НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ
И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ
ЖУРНАЛ

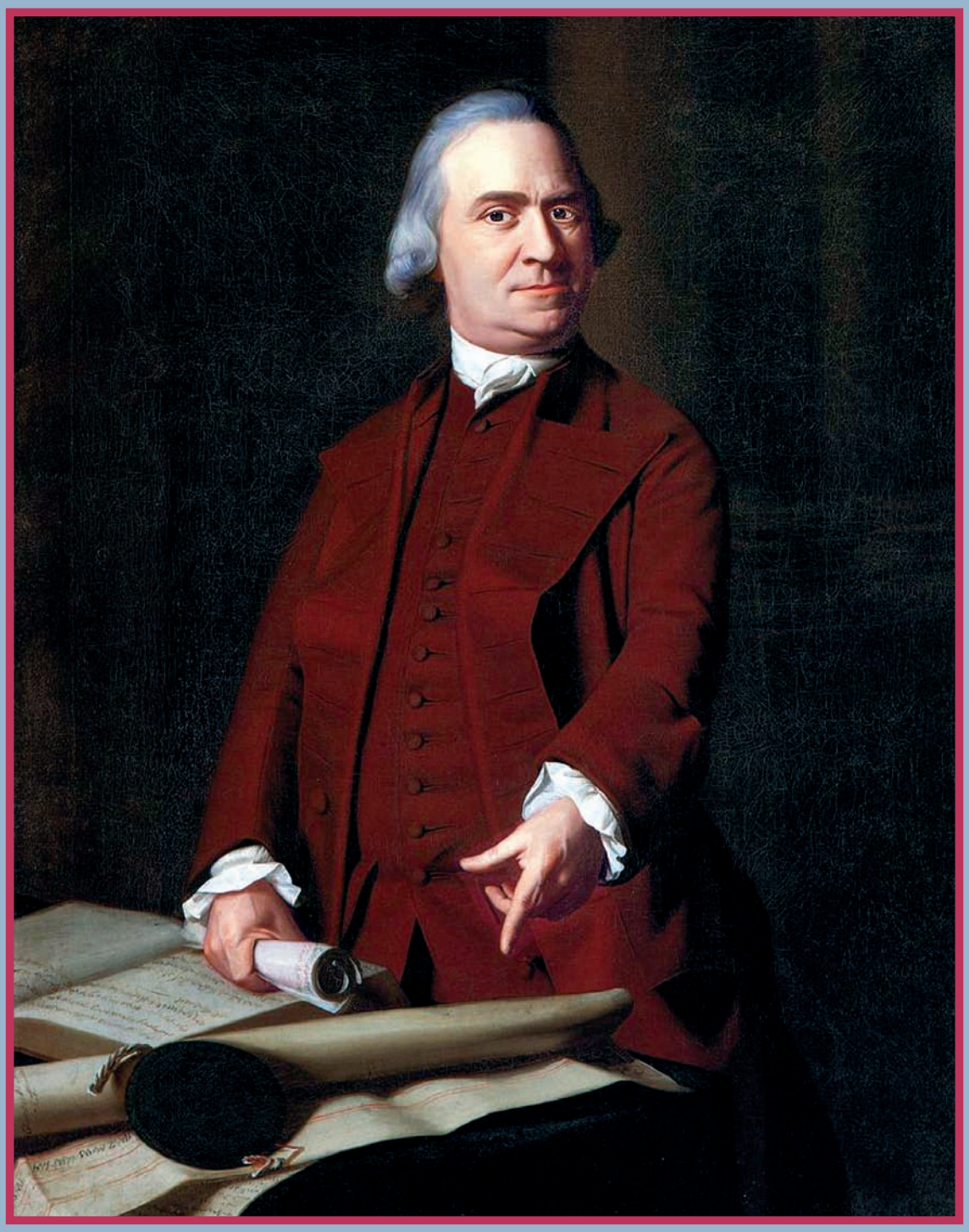
ФИНАНСЫ ЭКОНОМИКА СТРАТЕГИЯ

2000 ФИНЭКОНОМСЕРВИС

№ 2 (51)

ФЕВРАЛЬ 2012

СЕРИЯ «ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА: ЧЕЛОВЕЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ»



ДЖОН СИНГЛТОН КОПЛИ. ПОРТРЕТ СЭМЮЭЛА АДАМСА
(американского государственного деятеля и философа) 1772 г.

СЕРИЯ «ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА: ЧЕЛОВЕЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ»

РАЗДЕЛ 1: ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Подмолодина И. М., Куликов Ю. В.
О методическом подходе к оценке надежности поставщиков
(Воронежский государственный университет инженерных технологий, Россия) 5

Ананьева Л. Н., Кольцова М. А.
Теоретические аспекты исследования уровня и качества жизни населения
(Воронежский государственный университет инженерных технологий,
Российский государственный социальный университет г. Воронеж, Россия) 10

Литвинова А. В., Черная Е. Г.
Развитие методических подходов к количественной оценке влияния розничного
кредитования на производство и реализацию общественного продукта в России
(Волжский гуманитарный институт (филиал)
ФГБОУ ВПО «Волгоградский государственный университет», Россия). 13

Вайсман Е. Д., Уфимцев А. А.
Гипотеза фрактального рынка – концептуальная основа современных методов
прогнозирования и управления предпринимательским риском
(Южно-Уральский государственный университет, Россия) 17

Закшевская Т. В.
Методика разработки антикризисной стратегии сельскохозяйственной организации
(ГНУ НИИЭОАПК ЦЧР России Россельхозакадемии) 22

РАЗДЕЛ 2: ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

Хицков И. Ф., Чогут Г. И., Хицков А. И.
Развитие предпринимательской деятельности землепользователей в инновационном режиме
(Научно-исследовательский институт экономики и организации агропромышленного
комплекса Центрально-Черноземного района России Россельхозакадемии, Россия) 26

Баутин В. М., Дзахмишева И. Ш., Дзахмишева З. А.
Оценка инновационной деятельности предприятий консервной промышленности КБР
(Воронежский государственный университет инженерных технологий,
Кабардино-Балкарская государственная сельскохозяйственная академия
им. В. М. Кокова, Нальчикский институт кооперации
филиал Белгородского университета кооперации, экономики и права, Россия). 29

РАЗДЕЛ 3: РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Мельникова Р. И.
Управленческий кадровый потенциал и его роль в успешном развитии региона
(Воронежский институт экономики и социального управления, Россия) 32

Мещеряков Д. А., Позднякова Л. Н.
Общее и особенное в развитии эксклавной региональной экономики
(Воронежский институт экономики и социального управления, Россия) 37

РАЗДЕЛ 4: УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКОЙ В РЫНОЧНОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Трухина Н. И., Баринов В. Н.
Стратегическое планирование деятельности организаций
жилищной сферы в современных условиях
(Воронежский государственный архитектурно-строительный университет,
Россия) 42

Корнева Г. В.
Предприятие как управляемая система
(Академия труда и социальных отношений, Москва, Россия) 46

Нестерова Т. Е.
Организационное обеспечение формирования и развития
системы управления промышленным предприятием
(Воронежский государственный университет инженерных технологий, Россия) 49

Мохаммед Хайдер А. Аббас, Петровский В. С., Грибанов А. А.
Исследование и разработка процесса фрезерования декоративных
элементов мебели на станках с ЧПУ
(Воронежская государственная лесотехническая академия, Россия) 53

РАЗДЕЛ 5: ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА И МАРКЕТИНГА

Стребков А. Ю.
Специфика маркетинга отношений на IT-рынке
(Воронежский государственный университет, Россия) 56

Полевой А. Ю.
Приложение модели рынка с сетевыми эффектами
к анализу телекоммуникационной отрасли в России
(Воронежский государственный университет, Россия) 60

Майер С. В., Волков И. А., Поповский С. Н.
Факторы стратегического маркетинга на предприятии
(ОАО «Волжский оргсинтез», Волгоградский государственный технический университет,
Ставропольский государственный университет, Россия) 64

Дубова Ю. И., Мякинина А. Д.
Кваликативные институты контроля маркетинговой деятельности
(Волгоградский государственный технический университет, Россия) 67

АННОТАЦИИ 71
СПИСОК АВТОРОВ. 76
ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ 80

INNOVATION ECONOMY SERIES: HUMAN DIMENSION

SECTION 1: THE THEORY AND METHODOLOGY OF THE MODERN ECONOMY

Podmolodina I. M., Kulikov Yu. V.
About a methodical approach to an assessment of reliability of suppliers
(Voronezh State University of Engineering Technologies, Russia) 5

Ananieva L. N., Koltsova M. A.
Theoretical aspects of research of level and quality of life of the population
(Voronezh State University of Engineering Technologies,
Russian State Social University Voronezh, Russia) 10

Litvinova A. V., Chernaya E. G.
Development of methodical approaches to a quantitative assessment of influence
of retail crediting for production and realization of a public product in Russia
(Volzhsky Humanitarian Institute (branch) of Volgograd State University, Volzhsky, Russia) 13

Vaisman E. D., Ufimtsev A. A.
Hypothesis of the fraktalny market – a conceptual basis of modern methods
of forecasting and management of enterprise risk
(South Ural State University, Russia) 17

Zakshevskaya T. V.
Technique of development of anti-recessionary strategy of the agricultural organization
(State Scientific Institution Research and Development Institute of Economics
and Organization of AIC in the Central Black-Earth Region, Russia) 22

SECTION 2: INNOVATIVE ASPECTS OF STRATEGIC DEVELOPMENT RUSSIA

Hitskov I. F., Chogut G. I., Hitskov A. I.
Development of business activity of land users in an innovative mode
(State Scientific Institution Research and Development Institute of Economics and Organization of AIC
in the Central Black-Earth Region, Russia) 26

Bautin V. M., Dzachmisheva I. Sh., Dzachmisheva Z. A.
Assessment of innovative activity of the enterprises of the canning industry in KBR
(Voronezh State University of Engineering Technologies, Kabardino-Balkarian State Agricultural Academy
after V. M. Kokova, Nalchik Institute of Cooperation – branch of the Belgorod University of Consumer
Cooperation, Russia) 29

