационных систем, развития и создания новых инфраструктур, ускоренного развития комплексных инновационных программ, взаимовыгодного сотрудничества науки и про-

изводства по разработке и внедрению новых инновационных продуктов и технологий.

Изучив и проанализировав исследования зарубежных и российских ученых, можно сделать следующие выводы:

- применение кластерных методов преобразования национальной экономики с учетом ее специфики и особенностей является эффективным инструментом создания конкурентоспособной экономики, основанной на создании и внедрении инноваций для производства продуктов и технологий;
- проведение эффективной государственной политики по внедрению кластерных технологий в регионе позволит создать эффективную структуру отечественной экономики, способную гибко реагировать на изменения рынка и конкурировать в условиях мировой глобальной экономики.

Список литературы

1. *Олисаева Л. Г.* Оценка экономических мотивов взаимодействия предпринимательства и государства в кластерных образованиях // Вопросы новой экономики. 2012. № 2. С. 113–117.
2. *Портер М.* Конкуренция: Пер. с англ. М.: ИД «Вильямс», 2006. С. 255–258.
4. Министерство регионального развития Российской Федерации/ Концепция совершенствования региональной политики в Российской Федерации. URL: <http://archive.minregion.ru/WorkItems/ListNews.aspx?PageID=536> (дата обращения: 10.04.14).
5. *Воронин А. В.* Стратегическое управление развитием инвестиционно-строительного комплекса региона // Региональная экономика: теория и практика. 2008. № 16. С. 65–69.
6. *Мохначев С. А.* Тенденции кластеризации в региональной хозяйственной системе / С. А. Мохначев, Е. С. Мохначева // Региональная экономика: теория и практика. 2009. № 8. С. 49–52.
7. *Пилипенко И. В.* Конкурентоспособность и формы организации производства в постиндустриальных условиях: Сборник докладов / Под ред. В. А. Шупера. М.: Эслан, 2006. С. 124–142.
3. *Миндтин Ю. Б.* Экономическая сущность кластеров // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Экономика и право». 2011. № 1. С. 3–7.

АЛГОРИТМ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ

THE ALGORITHM OF RETAIL NETWORK STRATEGY DEVELOPMENT FORMATION

УДК 339.13



БЕРЁЗА Евгений Николаевич

доцент кафедры маркетинга и управления проектами Санкт-Петербургского государственного экономического университета, кандидат экономических наук, 2555905@gmail.com

BERYOZA Yevgeny Nikolaevich

Associate Professor, Department of Marketing and Projects Management, Saint-Petersburg State University of Economics, Candidate of Economic Sciences, 2555905@gmail.com



ФЕНЬКИН Алексей Анатольевич

доцент кафедры маркетинга и управления проектами Санкт-Петербургского государственного экономического университета, кандидат экономических наук, af@fbkgroup.com

FENKIN Alexey Anatolievich

Associate Professor, Department of Marketing and Projects Management, Saint-Petersburg State University of Economics, Candidate of Economic Sciences, af@fbkgroup.com

Аннотация.

Розничная торговля – один из наиболее значимых секторов российской и мировой экономик, прочно интегрированный в общую систему. Сетевая форма организации розничной торговли является доминирующей и более эффективной. Процессы развития и расширения сетей – то, за счет чего и обеспечивается воздействие эффекта масштаба, приводящее к увеличению рентабельности продаж и бизнеса. В статье рассмотрен алгоритм стратегического планирования развития применительно к предприятиям данного сектора, а также описаны его этапы.

Ключевые слова: розничная торговля, розничная сеть, алгоритм, стратегическая бизнес-единица, стратегическая бизнес-область, стратегия развития, GAP анализ.

Abstract.

Retailing is one of the most important sectors of the Russian and world economies, it being integrated firmly into the overall system. The network form of retailing is dominant and more effective. Network development and expansion provides a great impact effect which leads to increasing sales and business profitability. The article discusses the algorithm of strategic planning development with reference to enterprises of the sector and the stages of the algorithm.

Key words: retailing, retailing network, algorithm, strategic business unit, strategic business area, development strategy, GAP analysis.

Рост оборота розничной торговли в Российской Федерации измеряется в последние годы двузначными числами. Собственники магазинов из «частных предпринимателей» превращаются в богатейших людей страны. Сегодня данный сектор экономики – один из самых динамично развивающихся в современной России. Появление новых форматов торговли, изменение роли оптовых посредников, приход зарубежного капитала, совершенствование коммуникаций – все это в совокупности приводит к ужесточению конкуренции и ставит вопрос о применении наиболее современных концепций управления, которые были бы адаптированы к условиям и перспективам российского рынка и учитывали его особенности. Одним из ключевых и наименее теоретически проработанных этапов процесса управления развитием розничных торговых сетей является этап стратегического планирования. Стратегическое планирование развития – фундамент деятельности сетевого торгового предприятия, оно требует четкой алгоритмизации его осуществления с учетом специфики рынка розничной торговли и сетевой формы ее организации в РФ.

Рассмотрим перечень терминов, используемых при описании алгоритма формирования стратегии развития, уточним их определения.

Корпорация (от. позднелат. *corporatio* – объединение) – совокупность предприятий, объединяющихся для достижения какой-либо цели¹ Стратегическая бизнес-единица (СБЕ)² – автономное подразделение компании, вырабатывающее свою стратегию и ответственное за планирование, производство и маркетинг ряда товаров. СБЕ может быть отдельной организацией, отделением организации, подразделением организации с одной товарной линией, а иногда и одним товаром, в данном случае под СБЕ будем понимать предприятие, входящее в структуру корпорации, ядром деятельности которой является

сетевая розничная торговля. СБЕ может оперировать в ряде стратегических бизнес-областей (СБО), под СБО в дальнейшем будем понимать сочетание сектор рынка/сегмент рынка, в котором оперирует СБЕ.

За основу при разработке алгоритма формирования стратегии развития розничной торговой сети (либо совокупности розничных торговых сетей под единым управлением) взят метод GAP-анализа [3, с. 175] Применение GAP-анализа обусловлено тем, что указанный метод изначально алгоритмизирован и предполагает определенную итерационность действий, направленных на формирование стратегии, позволяющей достичь целевых значений основных результирующих показателей (рисунок 1).

Рассмотрим последовательность действий GAP-анализа применительно к процессу формирования стратегии развития розничной торговой сети (либо корпорации, ядром деятельности которой является сетевая розничная торговля; подобная корпорация может представлять собой совокупность СБЕ – торговых сетей и предприятий другой направленности):

1. Формулирование целей деятельности (например, нормы прибыли, объема продаж, доли рынка, конкурентоспособности и других) розничной торговой сети или каждой СБЕ в рамках корпорации¹.

2. Прогноз результатов деятельности при отсутствии изменений в существующей стратегии развития СБЕ.

3. Установление разрыва между целями СБЕ и прогнозом результатов деятельности без изменений в существующей стратегии – определение необходимости формирования новой стратегии развития.

4. Формирование нескольких направлений развития СБЕ, стратегических альтернатив в их рамках и путей их реализации.

5. Анализ возможности компании реализовать данные варианты стратегий развития СБЕ с точки зрения достаточности финансовых, трудовых, инфраструктурных и организационных ресурсов.

¹ Определение сформулировано на основе определений, данных в [1].

² Определение сформулировано на основе определений, данных в [2].

¹ Далее в описании последовательности действий GAP-анализа – СБЕ.

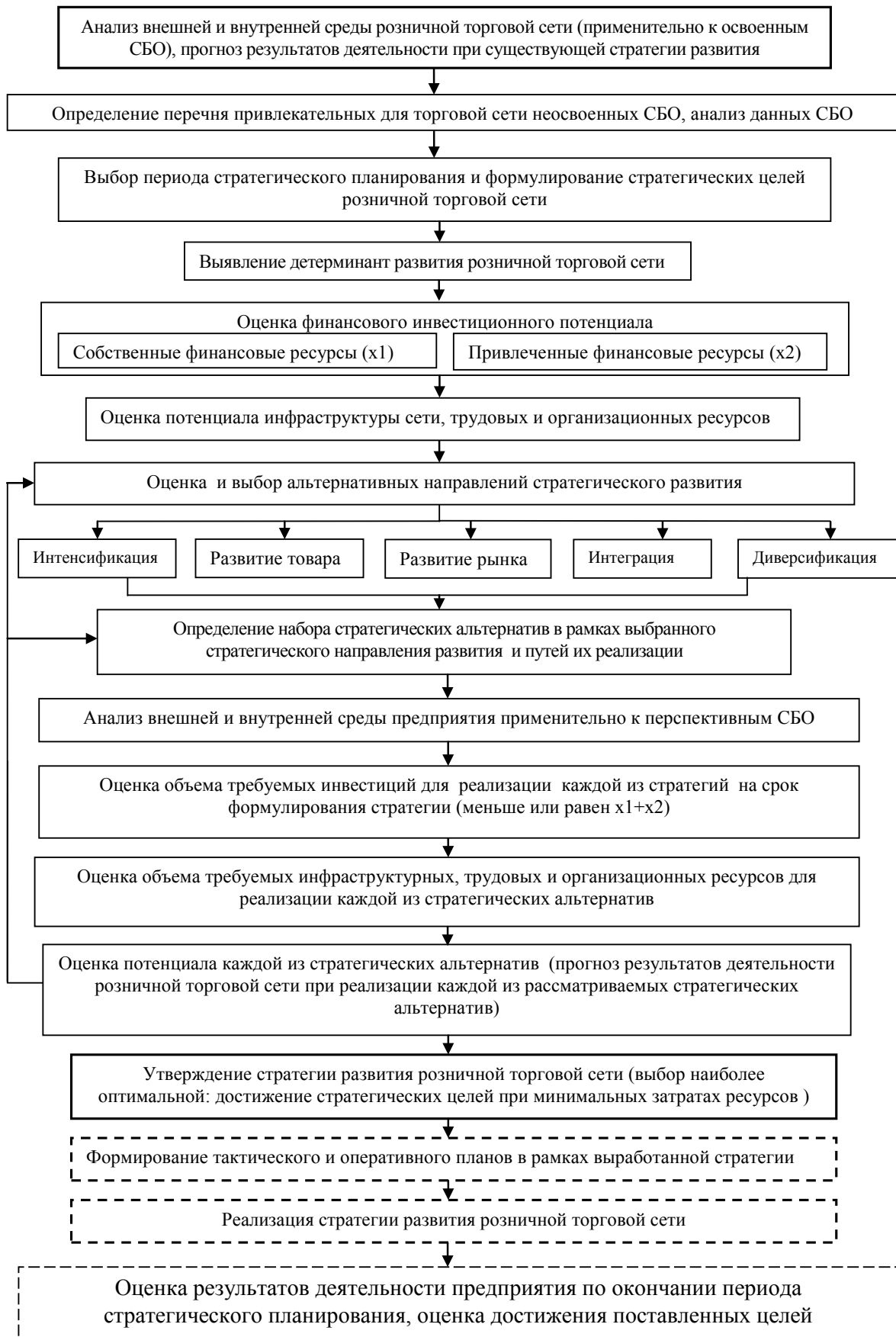


Рисунок 1
Алгоритм формирования стратегии развития розничной торговой сети

6. Прогноз результатов реализации каждого пути.

7. Установление разрыва между целями СБЕ и прогнозами.

8. Выбор варианта, минимизирующего разрыв.

9. В том случае, если разница между прогнозом и целевыми значениями отсутствует, либо незначительна, – утверждение и принятие стратегий развития каждой из СБЕ и стратегии развития предприятия в целом, как следствия стратегий развития СБЕ; в случае, если разница велика – возврат к п. 4

10. Согласование целей разных уровней иерархии (по портфелю в целом и по каждой бизнес-области), если необходимо, то уточнение целей.