SECTION 3: REGIONAL ECONOMY

Melnikova R. I.
Administrative personnel potential and its role in successful development of the region
(Voronezh institute of economy and social management, Russia) 32

Mesheryakov D. A., Pozdnyakova L. N.
The general and special in development of exclaves regional economy
(Voronezh institute of economy and social management, Russia) 37

SECTION 4: MANAGEMENT OF ECONOMY IN THE MARKET ECONOMY

Truhina N. I., Barinov V. N.
Strategic planning of activity of the organizations of housing sphere in modern conditions
(Voronezh State University of Architecture and Civil Engineering, Russia) 42

Korneva G. V.
The enterprise as operated system
(Academy of Work and Social Relations, Moscow, Russia) 46

Nesterova T. E.
Organizational maintenance of formation and control system development
by the industrial enterprise
(Voronezh State University of Engineering Technologies, Russia) 49

Mohammad Haider A. Abbas, Petrovsky V. S., Gribanov A. A.
Research and development of process of milling of decorative elements
of furniture on machines with CNC
(Voronezh State Forest Engineering Academy). 53

SECTION 5: PRODUCTION AND MARKETING ORGANIZATION

Strebkov A. Yu.
Specifics of marketing of the relations in the IT market
(Voronezh State University, Russia) 56

Polevoy A. Yu.
The market model appendix with network effects to the analysis
of telecommunication branch in Russia
(Voronezh State University, Russia) 60

Mayer S. V., Volkov I. A., Popovskiy S. N.
Factors of strategic marketing at the enterprise
(OAO «Volzhsk orgsynthesis, Russia, Volgograd State Technical University,
Stavropol State University, Russia) 64

Dubova Yu. I., Myakinina A. D.
Qualitative institutes of control of marketing activity
(Volgograd State Technical University, Russia) 67

ABSTRACTS 71
THE LIST OF AUTORS. 76
REQUIREMENTS FOR THE AUTORS 80

СЕРИЯ «ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА: ЧЕЛОВЕЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ»

РАЗДЕЛ 1: ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

УДК 339.9

И. М. Подмолодина, Ю. В. Куликов*

О МЕТОДИЧЕСКОМ ПОДХОДЕ К ОЦЕНКЕ НАДЕЖНОСТИ ПОСТАВЩИКОВ

(Воронежский государственный университет инженерных технологий,, Россия)

Ключевые слова: транснациональная корпорация, критерии оценки надежности поставщиков, рейтинг поставщиков.

Аннотация: Авторами предложена методика оценки рейтинга поставщиков в качестве одного из механизмов адаптации транснациональных корпораций к российским условиям хозяйствования, внедрение которой позволит снизить предпринимательские риски и повысить эффективность работы компаний.

Key words: transnational corporation, criteria for assessing the reliability of suppliers, rating of suppliers.

Abstract: The authors proposed a method for assessing the reliability of suppliers as one of the mechanisms of adaptation of transnational corporations to the Russian economic conditions, implementation of which will reduce business risks and improve the efficiency of companies.

Характерной чертой современного этапа развития является распространение международных стандартов в социальной, производственной и других сферах. Усиление процессов глобализации является причиной транснационализации экономики, что приводит к проникновению транснациональных корпораций на российский рынок [1]. Внедрение международных стандартов качества в деятельность российских компаний влечет за собой ужесточение требований к обеспечению бесперебойности бизнес-процессов в организациях.

Выбор надежных поставщиков – одно из основных направлений корпоративной политики [2]. Согласно основным положениям сертификации систем менеджмента качества на соответствие стандартам ISO, организация должна осуществлять оценку и выбор поставщиков сырья и материалов на основе их способности удовлетворять требованиям договоров и технической документации по обеспечению качества. На наш взгляд, в филиалах ТНК следует проводить оценку надежности поставщиков. Выбор надежных поставщиков положительно повлияет на сокращение производственных рисков и снижение потерь продукции.

Методика оценки надежности поставщика предполагает выбор системы оценочных показателей эффективности деятельности и включает следующие этапы (рисунок 1).

1-й этап – поиск нового или альтернативного поставщика. Основанием для поиска нового или альтернативного поставщика является:

– окончание срока действия или расторжение контрактов или договоров на поставку сырья, закупки по которым осуществляются на тендерной основе;

– несоответствие текущих поставщиков требованиям, предъявляемым к поставщикам сырья;

– необходимость в закупках новых видов сырья, закупки которых ранее не производились;

– существенное увеличение объемов потребления какого-либо наименования сырья.

* **ПОДМОЛОДИНА Ирина Михайловна – д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Экономическая теория и международный бизнес» ВГУИТ.**
КУЛИКОВ Юрий Владимирович – соискатель кафедры «Экономическая теория и международный бизнес» ВГУИТ.
Рецензент – ВОРОНИН Валерий Павлович – д.э.н., профессор кафедры «Экономическая теория и международный бизнес» ВГУИТ.

Процесс поиска поставщиков происходит в несколько этапов:

1. Определение перечня потенциальных организаций, отвечающих критериям поиска, а именно, составление списка организаций, которые являются поставщиками интересующего продукта. Источниками для составления данного предварительного списка являются справочники, интернет, информационные и рекламные материалы с различных выставок и семинаров, полученные ранее коммерческие предложения.

2. Проведение предварительных переговоров менеджером компании с предприятиями-потенциальными поставщиками на тему получения спецификаций на интересующие продукты, пробных партий образцов, коммерческих предложений с указанием возможных цен и условий поставок.

3. Оценка коммерческих предложений от потенциальных поставщиков. Рассмотрим основные критерии для сравнения коммерческих предложений, приведенные на рисунке 2.

Цена является основополагающим критерием для принятия решения при выборе поставщика; оптимальным является предложение наименьшей цены с учетом стоимости поставки при соответствии качества выдвигаемым требованиям [3].

При выборе условий оплаты оценивается возможность предоставления поставщиками отсрочек по оплате за поставленную продукцию, либо размер товарного кредита.

При оценке условий поставки рассматриваются размер минимальной партии, качество упаковки (например, возможность осуществления поставщиком поставки на паллетах).

При анализе сроков выполнения заявок поставщиками оцениваются особенности проведения тендеров. По ряду позиций сырья и материалов процесс выбора поставщика подразумевает проведение тендера; перечень товарно-материальных ценностей, а также порядок проведения тендеров должен быть описан в регламенте компании по проведению тендеров на закупку сырья и материалов.

Рис. 1. – Предложенная последовательность этапов оценки и выбора поставщиков

При оценке и тестировании соответствия качества сырья и материалов от потенциальных поставщиков анализируются: порядок поступления, объемы, документооборот. Последовательность принятия решений по новым видам сырья и материалов от новых поставщиков и производителей должна быть определена в соответствующем регламенте компании.

По результатам 1-го этапа проводится выбор поставщика. С ним заключается договор на поставку товарно-материальных ценностей с одновременным включением в Перечень сертифицированных поставщиков.

2-й этап – аудит поставщика. Он проводится путем анкетирования поставщиков, а также с организацией посещения производства поставщика при непосредственном участии отдела управления качеством предприятия.

При аудите поставщиков рассматриваются соответствующие законодательные требования, а также требования, рекомендованные предприятием.

3-й этап – сбор данных по качеству сырья поставщика. Отдел управления качеством испыты-

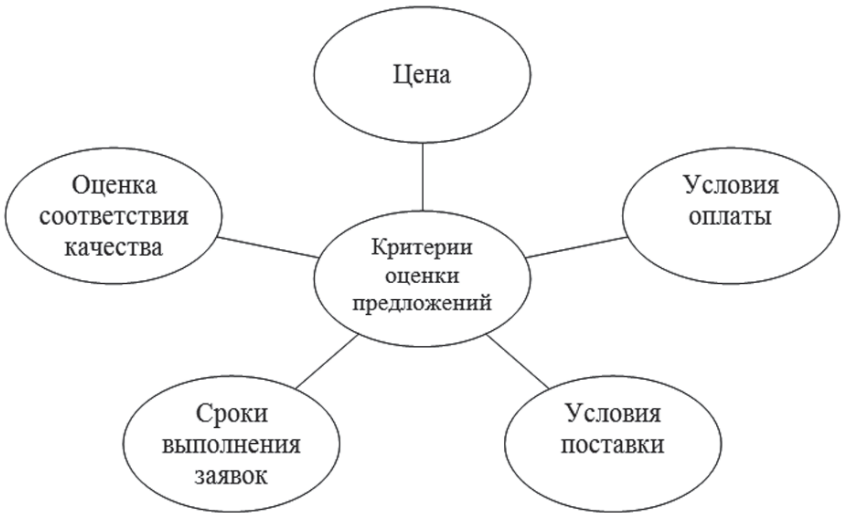


Рис. 2. – Основные критерии для сравнения коммерческих предложений поставщиков

вает образцы сырья и материалов предварительной поставки нового поставщика, а также вводит новые позиции сырья в базу данных 1С: Предприятие (при положительных результатах испытаний).

В соответствии с процедурой входного контроля качества сырья и материалов, отдел управления качеством осуществляет входной контроль вновь поступившего сырья. На основании записей сводных журналов группа входного контроля качества сырья отдела управления закупок ежемесячно выводит в таблицу статистических данных данные о забракованном сырье.

В этой таблице по качеству сырья отдел управления качеством поясняет характер нарушений. Данные передаются в отдел закупок и являются основанием для внесения изменений в Перечень поставщиков с последующей корректировкой категорий надежности.

4-й этап – оценивание поставщиков по основным характеристикам. Этот этап является наиболее сложным и трудоемким, в процессе него поставщики оцениваются по основным характеристикам (рисунок 3). Рассмотрим возможности регламентирования этой процедуры. Оценку поставщиков целесообразно осуществлять в баллах по основным характеристикам:

1. Показатель «уровень качества» поставляемого сырья может быть оценен в пределах «0 – 10 баллов» по следующим показателям, характеризующим свойства сырья:

– качество сырья на момент поставки;

– качество сырья при переработке;

– стабильность качества от поставки к поставке;

– доля некачественного сырья в каждой партии;

– соотношение цена / качество.