Укрупненно представленный алгоритм можно разбить на следующие основные блоки:

- анализ информации;
- целеполагание;
- выбор и утверждение стратегии развития;
- разработка тактического плана и реализация стратегии развития;
- оценка достижения целей, оценка результатов деятельности предприятия по факту окончания заранее определенного периода стратегического планирования.

Блок анализа информации включает:

- анализ внутренней среды розничной торговой сети (либо корпорации, ядром деятельности которой является сетевая розничная торговля)¹, проводимый по отдельно взятым СБЕ (в рассматриваемом случае, розничным торговым сетям), имеющий своими целями оценку качества деятельности розничной торговой сети, удовлетворительности результатов ее деятельности для руководства и собственников и, как следствие, необходимости или целесообразности разработки новой стратегии развития; определение потенциала отдельных систем предприятия, их возможности «обработать больший товароборот» или функционировать в условиях новых СБО;

¹ Далее по тексту просто «розничная торговая сеть».

- анализ внешней среды розничной торговой сети (применительно к уже освоенным СБО) предполагает анализ текущего и прогнозного состояния факторов макро- и микросреды по каждому из СБО, их влияния на деятельность розничной торговой сети. Данный анализ имеет своей целью определение целесообразности работы в данных СБО, предпосылок для реализации той или иной стратегической альтернативы в рамках стратегического направления развития;

- оценку финансового, трудового, организационного и инфраструктурного потенциала предприятия.

Блок целеполагания включает в себя определение периода стратегического планирования и постановку качественных и количественных стратегических целей в рамках определенного ранее периода. Стоит отметить, что все рассмотренные позже варианты стратегий должны выбираться исходя из возможности достижения данных целей, но необходимо учесть, что цели могут подвергаться корректировке в ходе планирования и реализации стратегии в соответствии с реальной ситуацией (цели формулируются исходя из прогнозных данных) во внешней и внутренней среде предприятия.

Блок выбора и утверждения стратегии развития предполагает выбор той или иной стратегической альтернативы в рамках того или иного направления развития в соответствии с детерминантами, выявленными в ходе анализа внешней и внутренней среды, объемом требуемых инвестиций для реализации различных альтернатив и возможными результатами деятельности розничной торговой сети при реализации той или иной альтернативы. Также в процессе реализации стратегия может корректироваться или кардинально меняться, все это зависит от реального состояния факторов, влияющих на деятельность розничной торговой сети.

Блок разработки тактического и оперативного плана и реализации стратегии развития включает формирование тактических и оперативных планов реализации принятой стратегии развития по отдельным функциональным направлениям деятельности пред-

приятия, контроль выполнения данных планов и их соответствия базовым положениям разработанной стратегии, стратегическим целям. Кроме того, как уже говорилось выше, данный этап может включать в себя корректировку стратегических целей и самой стратегии развития в том случае, если условия внешней и внутренней среды предприятия изменяются по отношению к прогнозной линии и руководство предприятия считает, что цели недостижимы или наоборот легкодостижимы, а стратегия не позволяет достичь целей, либо не раскрывает в полной мере потенциал розничной торговой сети.

Основной задачей блока оценки достижения целей и оценки результатов деятельности розничной торговой сети является оценка выбранного (и, возможно, скорректированного) пути реализации направления развития путем оценки поставленных целей, оценки результатов деятельности розничной торговой сети, анализа процесса реализации принятой

стратегии, соответствия планов реальным действиям и т. д. Все это необходимо для того, чтобы при формировании стратегии развития на следующий период учесть ошибки планирования и реализации, которые были допущены, использовать управленческие приемы, которые оказались эффективными на практике.

Стратегия развития, в том числе и в контексте формирования и реализации ее на предприятиях розничной торговли, является базисом для определения стратегических ориентиров в других плоскостях – сегментной детализации рынка (определении наиболее интересных и выгодных для работы групп потребителей), определения принципов позиционирования и инструментальных стратегий. Как следствие, эффективная работа и обоснованный релевантный результат по данному направлению управленческой деятельности в значительной степени повышает степень вероятности достижения целей предприятия и стабильности экономических результатов.

Список литературы

1. Советский энциклопедический словарь / Пред. научно-ред. совета А. М. Прохоров. М.: Советская Энциклопедия, 1981. 1600 с.
2. Голубков Е. П. Маркетинг: Словарь-справочник. 2-е изд. М.: Дело, 2001. 440 с.
3. Карлоф Б. Деловая стратегия: Пер. с англ. / Науч. ред. и авт. послесл. В. А. Приписнов. М.: Экономика, 1991. 239 с.
4. Уолкер мл. О. Маркетинговая стратегия. Курс МВА. М.: Вершина, 2006. 496 с.
5. Уолтон С. Сделано в Америке: как я создал Wal-Mart Сэм Уолтон / Пер. с англ. Х. Новак. 3-е изд., доп. М.: Альпина Бизнес Букс: Franse Informatique & Technologie (FIT), 2005.
6. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. СПб.: Питер, 2006.
7. Шив Ч. Д. Курс МВА по маркетингу / Чарльз Д. Шив, Александр Уотсон Хайэм / Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 717 с.
8. Виханский О. С. Стратегическое управление: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Экономистъ, 2005. 296 с.
9. Джонсон, Джери, Шоулз, Кивен, Уиттингтон, Ричард. Корпоративная стратегия: теория и практика, 7-е изд.: Пер. с англ. М.: ИД «Вильямс», 2007. 800 с.
10. Дафт Р. Менеджмент. 6-е изд. / Пер. с англ. СПб.: Питер, 2008. 864 с.
11. Экономическая библиотека. URL: <http://economy-lib.com/metody-marketingovogo-strategicheskogo-upravleniya-razvitiem-roznychnyh-torgovyh-setey> (дата обращения: 06.05.2014).

ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

THE BASIS FOR THE REGION INNOVATION GROWTH STRATEGY DEVELOPMENT

УДК: 332.146.2



АЛЕЙЧЕНКО Екатерина Дмитриевна

аспирантка Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, aleykatya@gmail.ru

ALEYCHENKO Yekaterina Dmitrievna

Post-graduate student of Saint-Petersburg State University of Film and Television, aleykatya@gmail.ru

Аннотация.

В статье проведен анализ инновационного развития регионов России. Обоснована необходимость системного стратегического управления инновационным развитием региона для достижения высокого качества жизни населения.

Ключевые слова: инновации, стратегия, государственная поддержка, инвестиции, человеческий капитал.

Abstract.

The author has performed an analysis of the Russian regions innovative development and substantiated the need for systematic strategic managing innovative development of the region to achieve higher standards of life for the population.

Key words: innovations, strategy, state support, investment, human resource.

Глобальные тенденции мирового развития подтверждают, что в настоящее время инновационная деятельность играет все большую роль в модернизации экономических структур. Только интенсивное внедрение новых технологий в реальную экономику может обеспечить конкурентоспособность на мировом рынке и равноправное участие в международном научно-техническом разделении труда.

Интенсивность инновационной деятельности сегодня во многом отражается на уровне

экономического развития: на мировой арене выигрывают те страны, которые обеспечивают благоприятные условия для инновационной деятельности. Так, например, доля США на мировом рынке наукоемкой продукции в 2012 г. составила более 25%; на втором месте Япония – 18%, следом за ней Китай – 13%, Южная Корея – 5% [1].

Очевидно, что успех инновационной деятельности в значительной степени определяется формами ее организации и способами

финансовой поддержки. Источниками финансирования инновационной деятельности организаций могут быть государство, органы местного самоуправления, частные лица и др. Все они участвуют в хозяйственном процессе и тем или иным образом способствуют развитию инноваций.

Все промышленно развитые страны создают национальные инновационные системы, позволяющие, прежде всего, быстро осваивать результаты собственных разработок либо приобретенные патенты и лицензии. Фирмы и компании таких стран получают значительные налоговые льготы и субсидии на проведение НИОКР. Это позволяет развитым странам с опорой на науку и новые технологии формировать и отстаивать свои цели и национальные интересы, решать вопросы национальной безопасности и роста благосостояния.

Россия, обладающая очевидными конкурентными преимуществами, состоящими не только в природных богатствах и многоотраслевой промышленности, но и в научно-техническом потенциале и квалифицированных кадрах, располагая научной базой, занимала в 2012 г. на мировом рынке наукоемкой продукции лишь около 1,5% [1]. Сложившаяся ситуация требует активных действий, направленных на активизацию инновационной деятельности в стране.

В последние годы одним из заметных трендов в развитии инновационных процессов, проявляющихся не только на национальном, но и на глобальном уровнях, стало усиление роли региональных факторов инновационного развития. В Российской Федерации концентрация инновационной деятельности в отдельных регионах (например, в Республике Татарстан, Нижегородской, Томской, Самарской областях) объясняется размещением в них инновационного бизнеса и центров производства знаний, наличием необходимых ресурсов, качеством инфраструктуры и т. п. [2].

Глобализация позволила смягчить проблемы позиционирования инноваций на всех уровнях, поддержать экономический рост локальными инновациями, новыми для страны либо региона, но зачастую не тиражируемы-

ми в другие регионы, вследствие включенности в региональную среду. Именно на региональном уровне возникают, развиваются, адаптируются и апробируются действенные и гибкие институциональные формы и механизмы организации и поддержки инновационной деятельности, облегчающие доступ предприятий и организаций к современной инфраструктуре, обеспечивающей выход на региональные, межрегиональные и международные рынки. Эти и другие явления современной экономики провоцируют перераспределение полномочий между органами власти различных уровней, повышают значение региональной составляющей государственной инновационной политики.

Важным вопросом, возникающим при рассмотрении источников финансирования инновационной деятельности, является необходимость оценки и сопоставления регионов по критерию их инновационной активности. Именно в регионах реализуется большинство инновационных программ, но не все регионы могут самостоятельно покрыть расходы, связанные с инновационной деятельностью (см. таблицу). Анализ ситуации позволит в свою очередь определить инновационно привлекательные регионы, нуждающиеся в финансировании.

Тревожные макроэкономические показатели вынуждают регионы обращать особое внимание на инновации. По прогнозам к концу 2013 г. дефицит региональных бюджетов может составить 700 млрд рублей, что является следствием общего торможения экономики и сокращения инвестиций. Одиннадцать российских регионов уже находятся в кризисе (Красноярский край, Свердловская, Нижегородская, Челябинская области и др.) [3]. Так, по данным Росстата, в сентябре текущего года объемы промышленного производства сократились в 36 регионах. За январь – август 2013 года в тринадцати регионах зафиксировано отрицательное сальдо между прибылью и убытками всех предприятий [3]. В зону риска попали в числе прочих Сахалин, Ямало-Ненецкий и Ханты-Мансийский автономные округа, Костромская и Липецкая области.

Таблица
Инновационные показатели регионов Российской Федерации [2]

Регион	Создано передовых технологий на 100 000 человек населения	Удельный вес инновационных организаций, %	Число научных организаций на 10 000 человек	Число патентных заявок на изобретение на 10 000 человек	Население, млн чел
Москва	1,5	13,3	0,7	6,9	11,58
Московская область	1,7	6,7	0,4	1,9	7,15
Санкт-Петербург	3,9	13	0,7	3,8	4,93
Свердловская область	2	15	0,2	1,4	4,3
Нижегородская область	1,4	17,7	0,3	1,2	3,3
Новосибирская область	2	5,5	0,4	1,7	2,68
Пермский край	0,9	21,3	0,2	1,7	2,63
Воронежская область	0,8	8,6	0,2	3,2	2,33
Тульская область	0,1	10,5	0,1	1,3	1,55
Чувашская Республика	0,3	15,7	0,1	1,4	1,25
Ивановская область	0,8	5,8	0,2	6,8	1,06
Томская область	0,6	18,4	0,5	4,1	1,05
Калужская область	3,4	8,3	0,4	1,2	1,01
Республика Мордовия	0,8	9,4	0,2	0,5	0,83
Новгородская область	0,6	8,7	0,2	0,9	0,63
Ямало-Ненецкий автономный округ	0,8	10,9	0	0,5	0,53
Камчатский край	0,6	9,6	0,5	0,7	0,32
Магаданская область	4,5	34,3	0,4	0,7	0,16

Анализ данных таблицы показывает, что наибольший удельный вес инновационных организаций приходится на Магаданскую область (34,3%), в то время как на Ивановскую и Новосибирскую области приходятся наименьшие значения – 5,8% и 5,5% соответственно. Разница

почти в шесть раз. При этом число научных организаций в Магаданской и Новосибирской областях равно и составляет 0,4 на 10 000 человек, а население первой в 17 раз меньше населения второй. Это свидетельствует о высокой инновационной активности Магаданской области.

В современных экономических условиях повышение эффективности инновационной деятельности целесообразно осуществлять на основе стратегического планирования инновационного развития регионов. Однако при планировании направлений и инструментов инновационного развития необходимо учитывать существующие разрывы в уровнях экономического развития и инновационного потенциала. Представляется, что при разработке стратегии инновационного развития отдельного региона следует учитывать его социально-экономическую и инновационную специфику и адаптировать стратегию под текущее и прогнозируемое состояние каждого субъекта.

В общем смысле реализация региональной инновационной стратегии должна быть направлена на создание инновационной инфраструктуры, развитие инновационного предпринимательства. Также требуется улучшить взаимодействие между региональными администрациями и существующими компонентами инновационной инфраструктуры, например, научно-исследовательскими и образовательными центрами, инфраструктурой финансирования инноваций и инновационными компаниями.

Следствием реализации инновационной стратегии станет модернизация производств, повышение конкурентоспособности региональных предприятий, рост валового регионального продукта (ВРП) и налогооблагаемой базы, увеличение числа высокотехнологичных рабочих мест и средней зарплаты по региону.

Основным ресурсом инновационной деятельности являются научные знания, а движущей силой – рыночный спрос. Это предполагает поддержку науки, коммерциализацию результатов инновационной деятельности и стимулирование спроса на инновационные продукты. Следовательно, необходима продуманная инновационная политика в регионе, нацеленная на развитие научных исследований и разработок, рост объемов производства и реализации наукоемкой продукции, решение социальных проблем с использованием новейших технологий (организационных,

управленческих и др.). Для достижения этих целей необходимо создать в регионе систему поддержки и продвижения инноваций, активизации инновационной деятельности. Региональная инновационная система, являясь, с одной стороны, элементом социально-экономической системы региона, позволит учесть особенности его инновационного потенциала, с другой стороны, являясь частью национальной инновационной системы, обеспечит инновационное развитие региона в соответствии с общероссийским вектором, одной из основных целей которого является увеличение темпов роста экономики не менее, чем на 5% в год, в том числе за счет высокого качества человеческого и научного потенциала.

Таким образом, для эффективной реализации инновационная стратегия региона должна опираться на следующие принципы:

- тесное взаимодействие государства, науки и бизнеса в процессе реализации мероприятий;
- обеспечение инвестиционной привлекательности инновационной активности;
- ориентация на мировой опыт при разработке инновационных мероприятий и оценке их эффективности;
- прозрачность государственных расходов денежных средств на поддержку инновационной деятельности.

Важнейшей задачей при формировании региональной инновационной системы является создание инфраструктуры инновационной деятельности в регионе. В настоящее время в инфраструктуре инновационной деятельности выделяют технологическую, консалтинговую, финансовую, кадровую, информационную и сбытовую составляющие (рисунок 1) [4].

Технологическая составляющая направлена на создание условий для доступа предприятий (прежде всего малых) к производственным ресурсам, площадям и дополнительным технологическим мощностям. Включает в себя технопарки, инновационно-технологические комплексы, технико-внедренческие зоны и т. п. В России достаточно развита система технопарков в Москве, Санкт-Петербурге, Республике Татарстан.

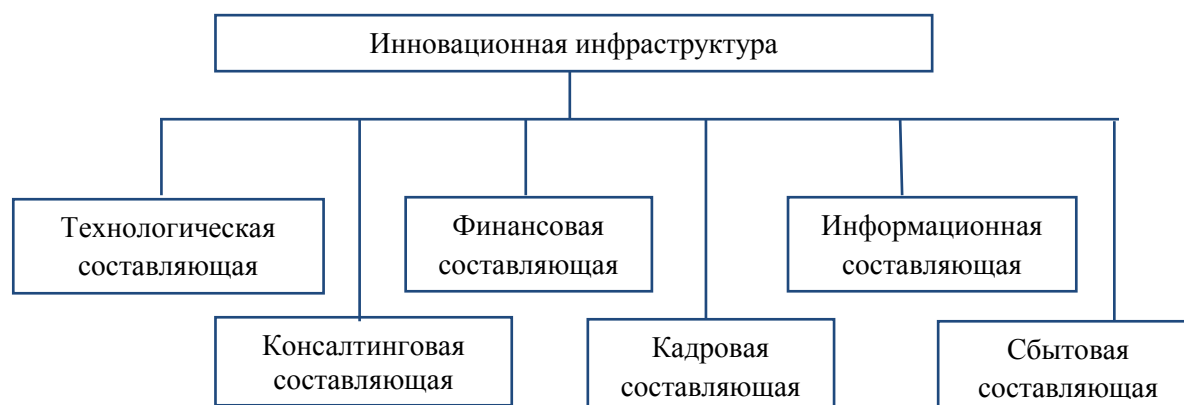


Рисунок 1
Состав иновационной инфраструктуры

Особой формой технопарков признаются технико-внедренческие зоны, предназначенные для создания, реализации и внедрения в производство иновационной продукции, а также разработки информационных технологий и оказания услуг по их обслуживанию. С 2005 г. в России существуют четыре такие зоны: в Дубне, Томске, Зеленограде и поселке Стрельна (Санкт-Петербург).

Стимулирование иновационного развития невозможно без консалтинговой составляющей, представленной центрами (офисами) трансфера технологий, а также компаниями, оказывающими консалтинговую помощь в сфере производства, маркетинга, управления. Основной задачей этих организаций является содействие разработке и коммерциализации проектов, создаваемых иновационными предприятиями региона.

Особую актуальность в большинстве регионов России приобретает формирование финансовой составляющей иновационной инфраструктуры. Финансовая составляющая тесно связана с инвестициями, поэтому необходимо также развивать инфраструктуру регионального инвестиционного рынка. Как свидетельствуют данные официальной статистики, финансирование разработки и внедрения иноваций осуществляется преимущественно за счет собственных средств хозяйствующих субъектов [2]. В значительной части регионов в силу недостаточности собственных финансовых ресурсов отсут-

ствуют целевые программы иновационного развития территорий, что тормозит их переход на иновационный сценарий развития.

В последнее время на региональном уровне начали создаваться венчурные фонды (инвестиционные фонды, ориентированные на работу с иновационными предприятиями и проектами). Интересен опыт ведущих стран в этом направлении. Азиатские венчурные инвесторы стремятся вкладывать капитал в более зрелые компании. В Японии сконцентрированы самые крупные источники венчурного капитала: корпорации (46%), банки (30%) и страховые компании (10%). Большинство японских венчурных фондов – филиалы больших корпораций. Япония имеет самый большой рынок венчурного капитала в Азии, но индустрия венчурного капитала не развилась в Японии до уровня США. Среди регионов России можно отметить опыт создания и функционирования венчурных фондов Пермского края, Татарстана, Санкт-Петербурга. В них наработана определенная практика в этом направлении, реализуются иновационные проекты.

Кадровая составляющая должна предусматривать не только подготовку высококвалифицированных кадров в регионе, но и их удержание путем создания благоприятных условий жизни.

Информационное обеспечение иновационной деятельности в регионе представляет собой процесс непрерывного целенаправлен-

ного подбора данных, необходимых для принятия обоснованных решений в инновационной сфере региона. Региональные власти как один из главных участников инновационного процесса обладают самым большим количеством источников информации. Помимо общедоступных источников, используемых остальными участниками инновационных процессов в регионе, они имеют свои специальные службы, которые занимаются сбором информации. Государственное участие в информационной поддержке инновационной деятельности является необходимым инструментом региональной инновационной системы, особенно в тех случаях, когда в регионе происходит изменение экономических или правовых условий инновационной и инвестиционной деятельности.

Сбытовая составляющая в инфраструктуре инновационной деятельности связана с коммерческой привлекательностью инноваций, поэтому необходимо повысить качество инновационных продуктов, обеспечить их продвижение и сопровождение. Научоемкая продукция отличается от традиционной не только суммой затрат на НИОКР, но и механизмом реализации. Новая продукция на начальном этапе жизненного цикла не может продвигаться на рынок классическими методами. Необходимо наладить взаимосвязи между научными организациями, университетами и потребителями инноваций, создать благоприятные условия для перехода от идеи к конечному инновационному продукту.

Следует отметить, что объекты инновационной инфраструктуры могут решать лишь часть проблем и успешное развитие инновационной деятельности не может быть поставлено исключительно в зависимость от наличия или количества соответствующих объектов инфраструктуры. Для активизации инновационной деятельности в регионе необходима также благоприятная нормативно правовая база и тщательно составленная программа инновационного развития (рисунок 2).

При разработке всей программы инновационного развития в первую очередь необходимо обозначить его цели и задачи. Цели

формируются исходя из результатов анализа региональной стратегии инновационного развития с учетом анализа статистических данных и сопоставления их с другими региональными практиками или форсайтом.

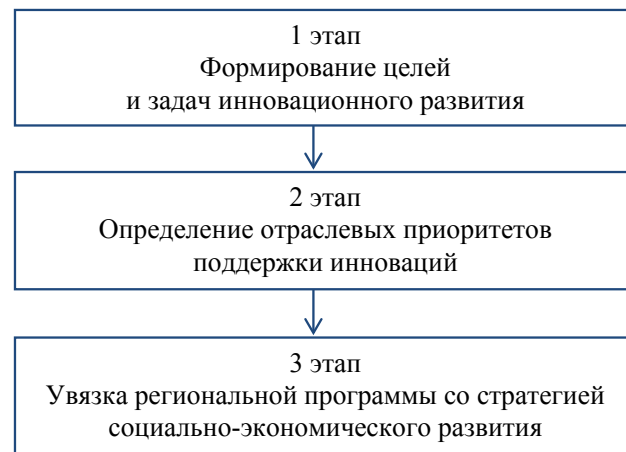


Рисунок 2
Этапы формирования программы инновационного развития регионов

На втором этапе формирования программы должны быть определены отраслевые приоритеты поддержки инноваций. Однако в силу бюджетных ограничений и сложившейся региональной структуры экономики, со своими конкурентными преимуществами и недостатками, поддерживать инновационное развитие всех отраслей невозможно. Необходимо проведение форсайт-исследования и анализа текущей ситуации для определения потенциала ключевых отраслей. Часто под инновациями подразумевают появление новых отраслей и предприятий, однако эффект от внедрения инноваций в уже имеющихся, традиционных отраслях гораздо выше, чем от создания новых [5].

На третьем этапе разработки инновационной стратегии региона необходимо провести ее увязку с федеральной инновационной политикой. То есть учесть федеральные приоритеты, чтобы получить софинансирование из федерального бюджета. Инструменты софинансирования могут быть разными: программы государственно-частного партнерства, в том числе, участие в различных инновационных программах госкомпаний, кластерах, технологических платформах. По оценкам

различных экспертов, на закупки и разработку инновационных решений крупнейшие госкомпании выделяют 400–450 млрд рублей ежегодно [5].

Таким образом, следуя стратегии инновационного развития можно добиться увеличения числа научно-исследовательских институтов, сокращения безработицы, роста доли квалифицированных кадров и, как следствие, выпуска качественно новой продукции. Также для достижения поставленных целей следует учитывать, что объединение научного знания

и рыночного спроса может увеличить число инновационных разработок, а тесная взаимосвязь между организациями, университетами и потребителем сделает работу по внедрению конечного продукта более эффективной. Со стороны государства хорошей поддержкой стала бы разработка современной нормативно-правовой базы. Все это позволит повысить экономическое состояние как отдельного региона, так и страны в целом, а также обеспечит возможный выход РФ на мировую арену в качестве одного из лидирующих участников.