Показатель «уровень качества» определяется как интегральная характеристика, каждое из перечисленных свойств оценивается в пределах «0 – 2 балла». Соотношение цены и качества является корректирующим (компенсирующим) для других характеристик, позволяет компенсировать потерянные баллы поставщикам, предлагающим сырье с приемлемым качеством, но имеющее какие-либо отклонения, при условии значительной ценовой разницы по отношению к аналогичным, более качественным, но значительно более дорогостоящим поставщикам.

Рис. 3. – Предлагаемые характеристики для оценки надежности поставщика

2. Показатель «уровень организации поставок» может быть оценен в пределах «0 – 10 баллов» по следующим характеристикам:

– соблюдение графика поставок;

– ритмичность поставок;

– своевременное возмещение потерь от брака;

– полнота и соответствие требованиям сопроводительной документации каждой партии;

– гарантийное обслуживание (для оборудования, приборов и комплектующих).

Показатель «уровень организации поставок» определяется как интегральная характеристика, каждое из перечисленных свойств оценивается в пределах «0 – 2 балла».

3. Показатель «степень лояльности поставщика» может быть оценен в пределах «0 – 10 баллов» по следующим характеристикам:

– полнота включения в договор требований предприятия по качеству, изложенных в протоколах разногласий, дополнительных соглашениях и иных документах;

– оперативность реакции на претензии;

– эффективность претензионной работы;

– выполнение анализа и устранение причин дефектов;

– доступность информации у поставщика о выходных испытаниях, нормативной документации.

Показатель «степень лояльности поставщика» определяется как интегральная характеристика, каждое из перечисленных свойств оценивается в пределах «0 – 2 балла».

4. Показатель «уровень перспективности поставщика» (его потенциальных возможностей по обеспечению качества) может быть оценен в пределах «0 – 10 баллов» по следующим характеристикам:

– использование поставщиком одобренной предприятием системы качества;

– инициативность поставщика в ужесточении нормативов по качеству;

– соответствие политики поставщика в области качества целям предприятия;

– способность быть эффективным партнером в области разработки продукции и технологии;

– способность поставщика функционировать в условиях жесткой конкуренции.

Показатель «уровень перспективности поставщика» определяется как интегральная характеристика, каждое из перечисленных свойств оценивается в пределах «0 – 2 балла».

Итоговый рейтинг поставщика определяется как сумма баллов по каждой из основных характеристик надежности:

$$R=\sum_{i=1}^{i=n} X_i, \quad \text{где (1)}$$

R – рейтинг поставщика, в баллах,

X_i – отдельно взятая характеристика надежности поставщика, в баллах,

N – количество используемых для оценки рейтинга характеристик.

5-й этап – распределение поставщиков по категориям надежности. На основании статистических данных отдела управления качеством, отчетов о выездном аудите, результатов анкетирования, оценивания (в баллах) по основным критериям отдел закупок должен проводить оценку и выбор поставщиков.

Ранжирование поставщиков должно выполняться менеджером отдела закупок не реже одного раза в квартал. При этом 1 раз в квартал менеджер-аналитик отдела закупок должен анализировать и вносить изменения (при необходимости) в «Перечень одобренных поставщиков» с разбивкой по категориям. На наш взгляд, целесообразно выделить следующие балльные характеристики категорий поставщиков (таблица 1).

Таблица 1. Предложенные категории надежности поставщиков.

Категория	Характеристика	Сумма баллов
1-я категория	«отличные поставщики»	40
2-я категория	«надежные поставщики»	32 – 39
3-я категория	«ненадежные поставщики»	25 – 31
4-я категория	«неудовлетворительные поставщики»	менее 25

Таблица 2. Фрагмент рейтинга поставщиков ООО «ЮНАЙТЕД БЕЙКЕРС».

№ п/п	Поставщик	Оценка поставщиков по характеристикам					Категория
		Уровень качества в баллах	Уровень организации в баллах	Степень лояльности в баллах	Уровень перспективности	Всего баллов	По итогам периода
А	Б	1	2	3	4	5	6
1	М1	10	10	10	10	40	Отличный поставщик (превосходная лояльность поставщика)
2	М2	10	8	8	10	36	Надежный поставщик
3	М3	10	10	9	10	39	Надежный поставщик
4	М4	7	7	8	10	32	Надежный поставщик
5	М5	5	7	8	7	27	Ненадежный поставщик
6	М6	5	5	6	10	26	Ненадежный поставщик
7	М7	9	8	3	10	35	Надежный поставщик (однако возможны незначительные срывы поставок)

Закупка сырья и материалов может осуществляться у поставщиков, отнесенных к 1-й, 2-й и 3-й категориям.

При поступлении сырья от нового или недостаточно надежного поставщика при осуществлении входного контроля отделом управления качеством (инженером-химиком по сырью и материалам) объем выборки увеличивается от нормального не менее чем в 3 раза. Отдел закупок обязан заблаговременно, не менее чем за 1 сутки, известить ответственных сотрудников отдела качества (руководителя группы входного контроля качества или инженера-химика по сырью и материалам) о прибытии сырья от такого поставщика. При этом поставка партии сырья от нового или ненадежного поставщика должна быть осуществлена не менее чем за 5 суток до предполагаемого начала использования его в производстве.

Предложенная нами методика была апробирована для российского подразделения транснациональной корпорации KELLOGS – ООО «ЮНАЙТЕД БЕЙКЕРС», известного по бренду «ЛЮБЯТОВО». ООО «ЮНАЙТЕД БЕЙКЕРС» занимает лидирующие позиции на российском рынке крекеров и готовых завтраков. Данная организация объединяет пять филиалов (Воронежский, Вяземский, Псковский, Тюменский, Северский), имеет широкую географию закупок сырья, поэтому оптимизация процедуры оценивания и отбора поставщиков способна положительно повлиять на сокращение транспортных издержек и снижение рисков обеспечения производства сырьем и материалами.

Фрагмент оценки надежности поставщиков ООО «ЮНАЙТЕД БЕЙКЕРС» представлен в таблице 2.

В целях соблюдения коммерческой тайны реальные поставщики сырья и материалов ООО «ЮНАЙТЕД БЕЙКЕРС» были зашифрованы.

К первой категории («отличные поставщики») были отнесены поставщики, которые на 100 % выполняют договорные (контрактные) обязательства по срокам поставки, качеству продукции, упаковке, маркировке, цене и имеют отличные оценки

по каждой из основных характеристик.

Ко второй категории («надежные поставщики») были отнесены поставщики, по поставкам которых, при входном контроле сырья и материалов, имелись случаи отклонений качества по упаковке, маркировке, срокам поставки, и имеющие хорошие оценки по каждой из основных характеристик.

При единичных случаях нарушений по качеству надежными поставщиками, а также если только одна из основных характеристик не соответствует требованиям предприятия, такие поставщики были отнесены к третьей категории («ненадежные поставщики»).

Если по результатам входного контроля было установлено, что поставщики не могут обеспечить поставку сырья в соответствии с требованиями к качеству или спецификаций, являющимися неотъемлемой частью договоров поставки, допускают грубые нарушения при выполнении договорных обязательств, две или более основных характеристик имеют низкую оценку, такие поставщики были отнесены к четвертой категории («неудовлетворительные поставщики»).

По результатам проведенного исследования были выявлены поставщики, являющиеся неудовлетворительными (отнесены к 4-й категории): М11 (г. Москва, поставщик гофроупаковочных материалов) и М25 (г. Москва, поставщик ароматизаторов и красителей). Наши предложения сводятся к отказу от этих поставщиков и поиску альтернативных. Особенно напряженная ситуация сложилась с поставщиком гофротары (М11), поскольку цикл ее заказа составляет свыше 50 дней, и срывы поставок чреваты остановками производства продукции, что приводит к снижению запланированных объемных показателей всех пяти филиалов.

Предложенная методика оценки надежности российских поставщиков может способствовать выявлению ненадежных поставщиков с целью их диверсификации и обеспечению бесперебойной работы предприятия, а также его адаптации к изменяющимся условиям рынка.

Внедрение международных стандартов качества при построении инструмента оценки российских поставщиков может положительно повлиять на сокращение предпринимательских рисков и улучшение работы корпораций.

Список использованной литературы:

1. Подмолодина И. М. Иностранные инвестиции: Учебное пособие / И. М. Подмолодина, Е. В. Куликова. – Воронеж: ВГТА, 2011.

2. Бауэрсокс Доналд Дж., Клосс Дейвид Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2010.

3. Управление запасами в логистике: методы, модели, информационные технологии: Учебное пособие / Под ред. М. Н. Григорьева. – Санкт-Петербург: Бизнес-пресса, 2008.

4. Хоминский В. Как управлять запасами / Финансы: стратегия и тактика. – 2007. – № 5.

Bibliographic references:

1. Podmolodina I. M. Foreign investments: the Manual / I. M. Podmolodina, E. V. Kulikov. – Voronezh: VSTA, 2011.

2. Bowersox Donald J., Kloss David J. Logistics: the integrated chain of deliveries / translate from English – M.: Joint-Stock Company «Olympus-business», 2010.

3. Storekeeping in logistics: methods, models, information technology: the Manual / under the editorship of M. N. Grigoriev. – SPb.: the Business press, 2008.

4. Hominsky V. How operate stocks / Finance: strategy and tactics. – 2007. – № 5.

УДК 658.3

Л. Н. Ананьева, М. А. Кольцова*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ УРОВНЯ И КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

(Воронежский государственный университет инженерных технологий, Российский государственный социальный университет г. Воронеж, Россия)

Ключевые слова: уровень и качество жизни, личное потребление, человеческие потребности.

Аннотация: В статье рассматривается авторский подход к сущности экономической категории «качество жизни» через категорию «личное потребление».

Key words: life level, life quality, personal consuming, human needs.

Abstract: The article is devoted to authors conception of the «life quality» as an economical category through «personal consuming» category.