Список литературы

1. *Городникова Н. В., Гохберг Л. М., Кузнецова И. А. и др.* Индикаторы инновационной деятельности: 2013: статистический сборник. М.: Высшая школа экономики, 2013. 472 с.
2. НАИРИТ. Рейтинг инновационной активности регионов 2012. – Июль 04, 2013. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nair-it.ru/news/04.07.2013/405> (дата обращения: 04.07.2014).
3. Статистический сборник «Регионы России. Социально-экономические показатели». [Электронный ресурс]. URL: <http://gks.ru> (дата обращения: 28.11.2013).
4. *Шепелев Г. В.* Проблемы развития инновационной инфраструктуры / Наука и инновации в регионах России. ФГУ НИИ РНКЦЭ. URL: http://regions.extech.ru/left_menu/shepelev.php (дата обращения: 25.01.2014).
5. *Денисова М.* Инновации спасут экономику регионов. Исследования Высшей школы экономики. URL: <http://www.opes.ru> (дата обращения: 29.01.2014).

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ РОССИИ НА ОСНОВЕ РАЗВИТИЯ ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УСЛУГ

ENHANCING EDUCATIONAL INSTITUTIONS COMPETITIVENESS IN RUSSIA ON THE BASIS OF THE PROVIDED SERVICES DEVELOPMENT

УДК 338.46



КУДРЯШОВ Вадим Сергеевич

документовед научно-исследовательского отдела Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, kudvad88@yandex.ru

KUDRYASHOV Vadim Sergeevich

Document Specialist of the Scientific and Research Department, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, kudvad88@yandex.ru

Аннотация.

В статье рассмотрены вопросы развития и повышения конкурентоспособности образовательных организаций России. Проведен анализ основных проблем развития образовательных услуг. Предложены пути повышения конкурентоспособности образовательных организаций и стратегические принципы управления сферой образовательных услуг.

Ключевые слова: образовательные организации, образовательные услуги, конкурентоспособность, проблемы развития, управление, сфера образования, кадровый потенциал.

Abstract.

The article discusses the issues of enhancing educational institutions competitiveness in Russia. The author has performed an analysis of basic challenges to developing educational services and offered ways of enhancing educational institutions competitiveness and strategic principles of managing the educational services sector.

Key words: educational institutions, educational services, competitiveness, problems of development, management, educational sector, personnel potential.

Вопрос формирования стратегий развития образовательных организаций в современных социально-экономических условиях инновационных преобразований в национальной экономике становится одним из важнейших

направлений дальнейшего регулирования и управления системой высшего образования. Демографический кризис, высокий уровень конкуренции на рынке образовательных услуг на национальном и мировом уровне дик-

туют необходимость проведения реформ по повышению конкурентоспособности образовательных организаций в России. Высокая конкуренция среди образовательных организаций, коммерциализация деятельности по предоставлению образовательных услуг в условиях демографического кризиса в стране, в условиях интеграции в европейское и мировое образовательное пространство диктуют необходимость проведения реформ высшего образования.

Необходимость повышения конкурентоспособности образовательных организаций на современном этапе социально-экономического развития страны во многом продиктована новыми требованиями со стороны быстро изменяющихся тенденций развития внутреннего и внешнего рынка образовательных услуг и рынка труда. Поэтому как никогда остро стоит вопрос подготовки высококвалифицированного кадрового потенциала для успешного и динамичного социально-экономического развития страны в условиях стремительных изменений рынка, как внутренних, так и внешних.

За последние десятилетия в системе образования России произошли существенные изменения [1]:

- возникли новые типы негосударственных образовательных организаций, предоставляющих образовательные услуги на коммерческой основе;
- появился негосударственный сектор образования, в том числе в отдаленных регионах и местностях;
- появился новый подход к подготовке высококвалифицированных кадров.

Данные изменения привели к большей доступности получения высшего образования широкими массами; возможности получения дополнительного образования и переподготовки кадров в связи с повышением требований рынка труда во всех регионах России [2].

Применительно к современному этапу социально-экономического развития России можно сформулировать следующие особенности развития образовательных услуг в нашей стране:

- доступность высшего образования;
- создание системы непрерывного образования, повышения уровня знаний и квалификации;
- создание многоуровневой системы подготовки и переподготовки кадров по содержанию, формам, срокам и методам личностно-ориентированного обучения;
- международное признание российских документов об образовании и присуждении ученых степеней и званий;
- признание образовательных услуг одной из ключевых точек роста национального экономического развития на пути инновационных преобразований и повышения конкурентоспособности кадрового потенциала страны;
- развитие современных методов образования и получения знаний на основе консолидации ценностей и целей при творческом сотрудничестве педагогов и учащихся.

Многие международные показатели образовательных организаций в области оказания образовательных услуг доказывают значительное отставание России от зарубежных стран.

В рейтинге стран по индексу развития человеческого потенциала Россия находится всего лишь на 67 месте [3]. Индексные показатели, которые характеризуют систему образовательных услуг в странах «большой восьмерки» в 2013 г., представлены в таблице 1. Многие индексные показатели России особенно существенно не отличаются от показателей зарубежных стран. Например, индекс уровня образования в России и Германии составляет 0,956 и 0,953 соответственно, уровень грамотности населения в данных странах составляет 99 и 99%. Нет никакой разницы в доле расходов от ВВП на образование в России и Японии 3,6 и 3,6% и доле расходов на образование от общих расходов государства в России (12,9%) и Канаде (12,5%) соответственно.

Вместе с тем, многие показатели доказывают значительное отставание России от других стран. Например, индекс развития человеческого потенциала составляет 0,802 у России и 0,961 у Канады. Большой разрыв в показа-

теле ожидаемой продолжительности жизни при рождении – 65 лет в России и 82,3 года в Японии. ВВП на душу населения в России 5336 долл. и 41 890 долл. в США. Разница в 7,9

раза вряд ли может быть уменьшена в ближайшее время. К сожалению, огромные различия в расходах на образование: в России 27,49 млрд долл., а в США в 26,6 раза больше [3].

Таблица 1
Индексные показатели системы образовательных услуг в странах «большой восьмерки» в 2013 году

Показатели	Россия	Канада	США	Япония	Англия	Франция	Германия	Италия
Индекс развития человеческого потенциала, доли	0,802	0,961	0,951	0,953	0,946	0,952	0,935	0,941
Индекс уровня образования	0,956	0,991	0,971	0,946	0,970	0,982	0,953	0,958
Уровень грамотности взрослого населения, %	99,4	99	99	99	99	99	99	98,4
Ожидаемая продолжительность жизни при рождении, лет	65	80,5	77,9	82,3	70,9	80,2	79,1	80,3
ВВП, млрд долл. США	763,7	1113,8	12 416,5	4534,0	2198,8	2126,6	2794,9	1762,5
ВВП на душу населения, долл.	5336	34 484	41 890	35 484	36 509	34 936	33 890	30 076
Доля расходов на образование от общих государственных расходов, %	12,9	12,5	15,3	9,8	12,1	10,9	9,8	9,8
Доля расходов на образование от ВВП, %	3,6	5,2	5,9	3,6	5,4	5,9	4,6	4,7
Расходы на образование, млрд долл. США	27,49	57,92	732,57	163,22	118,74	125,47	128,57	82,84

Выявленные проблемы необходимо решать, сформулировав следующие основные направления деятельности образовательных организаций [4]:

- повысить конкурентоспособность отечественного образования на внутреннем и внешнем рынках труда, сформулировав и внедрив стандарты получения качественного образования, отвечающего современным запросам рынка при развитии экономики по пути инновационных преобразований;

- повысить уровень самостоятельности и финансово-хозяйственной ответственности образовательных организаций при оказании образовательных услуг;

- проводить на федеральном и региональном уровнях политику, направленную на работу с молодежью по пропаганде полу-

чения образования, повышения уровня образования и получения новых знаний для того, что бы быть востребованным на рынке труда в условиях быстро меняющейся конъюнктуры рынка;

- преодолеть разрыв между получением теоретических знаний и опыта применения их на практике, что может быть достигнуто образовательными организациями путем повышения уровня научной и научно-методической работы, сотрудничества с научными учреждениями фундаментальной науки и предприятиями экономики.

Существенной проблемой развития образования во всех регионах страны является недостаток профессорско-преподавательских кадров и отсутствие либо недостаточность материально-технической базы, что приво-

дит к снижению уровня получаемого образования. Аналитики отмечают, что в последние годы наблюдается низкий уровень подготовки абитуриентов и зачисление их на получение образования на платной основе отрицательно сказывается на их образовании [5].

В целом, как отмечают ведущие отечественные ученые и аналитики [5], для повышения конкурентоспособности образовательных организаций необходимо осуществить следующие мероприятия:

- иметь объективную оценку потребностей экономики в трудовых ресурсах по всем направлениям деятельности, предоставляя выпускникам образовательных организаций возможность устройства на работу по полученной специальности;
- создать программы государственных образовательных стандартов с целью эффективного использования трудовых ресурсов;
- создать эффективные системы взаимодействия системы образования органов государственной и региональной власти, науки и бизнес-сообществ с целью выявления подготовки необходимых высококвалифицированных кадров для динамичного развития инновационной экономики;
- создать систему подготовки и переподготовки высококвалифицированных кадров с учетом стремительно изменяющихся условий внутреннего и внешнего рынка труда, преодолев узкопрофильность в образовании;
- создать условия для развития творческого потенциала кадров и умения приспосабливаться к быстро изменяющимся условиям внешней среды.

Данные мероприятия необходимо провести в самые сжатые сроки, так как необходимо гибко реагировать на изменения тенденций развития мирового рынка образования и занять достойное место в мировом образовательном пространстве.

Но главным шагом на пути повышения конкурентоспособности образовательных организаций в России является поддержка государственных органов власти.

В целях обеспечения развития образовательных организаций и повышения их конку-

рентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров государственным органам власти необходимо:

1. Разработать программу по повышению конкурентоспособности образовательных организаций, которая должна включать следующие основные мероприятия:

- формирование кадрового резерва руководящего состава образовательных организаций и привлечение на руководящие должности специалистов, которые имеют опыт работы в ведущих иностранных и российских образовательных и научных организациях;
- привлечение в образовательные организации молодых научно-педагогических работников, которые имеют опыт работы в научно-исследовательской и образовательной сферах в ведущих иностранных и российских образовательных и научных организациях;
- реализация программ международной и внутрироссийской академической мобильности научно-педагогических работников в форме стажировок, повышения квалификации, профессиональной переподготовки и в других формах;
- совершенствование деятельности отделов аспирантуры и докторантуры в образовательных организациях;
- внедрение в образовательных организациях новых образовательных программ совместно с ведущими иностранными и российскими образовательными организациями и научными организациями;
- привлечение студентов из ведущих иностранных университетов к обучению в российских образовательных организациях, в том числе путем реализации партнерских образовательных программ с иностранными образовательными организациями и ассоциациями университетов.

2. Сформировать Совет по повышению конкурентоспособности ведущих образовательных организаций России, который должен осуществлять следующие функции:

- рассматривать перечень требований к отбору образовательных организаций для получения ими государственной поддержки в целях их развития и повышения конкурентоспособности;

- рассматривать программы повышения конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров и образовательных организаций;

- формировать для Министерства образования и науки Российской Федерации предложения по развитию образовательных организаций, рекомендованных для предоставления государственной поддержки;

- рекомендовать образовательным организациям международные рейтинги для формирования показателей результативности достижения целей и планов мероприятий по реализации ими программ повышения конкурентоспособности;

- рассматривать отчеты образовательных организаций по реализации планов мероприятий;

- ежегодно на основании представленных отчетов готовить для Министерства образования и науки Российской Федерации рекомендации о продолжении оказания государственной поддержки образовательной организации при наличии бюджетных ассигнований в данный период на указанные цели.