Интерес к уровню и качеству жизни появился в 60-х годах XX века в связи с развитием концепции «государства благосостояния» и увеличением вмешательства и ответственности государства в жизни общества. Термин «качество жизни» впервые был исследован Дж. Гелбрейтом в 1964 году в работе «Общество изобилия». Он считал, что в обществе, в котором люди плохо одеты и плохо едят, страдают от болезней, важнейшей задачей является повышение доходов [1].

Изучение теоретических подходов к исследованию уровня и качества жизни населения позволило нам выделить и классифицировать направления исследования экономических школ по приоритетам в системе таких категорий как потребности, потребление, уровень потребления, благосостояние, уровень и качество жизни населения, человеческий капитал, что мы и представили в таблице 1. Представленные теории не ранжированы, по нашему мнению, по степени абстракции исследования. Одни теории отдают приоритет глубоким категориям (потребностям, личному потреблению), другие теории – менее глубоким категориям (благосостоянию, факторам, роли, законам и т.д.). Наша задача состояла в том, чтобы ранжировать эти категории, расположив их по ступеням абстракции исследования, что дало возможность представить и выделить качество жизни как отдельную категорию.

Понятие «уровень жизни» учеными-экономистами трактуется по-разному. Одни ученые отождествляют его с народным благосостоянием (А. Илларионов, Н. Федоренко и др.), другие – с удовлетворением материальных и духовных запросов населения (И. Елисеева, В. Рутгайзер, Н. Горелов и др.).

Рассматривать экономическое содержание уровня и качества жизни населения начнем с личного потребления. Как показывают проводимые исследования, категория «личное потребление» находится в постоянном динамическом развитии. В экономической теории чаще всего под потреблением понимается процесс использования результатов производства для удовлетворения определенных потребностей. Потребление генерирует потребность, суть которой состоит в экономическом мотиве человека, возникающем из необходимости или желания потреблять различные объекты богатства, как вещественные, так и духовные. По нашему мнению, данная точка зрения односторонняя, так как сам труд тоже можно отнести к личному потреблению, которое, скорее всего, выражает отношения производства с одновременным выражением отношений потребления, поскольку труд и есть первая жизненная потребность.

Категория «личное потребление», как видим, упирается в категорию «потребности». С одной стороны, это часть человеческих нужд, для удовлетворения которых необходимо производство, распределение, обмен и потребление благ и услуг. С другой стороны, в число человеческих нужд входит и формирование способностей к труду, так как они необходимы для процесса производства. Здесь наблюдается прямая и обратная зависимость потребностей и производства, которую можно изобразить в виде кругооборота социально-экономических отношений по поводу производства и удовлетворения потребностей (рис. 1).

Прежде чем потреблять, необходимо производить то, что соответствует потребностям населения, удовлетворение которых необходимо для воспроизводства жизнедеятельности чело-

* **АНАНЬЕВА Людмила Николаевна – к.т.н., доцент кафедры «Процессы и аппараты химических и пищевых производств», ученый секретарь совета ВГУИТ.**
КОЛЬЦОВА Марианна Анатольевна – к.э.н., доцент кафедры «Экономика и финансовое право» РГСУ г. Воронеж.
Рецензент – БЕЗРУКОВА Татьяна Львовна – д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Экономика и финансы», декан экономического факультета ВГЛТА.

Таблица 1. Классификация приоритетов воззрений на уровень и качество жизни населения и связанных с ними категорий учеными различных экономических школ

Экономические школы	Приоритеты исследования
Классическая школа	Воспроизводство физических сил работника; минимизация потребностей наемного работника; невмешательство государства.
Марксистская школа	Потребление как фаза воспроизводства физических и моральных сил для нормального функционирования рабочей силы; расширение потребления за границы рабочей силы; прогнозирование будущих отношений потребления.
Австрийская школа	Потребности людей; полезность; субъективные оценки; закон насыщения потребностей; потребительский выбор; предельная полезность.
Кейнсианская школа	Потребление и сбережения; мотивы сдерживания расходов; усиление роли государственного регулирования.
Классический институционализм	Рациональное потребление; мнимые потребности; невмешательство государства.
Неоклассическая школа	Благосостояние отдельных лиц, групп, нации; условия труда, жизни, порядок, отношения.
Российская экономическая школа (советские экономисты)	Потребности; рост благосостояния, доходы, расходы; необходимый и прибавочный продукт; национальный доход; регулирование доходов; дифференциация доходов и расходов; бедность, уровень и качество жизни; общественное и индивидуальное в личном потреблении.
Теория социального рыночного хозяйства	Усиление роли государства.
Современные ученые России	Методики определения показателей (индикаторов) уровня и качества жизни населения, человеческий капитал, подготовка кадров.

века. В рыночных условиях эти потребности принимают форму спроса, который, в свою очередь, определяет структуру производства и его развитие. То есть здесь наблюдаются прямые и обратные связи. Тем не менее, потребление часто рассматривается лишь конечным пунктом воспроизводственного процесса.

По нашему мнению, человек с его потребностями и способностями – не только конечный пункт воспроизводства, но и его начальный пункт, так как, прежде чем вступить в производство, человек должен обладать первоначальными способностями к трудовой деятельности. Реализация этих способностей есть сам труд, то есть потребность в труде существует изначально. Особенность ее заключается в том, что потребность в труде – единственная потребность, удовлетворение которой совпадает с производством всех остальных материальных и духовных благ. И получается: прежде чем производить, необходимо потреблять, то есть воспроизвести человека, в том числе с его способностями к труду. Из рисунка 1 видно, что и производство, и потребление имеют двойственный характер в силу того, что человек, как участник деятельности, является носителем и потребностей, и способностей. Поэтому сфера труда, с одной стороны, есть процесс создания материальных благ, а с другой – процесс умножения и развития способностей к труду.

Сфера потребления, соответственно, тоже имеет двойственный характер. С одной стороны, это процесс удовлетворения потребностей и в известном смысле – процесс уничтожения материальных благ, с другой – процесс развития способностей. Человек меняет структуру потребления, увеличивая, например, затраты на образование, укрепление здоровья, культуру и пр. В результате переменно развиваются и потребности, и способности. В конечном счете, человек с новыми способностями и потребностями входит в следующий процесс труда. Кругооборот повторяется. Таким образом, человека можно рассматривать в качестве начального и конечного пункта воспроизводственного процесса.

Современной цивилизации известно несколько уровней потребностей или форм человеческих нужд. Например, А. Маслоу [2] так классифицирует человеческие потребности: физиологические нужды, потребности

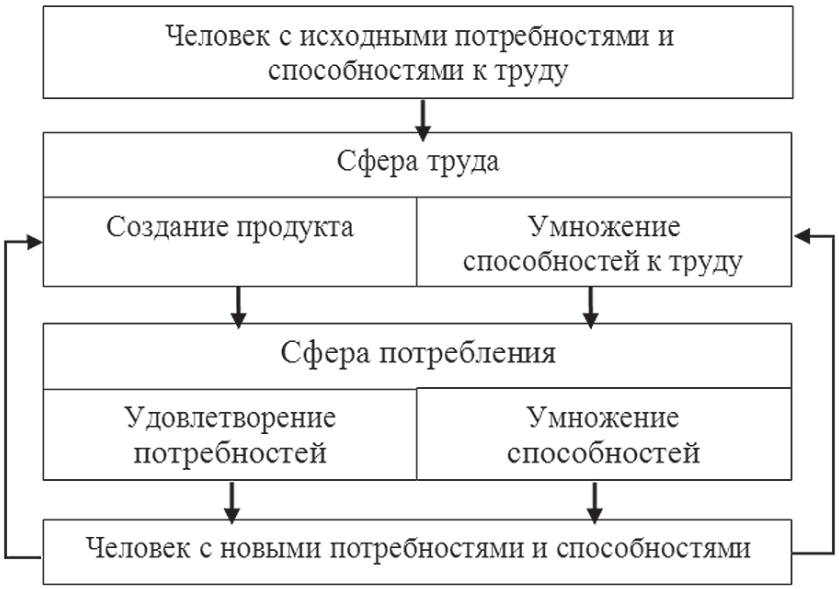


Рис. 1. – Кругооборот потребностей и способностей человека в результате взаимодействия труда и потребления

в безопасности, потребности в социальных контактах, потребности в уважении, потребности в саморазвитии.

Мы поместили в эту классификацию потребности в труде и отдыхе, так как, по нашему мнению, личное потребление человека основано на потребностях в труде и отдыхе, и при этом данная среда потребностей выражается через приведенную выше классификацию потребностей.

Для нашего исследования также важна классификация потребностей по факторам формирования потребностей и их влиянию (таблица 2).

Таблица 2. Основные факторы формирования потребностей.

Виды факторов формирования потребностей	Сущность фактора	Влияние факторов
Физиологические факторы	Ощущение чувства голода, жажды, холода, и т.п.	Формируют структуру потребностей
Социально-экономические факторы	Развитие производительных сил, необходимость получения образования, трудовой квалификации, поддержки здоровья и т.п.	Увеличивают и корректируют структуру потребностей в направлении всестороннего развития личности
Психологические факторы	Трудовая психология человека	Корректирует структуру потребностей, формирует потребность в труде и саморазвитии.
	Нетрудовая психология	Корректирует структуру потребностей, формирует внеэкономические пути удовлетворения потребностей.
	Криминальная психология	Искажает структуру потребностей, формирует криминальные пути их удовлетворения.

Данный тип классификации, с точки зрения общества, размывает пирамиду потребностей А. Маслоу, и для определенных слоев населения физиологические потребности оказываются на самом высоком уровне, и наоборот. На современном этапе развития общества (постиндустриальный период) в основание системы потребностей ложатся потребности развития способностей к труду, которым сопутствуют и социальные потребности, и потребности в безопасности, и потребности в саморазвитии и т.п. При этом все факторы воздействуют на структуру потребностей: формируют, корректируют и даже искажают их.

Таким образом, в результате ранжирования категорий, относящихся к уровню и качеству жизни, мы получили следующую цепочку: потребности – личное потребление – уровень и качество жизни населения – благосостояние. Данная цепочка категорий сводится к одному и тому же процессу – удовлетворению потребностей человека, но они располагаются на разных уровнях абстракции.