Современный уровень социально-экономического развития России предполагает наличие высококвалифицированного кадрового потенциала. Высокий уровень развития производства требует получения не только базовых профессиональных знаний и умений, но и постоянного роста уровня высшего образования, совершенствования и получения нового опыта. Компетентные специалисты способны видеть перспективы и тенденции развития, гибко реагировать на изменения окружающей среды, а также создать задел для инновационного развития науки и бизнеса, развивая собственный потенциал, что наиболее ценно.

Управление системой предоставления образовательных услуг образовательными организациями в новых экономических условиях должно быть ориентировано на получение конечного результата. Конечным результатом системы высшего образования в условиях информационного общества является

личность, способная обеспечить конкурентоспособность экономики, уровень высокотехнологического развития, высокий уровень материальной и духовной составляющих жизни населения. Поэтому в целях развития образовательных услуг и повышения конкурентоспособности образовательных организаций необходимо применить методы стратегического управления, сформулировав цели и задачи, провести маркетинговые исследования с целью определения спроса и предложения, сформировать «портфель заказов», определить основные направления предоставления образовательных услуг, предлагая сбалансированные цены на образовательные услуги высокого качества, гибко реагируя на изменения внешней среды. Стратегические методы управления сферой образовательных услуг позволят решить проблемы, как внутри самой системы, так и устранить внешние несоответствия и диспропорции. Поэтому система управления по предоставлению образовательных услуг должна быть организована на принципах стратегического управления с учетом изучения удовлетворения потребительского спроса образовательных услуг, модель управления должна быть целостной и обеспечивать эффективное управление образовательным процессом, направленным на подготовку высококвалифицированного трудового потенциала для эффективного и динамичного социально-экономического развития страны.

По мнению автора, в целях повышения конкурентоспособности российских образовательных организаций необходимо создать эффективную систему предоставления образовательных услуг, соответствующих современным требованиям. Следует также создать систему стандартов отечественного образования, соответствующую мировым стандартам, которая позволит российским образовательным организациям развить научный и экономический потенциал страны и позволит занять достойное место в рейтинге ведущих мировых научно-образовательных центров и университетов.

Список литературы

1. *Витевская О. В.* Современные проблемы управления развитием образовательных услуг // Здоровьесберегающие технологии в образовательном процессе: проблемы и перспективы: сб. ст. IV междунар. науч.-практ. конф. Пенза, 2012. С. 11–13.
2. *Витевская О. В.* Реформирование системы образования в РФ // Тезисы докл. XVI рос. науч. конф. проф.-препод. состава, науч. сотрудников и аспирантов. Самара, 2013. С. 264–265.
3. Показатели развития человека. URL: http://hdr.undp.org/en/media/hdr04_ru_ (дата обращения: 18.04.14).
4. *Верховкина М. Е.* Проблемы интеграции российского высшего образования в единое европейское образовательное пространство (на примере вузов Санкт-Петербурга) // Качество. Инновации. Образование. 2012. № 4. С. 2–5.
5. *Титова В. А.* Сфера образования и многоотраслевые интегрированные структуры: проблемы и перспективы взаимодействия / В. А. Титова, О. Л. Лямзин // Качество. Инновации. Образование. 2010. № 4. С. 6–12.

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ТАМОЖЕННОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

THE LEGAL BASIS OF THE CUSTOMS TAXATION

УДК [339.543.622 : 336.221] : 340.130.54



ГУСЕЙНОВА Гузель Мухтаровна

доцент кафедры государственных и муниципальных финансов Санкт-Петербургского государственного экономического университета, кандидат экономических наук, доцент, oslan.67@mail.ru

GUSEYNOVA Guzel Mukhtarovna

Associate Professor, Department of State and Municiple Finances, Saint-Petersburg State University of Economics, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, oslan.67@mail.ru

Аннотация.

Понимание проблем правового регулирования налогообложения экспортно-импортных операций в условиях Таможенного союза приобретает особую актуальность. В статье рассматриваются правовые основы взимания таможенных платежей при торговле со странами дальнего зарубежья, особое внимание уделяется особенностям применения косвенных налогов при торговле в рамках Таможенного союза.

Ключевые слова: Таможенный союз, Таможенный кодекс, таможенные платежи, налог на добавленную стоимость, акцизы, таможенная пошлина, таможенная стоимость.

Abstract.

Understanding problems of legal regulation of export-import operations taxation within the Customs Union is becoming particularly urgent. The article deals with the legal basis of levying customs duties while trading with countries outside the former Soviet Union, special attention is paid to peculiarities of indirect taxation in the trade within the Customs Union.

Key words: the Customs Union, the customs code, customs payments, surplus value tax, excise duties, customs duty, customs value.

В условиях глобализации мировой экономики, вступления России во Всемирной торговой организации (ВТО), создания Таможенного союза России, Беларуси и Казахстана произошли существенные изменения во взимании таможенных платежей. Дальнейшее расширение внешнеэкономических связей внутри Содружества Независимых Государств (далее – СНГ) является одним из условий повышения эффективности эконо-

мик стран-участниц. Важнейшая задача интеграционного сотрудничества – создание механизма регулирования взаимовыгодных торгово-экономических отношений. В этом плане актуальны проблемы гармонизации налоговых отношений. Гармонизация налоговых отношений в государствах СНГ предполагает достижение следующих целей: объединение и унификация внутреннего рынка СНГ и интенсификация интеграционных

процессов; упразднение налоговых границ и создание условий, обеспечивающих свободное перемещение товаров; рационализацию структур налоговых систем и унификацию порядка исчисления и взимания налоговых платежей.

Именно в рамках региональных объединений принимаются многие решения по взаимному сотрудничеству. В 1994–2010 гг. в рамках СНГ были образованы следующие объединения стран:

- Союз Беларуси и России, оформленный договором от 2 апреля 1997 г. Затем 8 декабря эти страны подписали договор о создании Союзного государства;
- Таможенный союз в составе России, Беларуси, Казахстана, Киргизии, Таджикистана (Евразийское экономическое сообщество – ЕврАзЭС);
- Центрально-Азиатское экономическое сообщество, объединяющее Казахстан, Киргизию, Узбекистан и Таджикистан (ЦАС);
- Объединение Грузии, Украины, Узбекистана, Азербайджана, Молдовы (ГУУАМ);
- Организация региональной интеграции России, Беларуси, Украины и Казахстана (ОРИ);
- Таможенный союз России, Беларуси и Казахстана.

Важным политическим шагом на пути к улучшению экономических отношений между странами в постсоветском пространстве стало создание Таможенного союза (далее – ТС) трех государств: России, Беларуси и Казахстана, основы которого заложены договором от 6 октября 2007 г. «О создании Единой таможенной территории и формировании Таможенного союза». Таможенный союз – форма торгово-экономической интеграции стран, предусматривающая единую таможенную территорию, в пределах которой во взаимной торговле товарами, происходящими с единой таможенной территории, а также происходящими из третьих стран и выпущенными в свободное обращение на этой таможенной территории, не применяются таможенные пошлины и ограничения экономического

характера, за исключением специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер. Таможенное законодательство ТС состоит из Таможенного кодекса ТС, международных договоров государств-членов ТС, решений Комиссии ТС.

Таможенный кодекс ТС, заменивший собой таможенные кодексы стран-участниц, вступил в действие с июля 2010 г. Он определяет общие вопросы таможенного регулирования на территории государств; устанавливает таможенные процедуры; фиксирует статус таможенных органов, регулирует правоотношения между ними и субъектами ВЭД, условия предпринимательской деятельности в таможенном деле; содержит общие положения о видах таможенных платежей, о порядке их исчисления, уплаты, возврата.

Согласно Таможенному кодексу ТС правовое регулирование особенностей таможенных отношений осуществляется на уровне национальных законодательств государств-участников. Государственная Дума РФ в 2010 г. приняла Федеральный закон № 311-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации». Кроме того, внешнеэкономическая деятельность регулируется многочисленными федеральными законами, указами Президента, постановлениями Правительства РФ, нормативно-правовыми актами Федеральной таможенной службы РФ. Налоговое регулирование экспорта направлено на поддержание рационального соотношения вывоза и ввоза товаров, валютных доходов и расходов на территории РФ, а также обеспечение условий для интеграции национальной экономики в мировую. Налоговое регулирование импорта преследует протекционистские цели, т. е. защиты национальных производителей от иностранных конкурентов на внутреннем рынке, а также служит регулированию потребления продукции, которая не производится или производится в недостаточном количестве и обеспечивает поступления в федеральный бюджет.

В ст. 70 Таможенного кодекса ТС приведен перечень таможенных платежей:

- ввозная таможенная пошлина;
- вывозная таможенная пошлина;
- налог на добавленную стоимость, взимаемый при ввозе товаров на таможенную территорию ТС;
- акциз, взимаемый при ввозе товаров на таможенную территорию ТС;
- таможенные сборы.

Таможенные налоги на добавленную стоимость и акцизы, согласно ст. 13 Налогового кодекса РФ входят в состав федеральных налогов, т. е. одновременно регулируются таможенным и налоговым законодательствами. Порядок применения НДС и акцизов при экспортно-импортных операциях регламентирован гл. 21 НК РФ «Налог на добавленную стоимость» и гл. 22 «Акцизы».

Как известно, существуют два принципа обложения налогом на добавленную стоимость внешнеторговых операций: на основе места производства, т. е. принцип «страны происхождения»; и на основе места потребления – принцип «страны назначения». При применении косвенных налогов при экспортно-импортных операциях в РФ действует принцип «страны назначения» товаров, согласно которому при ввозе на таможенную территорию РФ товары облагаются НДС и акцизами, при вывозе в таможенной процедуре экспорта применяются нулевая ставка по НДС и льгота по акцизам. Следует отметить, что данный принцип с 1 июля 2001 г. применяется как со странами дальнего зарубежья, так и во взаимоотношениях со странами-участницами СНГ (с Республикой Беларусь с 2005 г.).

Налог на добавленную стоимость (НДС) по ввозимым товарам исчисляется по следующей формуле:

$$\text{НДС} = (\text{ТС} + \text{ТП} + \text{А}) \cdot \text{Ст}, \quad (1)$$

где НДС – сумма налога на добавленную стоимость; ТС – таможенная стоимость ввозимых товаров; ТП – ввозная таможенная пошлина; А – акциз; Ст – ставка НДС, %.

Как видно из порядка исчисления, нарушается один из принципов налогообложения – однократность, так как таможенные пошлины и акцизы включаются в налоговую базу

налога на добавленную стоимость. Тем не менее, на современном этапе развития российской экономики изменение базы налогообложения по НДС является нецелесообразным из-за дефицитного бюджета, и выпадающие доходы бюджета предполагают поиск новых источников пополнения государственного бюджета.

При экспорте по НДС применяется ставка 0%, что можно рассматривать как «двойную льготу» для организаций: во-первых, происходит освобождение от НДС операций по реализации товаров (работ, услуг); во-вторых, предоставляются налоговые вычеты по суммам НДС, уплаченным за приобретенные материальные ресурсы (работы, услуги), использованные при производстве товаров (работ, услуг), предназначенных на экспорт.

Акцизы – один из важнейших видов таможенных платежей. Перечень и ставки подакцизных товаров едины как при реализации подакцизных товаров на внутреннем рынке, так и при ввозе товаров на таможенную территорию РФ. Порядок исчисления сумм акцизов по ввозимым на территорию РФ товарам можно представить следующими формулами:

1) если установлены специфические (твердые) ставки:

$$A = B \cdot K_i \cdot C_t, \quad (2)$$

где А – сумма акциза; В – количество товара; K_i – коэффициент, учитывающий особенности единицы измерения товара; C_t – специфическая налоговая ставка;

2) если установлены *комбинированные* ставки:

$$A = B_t \cdot K_e \cdot C_t + (P_c \cdot C_a) / 100\%, \quad (3)$$

где А – сумма акциза; B_t – количество товара (количество пачек или иных упаковок); K_e – коэффициент, учитывающий количество (сигарет и папирос) подакцизных товаров в соответствующих единичных упаковках, маркированных акцизными марками; C_t – специфическая налоговая ставка; C_a – адвалорная налоговая ставка; P_c – расчетная стоимость для сигарет и папирос одной марки, исчисляемая исходя из максимальной розничной цены.