Потребности и личное потребление находятся на более глубоком (сущностном) уровне абстракции, тогда как уровень и качество жизни – это основные критерии результатов личного потребления, которые, в свою очередь, проявляются в показателях благосостояния, находящихся на самом поверхностном уровне абстракции. Фактически, если достигнутая степень личного потребления способствует человеческому развитию, то можно говорить о повышении качества жизни населения.

Список использованной литературы:

1. Гелбрейт Дж. К. Экономические теории и цели общества / Дж. Гелбрейт. – М.: Прогресс, 1979. – С. 380-385.

2. Горелов Н. А. Политика доходов и качество жизни / Н. А. Горелов. – СПб.: Питер: Лидер, 2003. – 652 с.

Bibliographic references:

1. Galbraith J. K. Economic theories and the society purposes / J. K. Galbraith – M.: Progress, 1979. – P. 380-385.

2. Gorelov N. A. Policy of incomes and quality of life / N. A. Gorelov. – Spb.: Piter: Lider, 2003. – 652 p.

УДК 336.748

А. В. Литвинова, Е. Г. Черная*

РАЗВИТИЕ МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К КОЛИЧЕСТВЕННОЙ ОЦЕНКЕ ВЛИЯНИЯ РОЗНИЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ НА ПРОИЗВОДСТВО И РЕАЛИЗАЦИЮ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОДУКТА В РОССИИ

**(Волжский гуманитарный институт (филиал)
ФГБОУ ВПО «Волгоградский государственный университет», Россия)**

Ключевые слова: розничное кредитование, факторы влияния на общественный продукт, методика многофакторной оценки.

Аннотация: Исследована роль розничного кредитования как важнейшей составной части общественного продукта страны; выявлены факторы влияния розничного кредитования на производство и реализацию общественного продукта; предложена методика многофакторной оценки влияния розничного кредитования на производство и реализацию общественного продукта в России, основанная на оценке направленности и силы воздействия каждого фактора и измерении эффекта (прироста ВВП) от усиления их позитивного влияния на общественный продукт.

Key words: retail lending, influences on the social product, technique of multi-factor evaluation.

Abstract: investigated the role of retail lending as the most important part of the social product of the country; identified factors influence retail lending for production and sales of the social product; proposed a method for the multi-factors impact of assessing retail lending on the production and distribution of social product in Russia, based on an assessment of the direction and magnitude of the each effect factor's and the effect's measurement (GDP) by increasing their positive impact on the social product.

В соответствии с методологией формирования системы национальных счетов в России влияние розничного кредитования на производство общественного продукта, выражаемого величиной ВВП, является следствием учета в его составе конечных результатов производственной деятельности экономических единиц-резидентов, предоставляющих услуги по кредитованию населения, в виде доходов от указанных кредитных операций. Соответственно, факторами влияния розничного кредитования на общественный продукт на стадии его производства выступают те аспекты деятельности кредитных организаций, которые определяют величину их доходов от предоставления услуг по кредитованию населения. К их числу, в первую очередь, относятся объемы предоставленных кредитов, величина просроченной задолженности по кредитам, а также кредитная политика банков в части кредитования населения.

Целью и одновременно движущим мотивом производства розничных кредитов выступает их потребление. Именно масштабы и характер потребления предопределяют объем, структуру и качество предоставляемых населению кредитов. Влияние розничного кредитования на общественный продукт на стадии его реализации (использования) является следствием конечного потребления кредитов населением и возникающих при этом расходов домохозяйств, обусловленных необходимостью соблюдения принципа платности кредита. Поэтому основным фактором влияния розничного кредита на величину ВВП на стадии потребления общественного продукта выступает величина денежных доходов населения, которая в значительной степени формируется под влиянием инфляционных процессов в государстве.

Все выявленные факторы различаются по характеру и силе воздействия на общественный продукт и при определенных условиях (например, отсутствии просроченной задолженности при росте объемов предоставляемых кредитов) либо до определенного уровня (например, рост просроченной задолженности на фоне приемлемого уровня кредитного риска) оказывают позитивное влияние на его масштабы и динамику. Однако при наличии определенных причин данное влияние может при-

* **ЛИТВИНОВА Алла Владимировна – д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Финансы и кредит» Волжского гуманитарного института (филиала) ФГБОУ ВПО «ВолгГУ».**
ЧЕРНАЯ Елена Григорьевна – ст. преподаватель кафедры «Финансы и кредит» Волжского гуманитарного института (филиала) ФГБОУ ВПО «ВолгГУ».
Рецензент – ГОНЧАРОВА Марина Вячеславовна – д.э.н., профессор кафедры «Финансы и кредит» Волжского гуманитарного института (филиала) ФГБОУ ВПО «ВолгГУ».

обрести негативный характер, индикаторы и причины которого для всех выявленных факторов представлены в таблице 1.

К проблемам влияния розничного кредита на производство и реализацию общественного продукта, выражаемого величиной ВВП, обращались многие исследователи розничного кредитования. При этом количественная оценка этого влияния традиционно осуществляется через показатель доли розничных кредитов в ВВП. Данные о доле объемов предоставленных розничных кредитов в объеме ВВП, как правило, приводятся для целей демонстрации значительного потенциала России в увеличении масштабов кредитования населения страны по сравнению с другими развитыми странами. Ряд авторов исследуют влияние розничного кредитования на ВВП более подробно, с позиций выявления характера и тесноты связей между ВВП и некоторыми параметрами розничного кредитования в России. Так, на основании построения корреляционных зависимостей между объемом розничных кредитов и номинальным объемом ВВП РФ в период с 2001 по 2009 гг. А. К. Бахшияном доказано, что в России существует устойчивая связь между изменением объема услуг розничного кредитования и объемом ВВП, поскольку тенденции роста объема услуг розничного кредитования совпадают с ростом объемов ВВП. Кроме того, совпадают динамика изменения доли услуг розничного кредитования в ВВП и динамика доли этих услуг в общем объеме кредитования. Выявленные зависимости позволили А. К. Бахшияну сделать вывод о том, что развитие рынка услуг розничного кредитования повышает не только эффективность деятельности банков, но и экономики страны в целом [1, с. 11-12]. Кроме того, указанным автором установлено, что увеличение объема розничного кредитования по отношению к ВВП на 1 % приводит к росту ВВП на 1,9 % [2]. Аналогичные тенденции подтверждаются исследованиями Центра макроэкономических исследований Сбербанка России, проведенными в декабре 2009 г. [3].

Таблица 1. Индикаторы и причины негативного влияния факторов розничного кредитования на общественный продукт

Факторы	Индикаторы	Причины
Объемы предоставленных кредитов	Повышение объемов предоставленных кредитов, сопровождающееся снижением объемов потребления населением товаров и услуг, его покупательной способности, снижением объемов производства товаров и услуг.	Возрастание долговой нагрузки по кредитам и ее доли в доходах населения.
Величина просроченной задолженности по кредитам	Рост величины просроченной задолженности, ее доли в объемах предоставленных кредитов, сопровождающийся снижением доходов и прибыли банков, качества кредитов, ростом кредитных рисков, снижением капитала, ликвидности, устойчивости банков.	Неэффективный менеджмент принимаемых банками кредитных рисков; снижение денежных доходов заемщиков, увеличение их долговой нагрузки за счет введения банками штрафных санкций; снижение покупательной способности и платежеспособного спроса заемщиков на товары и услуги.
Кредитная политика банков	Снижение спроса на кредиты, предоставляемые банками, снижение их доходов, прибыли, капитала, ликвидности, устойчивости.	Предоставление кредитов, не востребованных населением, применение процедур, методов и инструментов кредитования, снижающих привлекательность и доступность розничных кредитов для населения.
Денежные доходы населения	Снижение спроса и покупательной способности населения в отношении кредитов.	Снижение денежных доходов населения; превышение темпов роста объемов предоставляемых кредитов над темпами роста денежных доходов населения, возникновение просроченной задолженности по кредитам.
Инфляция	Снижение покупательной способности населения в отношении кредитов на фоне опережения темпов роста инфляции над темпами роста доходов населения. Снижение реальных доходов, прибыли, капитала, устойчивости банков.	Рост потребительских расходов населения в связи с ростом цен на товары и услуги. Перераспределение доходов от кредитных операций в пользу заемщиков.

Повышение качества оценки влияния розничного кредитования на общественный продукт через показатель доли розничных кредитов в ВВП может быть достигнуто рассмотрением данного показателя в динамике за длительный период времени с учетом темпов его роста и характера воздействия на него кризисных явлений в развитии экономики России, а также в разрезе различных видов розничного кредита.

В таблице 2 представлены результаты анализа влияния розничного кредитования (раздельно по всем выданным кредитам и жилищным кредитам, а также в сравнении между ними) на общественный продукт России, выражаемый величиной ВВП, за период с 1998 по 2011 гг., выполненного по данным официальной банковской статистики [4]. Данные таблицы 3 показывают наличие отчетливого восходящего тренда в динамике объемов всех предоставленных за период с 01.01.1998 по 01.01.2009 розничных кредитов и снижение величины этого показателя в кризисный 2009 год. Снижение доли всего объема розничных кредитов в ВВП начало происходить раньше: по

состоянию на 01.01.2009 данный показатель снизился по сравнению с 01.01.2008 на 0,18 п.п. Темпы роста доли розничных кредитов в ВВП имели тенденцию к возрастанию до 2003 г. включительно, однако с 2004 г. до конца 2009 г. наблюдалось их стабильное снижение. В 2010 г., по мере выхода банковской системы из кризисного состояния, сформировалась позитивная тенденция влияния розничного кредитования на общественный продукт, что проявилось в увеличении доли всех розничных кредитов в ВВП и возрастании темпов ее роста.