Правила определения расчетной стоимости сигарет и папирос определены ст. 187.1 НК РФ. Налогоплательщик должен самостоятельно установить максимальную розничную цену в отношении пачки сигарет каждой марки. Максимальная розничная цена при ввозе табачной продукции декларируется налогоплательщиком путем подачи уведомления в таможенный орган по месту оформления подакцизных товаров. Заявленные цены должны действовать не менее одного календарного месяца.

Важным способом обеспечения полноты сбора акцизов является обязательная маркировка ввозимых табачных изделий и алкогольной продукции (кроме пива). Покупка марок и сама маркировка производится до фактического ввоза товаров на таможенную территорию РФ, а по алкогольной продукции также и после получения подтверждения о фиксации сведений об указанной продукции, наносимых на акцизную марку, в единой государственной автоматизированной информационной системе учета объема производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции. Следует иметь в виду, что акцизный таможенный пост продает импортеру марки только при обеспечении уплаты всех таможенных платежей. Таким обеспечением выступают суммы, внесенные на депозит таможенного органа, либо гарантия банка. Размер обеспечения определяется таможенными органами, исходя из суммы таможенных платежей, уплачиваемых по подакцизным товарам, выпускаемым для внутреннего потребления. Ставка для расчета суммы обеспечения выполнения обязательства импортера по подакцизному товару устанавливается ФТС [1] по согласованию с Минэкономразвития. Эту особенность должны учитывать финансисты предприятий при налоговом планировании, так как из оборота изымается значительная часть денежных средств, необходимых для покупки марок и внесения таможенных платежей за ввозимые подакцизные товары.

При осуществлении ВЭД от уплаты акцизов налогоплательщик освобождается при реализации произведенных им подакцизных

товаров и (или) передаче подакцизных товаров, произведенных из давальческого сырья и помещенных под таможенную процедуру экспорта, за пределы территории РФ либо при ввозе подакцизных товаров в портовую особую экономическую зону (ОЭЗ).

Имеются существенные особенности при взимании косвенных налогов при взаимной торговле хозяйствующих субъектов в рамках Таможенного союза. До середины 2010 г. порядок взимания косвенных налогов в экспортно-импортных отношениях между хозяйствующими субъектами трех стран – России, Беларуси и Казахстана регулировался двусторонними международными договорами: России и Беларуси – Соглашением о принципах взимания косвенных налогов при экспорте и импорте товаров, выполнении работ, оказании услуг от 15 сентября 2004 г. и Протоколом о порядке взимания косвенных налогов при выполнении работ, оказании услуг от 23 марта 2007 г.; России и Казахстана – Соглашением о принципах взимания косвенных налогов во взаимной торговле от 9 октября 2000 г.; Беларуси и Казахстана – Соглашением о принципах взимания косвенных налогов при экспорте и импорте товаров (работ) от 2 февраля 1999 г.

С июля 2010 г. косвенные налоги в рамках Таможенного союза взимаются по принципу «страны назначения» в условиях отмены таможенного оформления и таможенного контроля на внутренних границах. Новый порядок взимания косвенных налогов при экспорте и импорте товаров, оказании услуг и выполнении работ в Таможенном союзе установлен Соглашением между правительствами России, Беларуси и Казахстана от 25.01.2008 г. В соответствии с названным Соглашением был принят Протокол «О порядке взимания косвенных налогов и механизме контроля за их уплатой при экспорте и импорте товаров в Таможенном союзе» от 11.12.2009 г., который в России ратифицирован законом № 98-ФЗ от 19.05.2010 г. Согласно решению Межгосударственного совета ЕврАзЭС от 21.05.2010 г. № 36 «О вступлении в силу международных

договоров, формирующих договорно-правовую базу Таможенного союза» Соглашение от 25.01.2008 г. и протокол от 11.12.2009 г. вступили в силу с июля 2010 г.

Соглашение России и Беларуси от 15 сентября 2004 г. относилось лишь к перемещению товаров, которые были произведены в России или Беларуси, а действие трехстороннего Соглашения от 25 января 2008 г. распространяется на все товары, происходящие с территорий как перечисленных выше, так и других стран. Кроме того, обязанность по уплате косвенных налогов предусмотрена и для организаций, применяющих специальные налоговые режимы.

При импорте товаров косвенные налоги с июля 2010 г. взимаются налоговыми органами государства, на территорию которого ввозятся товары. При этом косвенные налоги не уплачиваются, если ввозимые товары не подлежат налогообложению при ввозе в соответствии с законодательством страны-импортера. Ставки налога на добавленную стоимость и акцизов на ввозимые в страну товары не должны превышать ставки косвенных налогов на внутреннем рынке, что направлено на обеспечение свободного перемещения товаров. Установлены новые правила определения налоговой базы по импортированному товару: налоговая база по НДС при импорте товаров определяется на основании стоимости приобретенных товаров и акцизов по подакцизным товарам. Налоговые вычеты по косвенным налогам производятся в порядке, предусмотренном законодательством страны-участницы Таможенного союза. Основным документом, регламентирующим перемещение товаров через таможенную границу государства, вместо таможенной декларации стало заявление о ввозе товаров и уплате косвенных налогов, направляемое в налоговые, а не в таможенные органы, основными функциями которого являются подтверждение законности сделки, уплаты косвенных налогов при ввозе товаров и совершения операций при экспорте. Налог на добавленную стоимость и акцизы уплачиваются в бюджет не позднее 20-го числа месяца, следующего за месяцем принятия

на учет ввезенных товаров; акцизы по товарам, подлежащим маркировке, уплачиваются в сроки, установленные законодательством страны-импортера. Следовательно, российские организации и предприниматели, производящие ввоз товаров, ежемесячно обязаны представлять налоговые декларации, в то время как все налогоплательщики, в том числе импортирующие товары из других стран, не входящих в Таможенный союз, представляют налоговые декларации только ежеквартально.

С 2005 г. таможенные пошлины исключены из ст. 13 Налогового кодекса РФ и согласно ст. 51 Бюджетного кодекса РФ рассматриваются как неналоговые доходы федерального бюджета. Учитывая налоговую природу таможенных пошлин как обязательность, императивность, безвозмездность, уделем внимание правовому регулированию их взимания. С 2010 г. в целях создания единого таможенного пространства для обеспечения свободного перемещения товаров во взаимной торговле и благоприятных условий торговли стран-участниц союза с третьими странами вступил в силу ряд важнейших документов по таможенному регулированию на территории договаривающихся государств: единая Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Таможенного союза, Единый таможенный тариф Таможенного союза, перечни стран – пользователей системы тарифных преференций Таможенного союза и др.

Размеры и порядок уплаты таможенных платежей во многом зависят от выбранной участником ВЭД таможенной процедуры.

Таможенная процедура – это совокупность положений, которые определяют статус товаров и транспортных средств, перемещаемых через таможенную границу Таможенного союза, для таможенных целей.

Такие положения касаются:

- порядка оформления товаров;
- взимания таможенных платежей и предоставления льгот;
- определения пределов прав физических и юридических лиц при осуществлении внешнеторговых операций и др.

Таможенным кодексом Таможенного союза установлены следующие виды таможенных процедур: выпуск для внутреннего потребления; экспорт; таможенный транзит; таможенный склад; переработка на таможенной территории; переработка для внутреннего потребления; переработка вне таможенной территории; временный ввоз (допуск); временный вывоз; реимпорт; реэкспорт; беспошлинная торговля; уничтожение; отказ в пользу государства; свободная таможенная зона; свободный склад; специальная таможенная процедура. Лицо, перемещающее товары и транспортные средства через таможенную границу Таможенного союза, вправе выбрать любую из указанных таможенных процедур или изменить ее на другую, независимо от характера, количества, страны происхождения или назначения товаров и транспортных средств. При осуществлении внешнеторговых операций следует проанализировать возможности, предоставляемые различными таможенными процедурами в целях оптимизации платежей, и выбрать наиболее приемлемую таможенную процедуру.

Основой для исчисления таможенных платежей является таможенная стоимость, от правильности исчисления которой зависит величина таможенных платежей, подлежащих уплате участниками внешнеэкономической деятельности. Таможенная стоимость товаров, ввозимых на таможенную территорию Таможенного союза, регламентируется Соглашением между правительствами трех стран «Об определении таможенной стоимости товаров, перемещаемых через границу Таможенного союза» от 25.01.2008 г. (ред. от 23.04.2012 г.), при вывозе с территории государства – участника ТС – в соответствии с законодательством государства-участника ТС. В РФ таможенная стоимость вывозимых товаров определяется в соответствии с постановлением Правительства РФ от 06.03.2012 № 191 «Об утверждении Правил определения таможенной стоимости товаров, вывозимых из Российской Федерации».

Таможенная стоимость заявляется декларантом и документально подтверждается та-

моженным органом при пересечении товара через границу. Таможенная стоимость товаров исчисляется самим заявителем на основе одного из следующих методов: по стоимости сделки с ввозимыми товарами, по стоимости сделки с идентичными товарами, по стоимости сделки с однородными товарами, методами вычитания, сложения, резервным. Самым распространенным является метод расчета по цене сделки с ввозимыми товарами, который предполагает определение таможенной стоимости как цены сделки (контрактной цены), увеличенной на сумму накладных расходов на момент пересечения товарами таможенной границы Таможенного союза. В основе таможенной стоимости товара лежит контрактная цена, другими словами, цена сделки, на размер которой большее влияние оказывают условия поставки, которые устанавливаются как обязанности и затраты сторон, так и переход рисков, что практически означает переход права собственности от продавца к покупателю. При указании в контракте его общей суммы и цены за единицу товара, выражаемых в валюте цены, рекомендуется приводить краткое наименование базиса поставки. Базисные условия поставки выработаны международной практикой и предусмотрены в «Инкотермс-2010» – Международных правилах заключения договоров купли-продажи, издаваемых и редактируемых Международной торговой палатой ООН. В этом документе определены 11 условий поставки.

При дальнейшем совершенствовании таможенного законодательства приоритетными направлениями в регулировании ВЭД будут являться: обеспечение экономической безопасности России при осуществлении внешней торговли товарами; сохранение и снижение налоговой нагрузки на бизнес по сравнению с Таможенным кодексом РФ, обеспечение таможенного регулирования, обременяющего бизнес не более чем в Беларуси и Казахстане; упрощение таможенных процедур при экспорте товаров, не облагаемых вывозными таможенными пошлинами, и импорте высокотехнологичных и инновационных товаров.

Список литературы

1. Об установлении фиксированных сумм обеспечения уплаты таможенных пошлин, налогов в отношении подакцизных товаров: Приказ ФТС РФ от 21.02.2012 г. № 302.
2. Об утверждении единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Таможенного союза и Единого таможенного тарифа Таможенного союза: Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 16.07.2012 г. № 54.
3. О принципах взимания косвенных налогов при экспорте и импорте товаров, выполнении работ, оказании услуг в Таможенном союзе: Соглашение между Правительством РФ, Правительством Республики Беларусь и Правительством Республики Казахстан от 25.01.2008 г.
4. Об определении таможенной стоимости товаров, перемещаемых через таможенную границу Таможенного союза: Соглашение между Правительством РФ, Правительством Республики Беларусь и правительством Республики Казахстан от 25.01.2008 г.
5. Таможенный кодекс ТС: Решение Межгосударственного совета Евразийского экономического сообщества от 27.11.2009 г. № 17.
6. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 2: Федеральный закон от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ.
7. Об утверждении правил определения таможенной стоимости товаров, вывозимых из РФ: Постановление Правительства РФ от 6.03.2012 г. № 191.
8. О едином подходе к маркировке продукции: Решение Комиссии Таможенного союза от 20.09.2010 г. № 386.
9. О таможенном тарифе: Закон РФ от 21.05.1993 г. № 5003-1.
10. О едином таможенно-тарифном регулировании Таможенного союза Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации: Решение Комиссии Таможенного союза от 27.11.2009 г. № 130.

РОЛЬ УПРАВЛЯЮЩИХ КОМПАНИЙ В РАЗВИТИИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО СЕТЕВОГО ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

THE ROLE OF ASSET MANAGEMENT COMPANIES IN THE DOMESTIC HOTEL CHAIN BUSINESS DEVELOPMENT

УДК 339.163.2



МОРОЗОВА Марина Александровна

директор института управления, экономики и медиакоммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, доктор экономических наук, профессор, marmor70@mail.ru

MOROZOVA Marina Alexandrovna

Director of the Institute of Management, Economics and Media-communications, Saint-Petersburg State University of Film and Television, Doctor of Economic Sciences, Professor, marmor70@mail.ru



МАЛЮШЕНКОВА Екатерина Дмитриевна

аспирантка Санкт-Петербургского государственного экономического университета, emalyushenkova@gmail.com

MALYUSHENKOVA Yekaterina Dmitrievna

Post-graduate student of Saint-Petersburg State University of Economics, emalyushenkova@gmail.com

Аннотация.

В статье анализируется определение управляющей компании и предлагается авторская трактовка этой категории, выявляется роль управляющих компаний в развитии сетевого гостиничного бизнеса. Для более точной оценки определения степени влияния управляющих компаний на уровень развития сетевого гостиничного бизнеса производится детальное изучение деятельности действующих российских управляющих компаний. Определяется их функционал, а также степень влияния на образование новых гостиничных сетей.

Ключевые слова: управляющая компания, сетевой гостиничный бизнес, деятельность управляющих компаний, развитие сетевого бизнеса.

Abstract.

The authors analyse the definition of the asset management company and offer their own interpretation of this category showing the role of the asset management companies in the hotel chains business development. For a more accurate determination of the asset management companies degree of influence on the level of hotel chains business development the authors go in for a more

detailed studying of the present day Russian asset management companies activities. They define the companies functions as well as their influence on new hotel chains formation.

Key words: asset management company, hotel chains business, asset management companies activities, chains business development.

Изучая структуру ведения гостиничного бизнеса на современном этапе, исследователь в большинстве случаев сталкивается с таким явлением, как сетевой гостиничный бизнес. Это обусловлено процессами глобализации, причем как с точки зрения международного гостиничного рынка, так и в рамках одного государства.

Сетевая предпринимательская структура в гостиничном бизнесе – это совокупность взаимосвязанных между собой определенными интегративными отношениями хозяйствующих субъектов, целевыми установками которых является получение предпринимательского дохода, захват, удержание и потенциальное расширение доли целевого рынка путем вывода на рынок гостиничного продукта (продуктов), воспринимаемых в рамках определенного бренда или брендов [1]. На сегодняшний день данная форма является наиболее оптимальной для успешного ведения гостиничного бизнеса.

Рассматривая деятельность любого гостиничного предприятия с точки зрения его структурной и функциональной организации, исследователь выявляет два направления ведения бизнеса: самостоятельное руководство деятельностью предприятия и договор на управление. В данной статье речь пойдет о договоре на управление или договоре доверительного управления.

В соответствии со ст. 1012 ГК РФ по договору доверительного управления имуществом одна сторона (учредитель управления) передает другой стороне (доверительному управляющему) на определенный срок имущество в доверительное управление, а другая сторона обязуется осуществлять управление этим имуществом в интересах учредителя управления или указанного им лица. Передача имущества в доверительное управление не влечет перехода права собственности на

него к доверительному управляющему [2]. Таким образом, перенося данное определение на сферу гостиничной деятельности, можно сказать, что владелец недвижимого имущества, желающий использовать его в качестве средства размещения туристов и прочих лиц, но не имеющий возможности организовать деятельность гостиничного предприятия самостоятельно, в силу таких факторов, как отсутствие необходимых знаний, навыков и умений, а также любых других, передает данное недвижимое имущество в управление третьему лицу на ограниченный срок и на определенных условиях. Доверительный управляющий обязуется организовать предприятие размещения на базе данного объекта недвижимости, осуществить его выход на гостиничный рынок, а также осуществлять управление новым предприятием в интересах лица, являющегося владельцем данного недвижимого имущества. Договоры на управление варьируются по срокам и условиям, тем не менее суть всегда остается неизменной: управляющая сторона не является владельцем предприятия, а только осуществляет деятельность по организации его функционирования.

Из определения договора на управление, вытекает понятие управляющей компании, которое, необходимо заметить, несколько шире. Управляющие компании в гостиничном бизнесе – это операторы, руководящие отелями под различными брендами общей корпоративной сети, своими собственными отелями, а также независимыми отелями вне сети, которые не обладают собственным брендом. Таким образом, управляющая компания может являться как стороной, не владеющей предприятием, а только осуществляющей деятельность по организации его функционирования, так и полноправным

владельцем гостиницы и иного средства размещения, недвижимого имущества. Управляющая компания имеет право запатентовать собственный бренд и объединять гостиничные предприятия и иные средства размещения, принадлежащие разным владельцам, под одним именем, если данный пункт оговорен в договоре на управление. Важно заметить, что в таком случае концепция данных предприятий должна быть одинаковой или максимально схожей. В этой ситуации появляется понятие гостиничной сети, которая подразумевает следование общим стандартами, что исключает вариант выхода на рынок, например, хостела и крупного гостиничного предприятия высокого уровня под общим брендом. Тем не менее необходимо отметить, что управляющая компания вполне способна организовать деятельность одновременно нескольких предприятий разных категорий и концепций,

только в глазах гостя-потребителя, они будут позиционироваться по-разному.

Далее определим и исследуем основной функционал управляющих компаний.

Если говорить о реальном рынке (как международном, так и российском), то на нем существует огромное количество гостиничных управляющих компаний. Каждая предоставляет свой собственный, определенный спектр услуг, которые в большинстве своем схожи, но вариации, новаторские идеи и даже существенные различия присутствуют всегда. Для того, чтобы сформулировать и проанализировать основной функционал управляющих компаний, необходимо провести исследование рынка, изучить деятельность управляющих компаний, реально существующих и функционирующих на российском рынке. Основная информация о данных управляющих компаниях размещена в таблице.

Таблица
Управляющие компании на российском рынке

Название компании	Сайт	Количество отелей в управлении	Специализация	Направления
«Heliopark»	www.heliopark.ru	11	3–5* Спа, курортные отели	Россия, Украина, Германия
«Аэротель»	www.airhotel.ru	2	3–4*	Россия
«Аккорд менеджмент групп»	www.accordmg.ru	750 номеров		Россия
«Туррис»	www.hotels-turris.ru	7	3* Пансионаты	Россия, Финляндия
«Azimut hotels company»	www.azimuthotels.com	22	3–4*	Россия, Германия
«IFK Hotel Management»	www.ifk-hm.ru	2	Все бренды Golden Tulip Hospitality Group на территории России	
«ВашОТЕЛЬ»	www.vashotel.ru	11		Россия (только Москва)
«РосЕвроОТЕЛЬ»	www.roseurohotel.ru	20	Дачные отели, курортные отели	Россия, СНГ, Балтия
«Интурист»	www.intourist-hotels.ru	9	4–5*	Россия
«ИС-Сервис»	www.is-service.su	4	3–5*	Россия
«Росинвест Отель»	www.rosinvesthotel.ru	4 в управлении, более 20 проектных разработок	Курортные отели (от проектов застройки до управления)	Россия

Окончание таблицы

Название компании	Сайт	Количество отелей в управлении	Специализация	Направления
«Don-Plaza»	www.don-plaza.ru	5	Конгресс-отели	Россия
«Ателика»	www.atelica.ru	17	3*, семейный отдых	Россия, СНГ
«BS Hospitality Management»	www.bshh.ru	1	Hilton Garden Inn Perm	Россия
«Special Edition Hotel Management»	–	–	Премиум-класс	–

При анализе данных таблицы становится очевидным, что сфера деятельности управляющих компаний, функционирующих на российском рынке, отличается, но не существенно. Это обусловлено тем, что владельцы малых средств размещения предпочитают организовывать работу своих предприятий самостоятельно даже при наличии нескольких объектов во владении. С другой стороны, ниша пятизвездочных отелей, бизнес- и люксовых отелей захвачена крупными международными компаниями, управляющими данными предприятиями самостоятельно. Тем не менее даже при присутствии российских управляющих компаний преимущественно на рынке гостиниц 3–4* их сфера деятельности обширна и разнообразна, обладает потенциалом для перспективного развития. Ниже приведены данные по функционалу наиболее крупных и известных управляющих компаний.

«Heliopark»:

- Управление гостиничными объектами.
- Девелопмент гостиничной недвижимости.
- Строительство, оснащение, реконструкция.
- Экспертная оценка гостиничных объектов.
- Разработка концептуальных идей строительства отелей.

«Аккорд менеджмент групп»:

- Оценка готовности объекта к запуску.
- Разработка плана запуска объекта.
- Контроль исполнения графика запуска объекта.
- Открытие гостиницы.

• Управление финансово-хозяйственной деятельностью гостиницы.

- Управление персоналом гостиницы.
- Операционное управление.
- Маркетинг и продажи.
- Управление доходами.

«Туррис»:

- Услуги по управлению объектами отельного бизнеса.
- Консалтинговые услуги по проектированию.
- Строительство и реконструкция объектов отельного бизнеса.

«Azimut hotels company»:

- Адаптация гостиничного объекта к требованиям управляющей компании.
- Управление финансами.
- Управление персоналом.
- Управление качеством.
- Централизованные закупки.
- Автоматизация и стандартизация процессов.

• Строительство и управление отелями в собственности компании.

«ВашОтель»:

- Создание и апробация эффективной системы управления гостиничными проектами.
- Внедрение современных технологий на предприятии.
- Применение апробированных систем управления в новых проектах, как собственных, так и взятых в управление.

«РосЕвроОтель»:

- Управление гостиничной недвижимостью.
- Консалтинг.

- Бизнес-планирование.
- Разработка концепции гостиничного комплекса.

- Сопровождение проекта.
- Подготовка объекта к открытию.

«Интурист»:

- Централизованное управление сетью отелей под единым брендом.
- Внедрение и поддержание международных стандартов качества обслуживания.

- Маркетинг и реклама гостиниц (консалтинг).

- Запуск новых гостиниц и управление действующими гостиницами.

- Бронирование гостиниц через Единый центр бронирования.

- Централизованный отдел продаж (Corporate Sales Office).

- Применение современных технологий управления номерным фондом.

- Планирование и разработка бюджета и бизнес-плана на стадии открытия.

- Тренинги для управляющих и сотрудников во всех областях функционирования отеля.

- Оценка систем и рекомендации по оптимизации объектов.

«Росинвест Отель»:

- Маркетинговые исследования гостиничного рынка.

- Разработка концепций гостиниц и бизнес-планирование.

- Проектное консультирование и сопровождение строительства.

- Управленческий консалтинг.

- Профессиональное управление гостиницами.

«Don-Plaza»:

- Консультации при проектировании и запуске объекта.

- Управленческий и финансовый консалтинг.

- Подбор и обучение персонала.

- Маркетинговые услуги.

- Управление продажами.

«BS Hospitality Management»:

- Управление отелями с франшизой от мирового гостиничного бренда.

- Управление отелем без бренда.

- Техническое сопровождение строительства и реконструкции отеля.

- Организация финансирования проектов в отельной сфере.