Увеличение объемов жилищных розничных кредитов до 2008 г. включительно сменилось их резким (почти в 4 раза) снижением в 2009 г. Аналогичная картина наблюдалась в отношении темпов роста доли жилищных кредитов в ВВП, причем до 2009 г. данный показатель значительно опережал темпы роста доли всех розничных кредитов в ВВП. Оживление рынка жилищного кредитования на выходе страны из кризиса привело к тому, что в течение 2010 г. возросли не только объемы жилищных кредитов в абсолютном выражении (в 2,3 раза), но и их доля в ВВП (с 0,47 % до 0,94 %), а также темпы ее роста – с 0,25 до 2,00, т.е. в 8 раз. Таким образом, в посткризисный период жилищные розничные кредиты продемонстрировали более выраженную динамику роста и влияния на производство и реализацию общественного продукта по сравнению с общей массой предоставленных в этот период времени розничных кредитов.

Несмотря на различия в динамике влияния розничного кредитования на общественный продукт на различных этапах развития экономики страны, обращает на себя внимание тот факт, что в целом доля объемов предоставленных розничных кредитов в ВВП за исследованный период не превышала 9,82 %, жилищных кредитов – 1,97 %. Межстрановые сравнения свидетельствуют о том, что Россия имеет существенный потенциал развития своего кредитного розничного рынка, значительно уступая по данному показателю развитым в экономическом отношении странам в докризисный период. Однако рост показателя доли объемов кредитов населению в объеме ВВП не является безоговорочным показателем позитивного влияния розничного кредитования на общественный продукт, что подтверждают уроки финансового кризиса 2008 г., уходящего корнями в накопившиеся в ряде развитых стран проблемы кредитования населения на фоне высоких показателей доли розничного кредитования в их общественном продукте. Достоверная количественная оценка как позитивного, так и негативного влияния розничного кредитования на общественный продукт должна основываться на учете всей совокупности факторов, определяющих это влияние.

Таблица 2. Динамика объемов предоставленных розничных кредитов и их доли в ВВП за период с 01.01.1998 по 01.01.2011.

Период времени	Объемы предоставленных розничных кредитов, млн руб.		ВВП в рыночных ценах, млрд руб.	Доля в ВВП, %		Темпы роста доли в ВВП, %	
	всего	жилищных кредитов		розничных кредитов всего	жилищных розничных кредитов	розничных кредитов всего	жилищных розничных кредитов
на 01.01.1998	17316	–	2521,9	0,68	–	–	–
на 01.01.1999	20022	–	2696,4	0,74	–	1,09	–
на 01.01.2000	27630	–	4545,5	0,61	–	0,82	–
на 01.01.2001	44748	–	7063,4	0,63	–	1,03	–
на 01.01.2002	94653	–	9039,4	1,05	–	1,59	–
на 01.01.2003	142058	–	10830,5	1,31	–	1,25	–
на 01.01.2004	299675	–	13243,2	2,26	–	1,72	–
на 01.01.2005	618862	54049	16751,3	3,69	0,32	1,63	–
на 01.01.2006	1179250	113978	21624,6	5,45	0,52	1,47	1,62
на 01.01.2007	2065199	347068	26882,9	7,68	1,29	1,41	2,48
на 01.01.2008	3242111	650192	32988,6	9,82	1,97	1,27	1,53
на 01.01.2009	4017212	756786	41668,0	9,64	1,82	0,98	0,92
на 01.01.2010	3573751	182192	39100,7	9,13	0,47	0,94	0,25
на 01.01.2011	4084821	417799	44491,4	9,18	0,94	1,01	2,00

Цель разработанной нами методики заключается в количественной оценке влияния всех выявленных в процессе исследования факторов розничного кредитования на общественный продукт, выражаемый величиной ВВП. В основу методики положено экономико-математическое моделирование с применением методов многофакторного корреляционно-регрессионного анализа. Методика включает следующие основные этапы: а) подбор и измерение факторных и результативного показателей, определяющих влияние розничного кредитования на ВВП; б) моделирование тесноты и характера связи между факторными и результативным показателями посредством построения уравнений множественной регрессии; в) количественная оценка силы влияния факторов на результативный показатель на основе расчета соответствующих статистических коэффициентов (бета-коэффициентов и коэффициентов эластичности).

Результативным показателем выступила величина ВВП в рыночных ценах. Факторными показателями стали количественные характеристики факторов влияния розничного кредитования на общественный продукт.

Влияние факторов розничного кредитования на производство и реализацию общественного продукта оценивалось в двух вариантах: вариант А – по всем предоставленным розничным кредитам; вариант Б – по жилищным розничным кредитам.

Последовательная реализация этапов разработанной методики позволила повариантно определить силу влияния каждого фактора на ВВП посредством расчета бета-коэффициентов, ранжировать факторы по силе влияния на ВВП, выявить уровень воздействия каждого фактора на ВВП путем расчета коэффициентов эластичности (таблицы 3, 4).

Таблица 3. Результаты количественной оценки силы влияния факторов розничного кредитования на ВВП (вариант А – по всем предоставленным розничным кредитам)

Факторы	ФДН	ФК	ФПЗ	ФСт.руб.	ФИПЦ
Сила влияния факторов на ВВП (в порядке убывания значений бета-коэффициентов)	0,967	0,893	-0,781	-0,15	-0,068
Коэффициенты эластичности	0,964	0,527	-0,355	-0,247	– 1

Примечание: ФДН – фактор «среднедушевые денежные доходы населения в месяц», руб.; ФК – фактор «объемы предоставленных кредитов всего», руб.; ФПЗ – фактор «сумма просроченной задолженности по кредитам», млн руб.; ФСт.руб. – фактор «средневзвешенные ставки по кредитам в рублях», %; ФИПЦ – фактор «индекс потребительских цен», % к предыдущему периоду; знак «+» – повышающий характер фактора, знак «–» – понижающий характер фактора.

Таблица 4. Результаты количественной оценки силы влияния факторов розничного кредитования на ВВП (вариант Б – по жилищным розничным кредитам)

Факторы	ФДН	ФСт. ж. руб.	ФСКж.руб.	ФПЗж	ФКж	ФИПЦ.
Сила влияния факторов на ВВП (в порядке убывания значений бета-коэффициентов)	0,831	-0,665	0,546	-0,467	0,241	-0,106
Коэффициенты эластичности	0,85	-2,181	1,288	-0,1	0,077	-0,648

Примечание: ФСт.ж.руб. – фактор «средневзвешенные ставки по жилищным кредитам в рублях», %; ФСКж.руб. – фактор «средневзвешенные сроки кредитования по жилищным кредитам в рублях», мес.; ФПЗж – фактор «сумма просроченной задолженности по предоставленным жилищным кредитам», руб.; ФКж – фактор «объемы предоставленных жилищных кредитов», руб.; знак «+» – повышающий характер фактора, знак «–» – понижающий характер фактора.

Ранжирование факторов розничного кредитования в порядке убывания силы их влияния на ВВП на основе значений бета-коэффициентов показало, что в обоих вариантах (по всем предоставленным розничным кредитам и по жилищным розничным кредитам) к числу наиболее значимых факторов относятся денежные доходы населения. Из числа прочих факторов в отношении всей массы розничных кредитов, предоставленных населению страны, ведущую роль играют объемы кредитования и величина просроченной задолженности по кредитам; в отношении жилищных розничных кредитов – ставки по кредитам и срок кредитования. Минимальное влияние в обоих вариантах оказывает уровень инфляции.

Расчет коэффициентов эластичности показывает, что в варианте А (по всем предоставленным розничным кредитам) ВВП возрастает на 0,964 % при увеличении денежных доходов населения на 1 %, на 0,527 % – при повышении объемов предоставленных кредитов на 1 %, на 0,355 % – при снижении величины просроченной задолженности на 1 %, на 0,247 % – при снижении ставок по кредитам на 1 %, на 1 % – при снижении ИПЦ на 1 %. В варианте Б (по жилищным розничным кредитам) ВВП возрастает на 0,85 % при увеличении денежных доходов населения на 1 %, на 2,181 % – при снижении ставок по жилищным кредитам на 1 %, на 1,288 % – при увеличении срока кредитования на 1 %; на 0,1 % – при снижении величины просроченной задолженности на 1 %, на 0,077 % – при повышении объемов предоставленных жилищных кредитов на 1 %, на 0,648 % – при снижении ИПЦ на 1 %.

Таким образом, разработанная методика многофакторной оценки влияния розничного кредитования на производство и реализацию общественного продукта, основанная на моделировании характера и силы связи между факторами и результативным показателем, выражаемым величиной ВВП, позволяет выявлять наиболее значимые факторы розничного кредитования с позиции их воздействия на общественный продукт и измерять возможный эффект (прирост ВВП) от усиления их позитивного влияния в разрезе различных видов розничных кредитов. При этом основными направлениями усиления позитивного влияния розничного кредитования на производство и реализацию общественного продукта в России, определяемыми действием наиболее значимых факторов этого влияния, выступают: увеличение величины денежных доходов потребителей розничных кредитов, рост объемов предоставленных банками розничных кредитов, снижение просроченной задолженности по розничным кредитам, снижение и дифференциация процентных ставок по розничным кредитам, увеличение и дифференциация сроков кредитования.

Список использованной литературы:

1. Бахшиян А. К. Механизмы оценки и повышения качества банковских услуг в розничном кредитовании: теоретические и методические аспекты: Автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.10 / А. К. Бахшиян. – Москва, 2010. – 26 с.
2. Бахшиян А. К. Механизм оценки качества банковских услуг в розничном кредитовании / А. К. Бахшиян // Совершенствование корпоративного управления как фактор стабилизации экономики в условиях кризиса: сб. статей междунар. научно-практ. конф. Часть 2. – М.: ИД «АТиСО», 2010. – С. 10-17.
3. Обзор динамики кредитования в падающей экономике. Вестник центра экономических исследований Сбербанка России [Электронный ресурс]. – 2009. – № 12 // URL: http://svarga.mobi/m.php.
4. Бюллетень банковской статистики за 2000-2011 гг. [Электронный ресурс] / Сайт Банка России // URL: http://www.cbr.ru.

Bibliographic references:

1. Bakhshiyan A. K. Mechanism for assessing the quality of banking services in retail lending: theoretical and methodological aspects: thesis ... candidate of economics: 08.00.10 / A. K. Bakhshiyan. – Moscow, 2010. – 26 c.
2. Bakhshiyan A. K. Mechanism for assessing the quality of banking services in retail lending / A. K. Bakhshiyan // Improving corporate governance as a factor in stabilizing the economy in crisis: collection of articles Intern. scientific and practical. conf. part 2. – M.: ID «ATiCO», 2010. – C. 10-17.
3. Overview of the lending dynamics to the economy of the incident. the Center for Economic Studies Bulletin of Sberbank of Russia [Electronic resource]. – 2009. – № 12 // URL: http://svarga.mobi/m.php.
4. Bulletin of Banking Statistics for 2000-2011 years [Electronic resource] / Website of Bank of Russia // URL: http://www.cbr.ru.

УДК 330.113.6

Е. Д. Вайсман, А. А. Уфимцев*

ГИПОТЕЗА ФРАКТАЛЬНОГО РЫНКА – КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ ОСНОВА СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМ РИСКОМ

(Южно-Уральский государственный университет, Россия)

Ключевые слова: предпринимательский риск, методы прогнозирования, фрактальный анализ, показатель Херста.

Аннотация: В статье показано несоответствие теории эффективного рынка современным методам прогнозирования. Проведен анализ особенностей современных рыночных процессов, доказана их неслучайность, информационная избирательность, динамичность развития и т.д. С учетом этих особенностей обоснована правомерность применения гипотезы фрактального анализа как основы для прогнозирования и управления предпринимательским риском.

Keywords: enterprise risk, forecasting methods, fractal analysis, Hurst's indicator

Abstract: In article discrepancy of the theory of the effective market to modern methods of forecasting is shown. The analysis of features of modern market processes is carried out, their nonrandomness is proved, information selectivity, dynamism of development etc. Taking into account these features is proved legitimacy of application of a fractal analysis hypothesis as bases for forecasting and management of enterprise risk.

В теории риск-менеджмента большинство применяемых методов для прогнозирования и управления рисками основывается на теории эффективного рынка (Efftctive Market Hypothesis – EMH), признанной сегодня, с одной стороны, в качестве одной из базовых, а с другой – одной из наиболее противоречивых рыночных теорий. Ее важнейшая функция – оправдание использования вероятностных расчетов в анализе рисков.

История развития EMH начинается с работы Л. Башелье, где предлагается рассматривать изменение цены (или ее логарифмические разницы)

* **ВАЙСМАН Елена Давидовна – к.э.н., профессор кафедры «Экономика и финансы» ЮУрГУ.**
УФИМЦЕВ Антон Александрович – аспирант кафедры «Экономика и финансы» ЮУрГУ.
Рецензент – БЕЗРУКОВА Татьяна Львовна – д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Экономика и финансы», декан экономического факультета ВГЛТА.

как гауссовскую случайную величину. На эффективном рынке вся публичная информация уже учтена через ценовую историю (или иной параметр измерения), соответственно, ценовой сдвиг происходит только тогда, когда появляется новая информация. Эффективный рынок не может быть игровым не только потому, что в ценах отражает известную информацию, но и потому, что само по себе большое количество инвесторов обеспечивает справедливость этих цен.

Теория эффективных рынков подразумевает, что инвесторы рациональны, дисциплинированы и аккуратны, в их решениях отсутствует эмоциональная составляющая. Также считается, что информация становится доступной всем субъектам рынка одновременно и ее получение не связано с какими-либо затратами. Такого рода предположения о поведении инвесторов существенно сужают математическую модель до простых линейных дифференциальных уравнений с единственным решением. Тем не менее, поведенческая теория рыночного ценообразования утверждает, что большинство людей, как правило, чрезмерно реагируют на неожиданные и драматические события (новости), что особенно ярко проявилось в 4-м квартале 2008 г., когда банкротство Lehman Brothers стало спусковым крючком к обвалу финансовых рынков.

Огромный вклад в теорию ЕМН внесли работы П. Кутнера и М. Осборна, в которых было формализовано утверждение о том, что цены на акции следуют случайному блужданию. Это допущение легло в основу большого количества существующих методов прогнозирования и управления предпринимательским риском.

Если это предположение о надежности рынка, обусловленной большим количеством инвесторов, истинно, то тогда сегодняшнее изменение цены зависит только от текущих неожиданных новостей. Вчерашние новости недолго остаются значимыми, и сегодняшние прибыли не имеют отношения к вчерашним, прибыли в этом смысле независимы. А если это так, то они являются случайными переменными и следуют случайному блужданию. Если накоплено достаточно большое количество ценовых изменений, то их вероятностное распределение стремится к нормальному. Это предположение о нормальности распределения признака открывает дорогу множеству статистических методов моделирования, которые могут дать оптимальные решения в качестве руководства к действию.

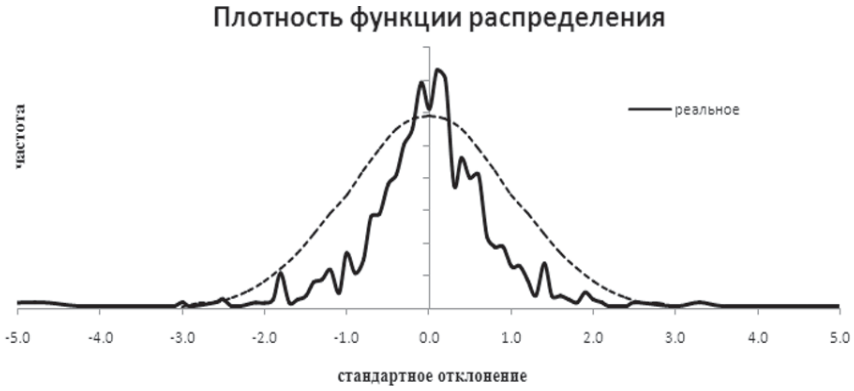


Рис. 1. – Индекс ММВБ, частотное распределение дневных прибылей (2008–2011 гг.)

Тенденции современной глобальной экономики ставят под сомнение случайность возникновения рисковых ситуаций. Нарастание кризисных явлений 2008-2011 годов наиболее ярко отражалось на динамике финансовых рынков. На наш взгляд, рынки не упорядочены и не просты. Они хаотичны, сложны и динамичны.

Ограниченные рамки настоящей статьи не позволяют рассмотреть все факторы, оказывающие влияние на предпринимательский риск, в связи с чем остановимся на основном индикаторе состояния российской экономики – индексе ММВБ. В качестве базы исследования был взят временной ряд дневных колебаний по индексу ММВБ с 9 января 2008 года по 31 октября 2011 года (950 наблюдений).

Выбор данного временного ряда обусловлен тем, что прямо или косвенно он отражает состояние всех основных секторов российской экономики, психологию рынка (страхи и ожидания), валютные колебания (как факторы дефляции национальной валюты в острые моменты кризиса, демонстрирующие подверженность национальной экономики внешнеэкономической ситуации) и т.д.

На основании результатов наблюдений авторами работы сделана попытка выявить фрактальные свойства рынков, что докажет состоятельность применения гипотезы фрактального анализа как инструмента анализа, прогнозирования и управления предпринимательским риском.

Согласно гипотезе эффективного рынка, частота изменения цены должна хорошо описываться нормальным распределением. Рисунок 1 показывает частотное распределение дневных прибылей (убытков) по данному индексу в зависимости от их вариабельности. Для сравнения показано также нормальное распределение.

Фактическая кривая распределения частот характеризуется высоким пиком в среднем значении и более «толстыми хвостами», относительно нормального распределения (свойство лептокуртозиса). Хвосты, идущие

вверх в -4 и 3 стандартных отклонениях – это значения, которые противоречат принципам нормального распределения. При этом хвосты реального распределения не только толще, чем при нормальном распределении, они однородно толще. Вплоть до пяти стандартных отклонений от среднего значения мы имеем столько же наблюдений, сколько было за два стандартных отклонения от среднего значения. При этом отклонение в пять сигм – это не предел.

Это означает, что риск наступления значимого события намного более высок, чем подразумевает нормальное распределение. В соответствии с нормальным распределением риск наступления события более трех стандартных отклонений стремится к нулю (0,1 %). И все же, фактическая вероятность составляет 2,2 %. Таким образом, фактическая вероятность существенных колебаний в 22 раза превосходит теоретическую. Вероятность свыше четырех стандартных отклонений составляет 1,2 %.

На наш взгляд, подобное распределение (рис. 1) (с «толстыми хвостами») присуще не только фондовым инструментам, а большинству факторов, оказывающих влияние на предпринимательскую деятельность в целом и предпринимательский риск в частности. Подобные сильные колебания были вызваны поступающим на рынок информационным потоком и формирующимися под его влиянием ожиданиями инвесторов и спекулянтов. При этом, по мнению авторов, подобные тенденции отмечались на большинстве временных рядов, характеризующих условия предпринимательской деятельности, и, как следствие, должны учитываться при прогнозировании риска деятельности в целом. Такие распределения с «толстыми хвостами» часто являются доказательством системы с долговременной памятью, произведенной нелинейным стохастическим процессом [1, с. 35].

В качестве показателя, доказывающего наличие у ряда долговременной памяти, нами предлагается использовать показатель Херста. Его расчет произведем в соответствии с методикой, предложенной Э. Петерсом в его книге [1]; для этого имеющийся временной ряд индекса ММВБ длины n преобразуем в ряд длины (n-1) из логарифмических отношений однодневной доходности по индексу ММВБ:

$$Z_t = \log(I_{t+1} / I_t), t = 1,2,3....,(n-1) \quad (1)$$

в котором последовательно выделяем смежные периоды длины m, так что $A \times m = (n-1)$:

$$N_i = z_1, z_2, ...z_m, где_i = 1,2,...A, \quad (2)$$

где N_i подпериод временного ряда Zt, состоящего из m значений;

z_1, z_2, ...z_m элементы подпериода.

Для каждого из периодов вычисляем среднее значение по формуле:

$$\overline{Z_i} = \frac{1}{m} \times \sum_{i=1}^{m} z_i, \quad (3)$$

где $\overline{Z_i}$ – среднее значение в периоде N_i.