При анализе деятельности крупнейших российских управляющих компаний становится очевидным, что каждая предоставляет свой собственный, определенный спектр услуг, которые в большинстве своем схожи, но вариации, новаторские идеи и даже существенные различия присутствуют всегда. Тем не менее, авторами статьи была предпринята попытка выделить основные функции управляющей компании, основываясь на реально сложившейся ситуации на гостиничном рынке.

Самым оптимальным вариантом сотрудничества с управляющей компанией, является обращение к ней еще на этапе проектирования предприятия. Большинство управляющих компаний оказывают поддержку владельцам недвижимого имущества на самом первом этапе строительства гостиницы, до того, как начинается ее непосредственное функционирование. Такой подход сотрудничества с момента запуска проекта является одним из гарантов успешной работы предприятия в перспективе. Управляющая компания имеет возможность самостоятельно разработать концепцию предприятия, определить маркетинговую стратегию, а соответственно и заложить прочный фундамент дальнейшего успешного функционирования. Деятельность управляющей компании на данном этапе: техническое сопровождение проекта (планирование общественных зон и жилых комнат, подбор мебели, рекомендации по приобретению необходимого технического оборудования); рекомендации по приобретению программного обеспечения; заблаговременные подбор и обучение персонала (может осуществляться как по международным стандартам, так и по индивидуальному пожеланию заказчика); включение нового предприятия в международные системы бронирования и продаж; включение нового предприятия в какие-ли-

бо ассоциации средств размещения, при желании заказчика или явной необходимости данного мероприятия разработка индивидуальной системы лояльности.

Следующий этап – непосредственное управление гостиничным предприятием. Управление гостиничным предприятием может быть как следующим шагом в деятельности управляющей компании на пути организации функционирования нового гостиничного предприятия, так и начальным этапом – в случае, когда управляющая компания приходит уже на готовый объект для того, чтобы наладить его деятельность, повысить финансовые показатели, вывести из состояния застоя и пр. Управляющая компания может привести средство размещения к стандартам собственного бренда, если такой имеется и его концепция в той или иной мере соответствует концепции уже существующего предприятия. Другой вариант – разработка индивидуальной программы развития уже существующего гостиничного предприятия, которая выведет его на новый уровень. На этом этапе также возможна организация дополнительного набора и обучения персонала, включения предприятия в международные системы бронирования и продаж в какие-либо ассоциации средств размещения, разработка системы лояльности.

Еще одно направление – организация маркетинга и продаж управляющей компанией. Данное направление деятельности имеет место, когда владелец гостиничного предприятия желает заниматься управлением своей собственностью самостоятельно, но хочет иметь поддержку профессионалов при разработке маркетинговой стратегии, а также стратегии продаж. В этом случае речь пойдет не о заключении договора на управление на определенный срок, а лишь о временном сотрудничестве. Управляющая компания в таком случае обязуется наладить интернет-продажи, организовать необходимые встречи и мероприятия для заключения контрактов и договоров о сотрудничестве между средством размещения и потребителями данной услуги. Также возможна организа-

ция мероприятий для создания имиджа гостиницы, рекламы.

Говоря о кадровом менеджменте, необходимо отметить, что самой распространенной является организация обучения уже функционирующего персонала гостиницы управляющей компанией. Такая функция является одной из наиболее эффективных при попытке выхода отеля на новый уровень за счет улучшения качества сервиса.

Оказание консультационных услуг является одним из видов деятельности управляющей компании. Управляющие компании дают профессиональные рекомендации на любом этапе функционирования по направлениям: анализ целесообразности запуска проекта, его осуществимости; кадровый менеджмент; операционное управление; маркетинг; продажи.

Важно выделить такие компании, как «Azimut hotels company», «Интурист», «IFK Hotel Management», «Heliopark», которые помимо управления гостиничными объектами вне собственности, обладают также и собственными гостиничными объектами, объединенными общими стандартами и брендом, а соответственно являющихся полноценной гостиничной цепью.

Таким образом, говоря о роли управляющих компаний в развитии сетевого гостиничного бизнеса, необходимо отметить, что наличие данных компаний, вне зависимости от того, предоставляют ли они услуги полного цикла запуска и функционирования отеля или только консалтинговую поддержку в некоторых областях деятельности гостиничного предприятия, является своего рода пусковым механизмом образования новых гостиничных сетей и объединений. Из анализа деятельности существующих российских управляющих компаний можно сделать вывод, что наиболее преуспевающие, известные широкому кругу потребителей российские гостиничные сети являются предприятиями именно управляющих компаний, которые помимо консалтинга и управления по договору организовали функционирование и собственных гостиничных объектов.

Список литературы

1. Морозова М. А., Попков В. П. Методология устойчивого развития сетевых предпринимательских структур в национальном гостиничном бизнесе Российской Федерации. СПб.: Астерион, 2010. 269 с.
2. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) от 26.01.1996 №14-ФЗ. Ч. 2. Ст. 1012.
3. Морозова М. А. Сетевой гостиничный бизнес: теория и практика. СПб.: СПбГИЭУ, 2009.
4. *Ninemeier Jack D., Perdue Joe.* Discovering Hospitality and Tourism. 2011. Upper Saddle River. New Jersey.
5. Официальный сайт управляющей компании «Heliopark». URL: www.heliopark.ru (дата обращения: 11.04.2014).
6. Официальный сайт управляющей компании «Аккорд». URL: www.accordmg.ru (дата обращения: 15.04.2014).
7. Официальный сайт управляющей компании «Туррис». URL: www.hotels-turris.ru (дата обращения: 15.04.2014).
8. Официальный сайт управляющей компании «Azimut». URL: www.azimuthotels.com (дата обращения: 08.04.2014).
9. Официальный сайт управляющей компании «Ваш отель». URL: www.vashotel.ru (дата обращения: 22.04.2014).
10. Официальный сайт управляющей компании «РосЕвроОтель». URL: www.roseurohotel.ru (дата обращения: 05.05.2014).
11. Официальный сайт управляющей компании «Intourist». URL: www.intourist-hotels.ru (дата обращения: 08.04.2014).
12. Официальный сайт управляющей компании «РосинвестОтель». URL: www.rosinvesthotel.ru (дата обращения: 22.04.2014).
13. Официальный сайт управляющей компании «Don-Plaza». URL: www.don-plaza.ru (дата обращения: 15.04.2014).
14. Официальный сайт управляющей компании «BS Hospitality Management». URL: www.bshh.ru (дата обращения: 08.04.2014).

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЕЙ

1. Статья должна соответствовать профилю издания, одному из его тематических разделов (рубрик) и направлений.

2. Статья должна иметь ограниченный объем машинописного текста формата А4 (от 10 до 18 страниц), книжной ориентации, поля 2,5 см со всех сторон, шрифт Times New Roman, цвет – черный, размер шрифта – 14; межстрочный интервал – 1,5.

3. Оформление статьи осуществляется следующим образом: вначале даются сведения об авторе (фамилия, имя и отчество, должность и организация, которую представляет автор статьи, ученая степень, ученое звание, контактный телефон и адрес электронной почты), УДК (обязательно), название статьи, аннотация, ключевые слова и далее текст статьи.

Пример:

Иванов Иван Иванович – доцент кафедры продюсерства Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент, контактный телефон и адрес электронной почты.

УДК

МЕХАНИЦИЗМ В КУЛЬТУРЕ НОВОГО ВРЕМЕНИ

4. При наличии в статье поясняющих рисунков и таблиц в тексте статьи обязательно должны быть ссылки на них, например (рисунок 1). Если в тексте статьи приводится только один рисунок, то он не нумеруется.

Пример:

Рисунок 1

Схема взаимосвязи хозяйственных факторов

5. Название таблицы указывается над нею. Слово «Таблица» пишется над названием таблицы и нумеруется. Если в тексте статьи приводится только одна таблица, то она не нумеруется.

Пример:

Таблица 1

Показатели реализации ресурсного потенциала предприятия

6. Математические формулы и уравнения набираются в редакторе формул (приложение программы Microsoft Word). Те из них, на которые в последующем тексте будут ссылаться, нумеруются цифрами. Номер ставится у правого края в круглых скобках.

Пример:

$$\left(\frac{R_x}{R_x^m} \times \frac{R_y}{R_y^m} \right) \times \frac{R_z}{R_z^m} = 1, \quad (1)$$

где R_x и R_y – результативность использования (отдача) потенциалов субъектов x и y (внутренней и внешней сторон экономических отношений) с позиции индивидуальных экономических интересов, которая определяется по их вкладу в конечный результат предприятия; R_z – результативность использования (отдача) общего потенциала системы z (предприятия в целом).

7. Ссылки на источники, использованные в тексте статьи, даются в квадратных скобках после упоминания материала источника или цитирования согласно

номеру, под которым источник приведен в списке использованной литературы, например [6] или [2; 3; 4]. Библиографическое описание использованных источников дается в строгом соответствии с ГОСТ Р 7.05–2008. В случае цитирования после номера источника через запятую ставится номер страницы, с которой взят цитируемый материал, например [5, с. 48] или [5; 6, с. 21]. При ссылке на интернет-ресурсы необходимо указать название статьи, название сайта, электронный адрес ресурса и дату обращения к нему.

Пример:

1. Пикунов Н. И. Организация работы налоговых органов США. URL: www.lexaudit.ru (дата обращения: 26.06.2012).

8. Список использованной литературы формируется согласно порядку упоминания ссылок в тексте статьи. В статье рекомендуется использовать не более 10 литературных источников.

9. К статье прилагается фотография автора (разрешение не менее 300 пикс/дюйм).

10. Фамилия, имя и отчество автора, название статьи, аннотация (объемом до 400 знаков), перечень ключевых слов (5–7 слов), сведения об авторе должны быть представлены на русском и английском языках. Название статьи должно содержать не более девяти слов.

11. Схемы и рисунки должны быть выполнены в приложениях программы Microsoft Word, фотографии должны быть сохранены в формате JPEG.

12. Сокращения величин и мер допускаются только в соответствии с Международной системой единиц.

13. Статья на публикацию высылается по электронной почте (e-mail: gukit-journal@mail.ru). Файлы необходимо именовать согласно фамилии первого автора. Не рекомендуется в одном файле помещать несколько статей.

14. Авторы, разрабатывающие докторские и кандидатские диссертации, а также не имеющие ученых степеней, одновременно со статьей направляют в редакцию рецензию на нее известных в данной научной отрасли ученых (специалистов) или выписку из протокола заседания профильной кафедры с рекомендацией статьи к публикации.

15. Несоблюдение указанных требований может явиться основанием для отказа в публикации или увеличения срока подготовки материала к печати.

16. Плата с аспирантов за публикацию статей не взимается.

17. Редакция оставляет за собой право отклонить статью по одной или нескольким из следующих причин:

- а) несоответствие тематики статьи профилю журнала;
- б) недостаточная актуальность и значимость результатов исследования, представленных в статье;
- в) несоответствие раскрытия темы статьи современному уровню научных исследований;
- г) статья написана малопонятным литературным и научным языком;
- д) оформление статьи не соответствует требованиям, описанным в настоящих правилах оформления статей;
- е) на статью получена отрицательная рецензия.

НАУКА

В университете сформирован и развивается широкий спектр научных школ, научных и творческих направлений, связанных с кинематографом и телевидением

Научные школы

- Управление развитием социально-культурной сферы
- Энергетическая фотометрия и колориметрия
- Приборы и методы регистрации информации
- Технологии функциональных композитных материалов



Научные направления

- Цифровая обработка одномерных (звуковых) сигналов
- Обработка звуковых сигналов преобразованием их модулирующих функций
- Диагностика и прогнозирование
- Техническое регулирование в медиаиндустрии
- Квалиметрия мультимедийных систем
- Стратегическое планирование и инвестирование региональных хозяйственных комплексов
- Научные основы продюсирования и управление кинематографией и телевидением
- Философская антропология и философия культуры
- Кино-, теле- и другие экранные искусства



Творческие направления

- Звукорежиссура
- Операторское искусство
- Режиссура



ISSN 2307-5368



9 772307 536131 >