Далее определяем временной ряд накопленных отклонений среднего значения для каждого периода Z_i :

$$X_{i,m} = \sum_{i=1}^{m} (z_i - \overline{z_i}), где_i = 1,2,...m \quad (4)$$

После этого вычисляем разность между максимальным и минимальным значениями накопленного отклонения $X_{i,m}$:

$$R_i = \max(X_{i,m}) - \min(X_{i,m}) \quad (5)$$

которую принято называть «размах». Этот размах необходимо нормализовать путем деления на выборочное стандартное отклонение, рассчитываемое для каждого временного периода N_i(6):

$$S_i = \sqrt{\frac{(z_i - \overline{z_i})^2}{m}} \quad (6)$$

Значение R_i / S_i (7) называется нормированным размахом, потому что оно имеет нулевое среднее значение и выражается в терминах местного стандартного отклонения:

$$(R / S)_i = \frac{1}{A} \times \sum_{i=1}^{A} (\frac{R_i}{S_i}) \quad (7)$$

После длина периода m увеличивается до следующего, более высокого значения, а (n-1)/m является целочисленным значением.

В общем, значение R/S изменяет масштаб по мере увеличения приращения времени i, согласно значению степенной зависимости, равному H, который обычно называется показателем Херста [1, с. 64] (8):

$$(R / S)_i = c \times n^H \quad (8)$$

Показатель Херста может быть рассчитан посредством вычисления угла наклона кривой через простую линейную регрессию методом наименьших квадратов:

$$\log(R / S)_i = \log(c) + H \times \log(n) \quad (9)$$

На основе данного показателя мы можем отличить случайный ряд от неслучайного, даже если случайный ряд не нормально распределен. Показатель Херста характеризует отношение силы тренда (детерминированный фактор) к уровню шума (случайный фактор). Херст показал, что большинство естественных явлений следует смещенному случайному блужданию – тренду с шумом. Сила тренда и уровень шума оценивают, насколько величина H превосходит 0,5 [2].

H = 0,5 подразумевает, что ряду присущ белый шум, то есть ряд подвержен случайному блужданию. События случайны и не коррелированны. Настоящее не влияет на будущее. Функция плотности вероятности может быть нормальной кривой, но это не обязательное условие.

Если $0 \leq H < 0,5$, то получаем антиперсистентные или эргодические ряды. Такой тип системы называют «возврат к среднему». Эти системы демонстрируют после роста спад. И наоборот, если система демонстрировала спад в предыдущий период, то, скорее всего, в следующем периоде начнется подъем. Иными словами, ряд меняет свое направление чаще, чем ряд случайных независимых величин.

При $0,5 \leq H < 1$ мы имеем персистентный, или трендоустойчивый ряд. То есть временной ряд характеризуется эффектом долговременной памяти и имеет склонность следовать трендам. Если ряд возрастал (убывал) в предыдущий период, то вероятно, что он сохранит свою тенденцию какое-то время в будущем. В терминах хаотической динамики существует чувствительная зависимость от начальных условий. Такая долговременная память имеет место независимо от масштаба времени. Все ежемесячные изменения соотнесены со всеми будущими месячными изменениями и все ежегодные изменения соотнесены с будущими годовыми изменениями. Персистентный ряд – это обобщенное броуновское движение, или смещенное случайное блуждание. Сила смещения зависит оттого, насколько H больше 0,5. Персистентный временной ряд фактически является фракталом.

В нашем случае коэффициент Херста по индексу ММВБ равняется 0,60, что доказывает персистентность ряда и, как следствие, наличие «долговременной памяти», что, в свою очередь, выражается во влиянии предыдущих значений показателя на последующие, т.е. неслучайность динамики.

В результате, на основании выявленного несоответствия фактического распределения прибылей, а также наличия эффекта «памяти» в экономических процессах, мы можем сделать вывод, что рынок не является эффективным вследствие следующих причин:

1. Рынок избирателен в своем поведении и представляет некий фильтр информационных данных (учитывается часть информации), которые отражаются в его структуре поведения. Существует феномен в психологии поведения инвесторов в виде избыточной или недостаточной реакции цены на новую информацию. Участники рынка могут реагировать на новую информацию с некоторым запозданием вследствие неспособности отказаться от своих предшествующих оценок.

2. На рынке существует слишком много больших ценовых изменений, идущих вверх и вниз во всех частотах, чтобы адаптировать кривую нормального распределения к данной динамике. Кроме того, часто встречаются циклические и/или аномальные колебания параметров риска.

3. Признаки риска обладают долговременной памятью на долгосрочных инвестиционных горизонтах.

4. Рынок обладает свойством порционного поступления информационных потоков и асимметричностью информации.

5. Фактор ожидания негативного развития событий существенно повышает вероятность реализации предпринимательского риска.

Для более точного прогнозирования рисков нами предлагается использовать гипотезу фрактального рынка (FMH – Fractal Market Hypothesis). Данная гипотеза основана на идеях Бенуа Мандельброта [4], который впервые ввел термин «фрактал» и обозначил такую область, как «фрактальная геометрия». Термин был использован для обозначения нерегулярных, но самоподобных структур.

В рамках настоящего исследования под фракталом мы предлагаем понимать объект, части которого определенным образом подобны целым, т.е. отдельные его части самоподобны. Преимущества использования фракталов для прогнозирования предпринимательских рисков обусловлены их свойствами:

– нерегулярность. Если фрактал описывать функцией, то свойство нерегулярности в математических терминах будет означать, что такая функция не дифференцируема, то есть не гладкая ни в какой точке. На финансовом рынке это свойство проявляется высокой волатильностью временных рядов;

– самоподобие. Это рекурсивная модель, каждая часть которой повторяется в своем развитии и воспроизводится в различных масштабах без видимых изменений. Однако изменения все же происходят, что в значительной степени может повлиять на восприятие нами объекта. Самоподобие означает, что у объекта нет характерного масштаба. Самоподобные объекты обладают бесконечно многими масштабами. Например, одна и та же тенденция изменения волатильности может наблюдаться не только в течение месяца, но и в течение года с соответствующим масштабом;

– размерность. Фракталы составляют себе свою собственную размерность, будучи помещены в пространство размерности, больше чем их фрактальная размерность. То же самое касается и временных рядов. Фрактальная размерность определяется тем, как объект или временной ряд заполняет пространство. Фрактальная размерность, которая описывает, каким образом объект (временной ряд) заполняет свое пространство, является продуктом всех тех факторов влияния на систему, которые и порождают этот объект (временной ряд) [3].

Для экономики размерность определяет, например, как та или иная компания будет реагировать на микро– и макроэкономические изменения рынка. Поэтому акции двух компаний с одина-

ковой волатильностью (стандартное изменение стоимости ценной бумаги) могут по-разному реагировать на один и тот же информационный поток и, соответственно, иметь совершенно разные модели прибыли по причине разных видов производства, состояний финансовых балансов, кадровых и иных перспектив.

Временной ряд на эффективном рынке всегда случаен, значит, является следствием большого количества равновероятных событий. В терминах статистики – он имеет большое количество степеней свободы. В случайном временном ряде нет корреляции точек. Ничто не удерживает точки в том же соседстве, сохраняя их размерность. Вместо этого они целиком заполняют отведенное им пространство.

Показатель Херста имеет фрактальную природу, показывая, что мы имеем не случайный временной ряд, а детерминированную систему, возмущенную случайными событиями. Существование длины цикла имеет большое значение для оценки инерции движения исследуемого процесса.

Неслучайный временной ряд, отражающий неслучайную природу влияний, и есть фрактал. В фрактальной размерности скачки данных будут соответствовать скачкам влияющих факторов, отражая присущую им корреляцию.

Исходя из свойств фрактальной размерности Э. Петерс выдвинул гипотезы фрактального рынка, описанные в его работе [2], которые мы предлагаем адаптировать и распространить на анализ всех процессов, оказывающих влияние на предпринимательский риск предприятия. В результате мы можем утверждать следующее:

1. Рынок стабилен, когда он состоит из участников, оперирующих на большом количестве инвестиционных горизонтов, принимающих на себя различные уровни риска.

2. Информационное множество связано с настроением (психологией) рынка и техническими факторами больше в краткосрочной перспективе, чем в долгосрочной. По мере увеличения инвестиционных горизонтов доминирует более долговременная фундаментальная информация. Изменение цены может отображать информацию, важную только для этого инвестиционного горизонта.

3. Если происходит событие, которое ставит под сомнение действительность фундаментальной информации, долгосрочные инвесторы либо прекращают участие на рынке (полностью отказываются или частично замораживают активность), либо начинают торговать на основании краткосрочного информационного множества, что делает рынок нестабильным из-за однородности горизонтов планирования.

4. Цены финансовых активов и прочие параметры экономической среды отражают сочетание краткосрочной (технической) и (долгосрочной) фундаментальной оценки.

5. Если рыночный процесс не связан с экономическим циклом, то не будет никакой долгосрочной тенденции. Будут доминировать торговля ценными бумагами, ликвидность и краткосрочная информация.

Можно кратко обобщить, что в основе теории фрактального рынка лежит следующая предпосылка: рынок обладает фрактальной структурой в связи с различными временными горизонтами инвестирования и, соответственно, различной ликвидностью активов, а рыночные процессы обладают долгосрочной памятью.

Подведем основные итоги проведенного исследования:

1. Доказан неслучайный характер рыночных явлений, оказывающих влияние на предпринимательский риск.

2. Доказана инерционность экономических систем за счет присутствия у временных рядов «долговременной памяти», имеющей место независимо от масштаба параметров измерения и времени, что может оказывать влияние на неопределенно далекий интервал времени.

3. Установлено, что распределения большинства экономических процессов имеют «толстые хвосты» (свойство лептокуртозиса), что означает более высокую вероятность реализации предпринимательского риска.

4. Возникновение «толстых хвостов» является следствием реакции на неравномерность, порционность и асимметричность информации на рынке.

Выводы исследования, а также представленные свойства гипотезы фрактального рынка, учитывающие основные недостатки действующей парадигмы рынка (EMH), являются основанием применения гипотезы фрактального рынка при прогнозировании и управлении предпринимательским риском.

Практическая значимость данного вывода заключается в необходимости пересмотра принимаемого предприятием уровня риска, а также использования при прогнозировании методов, имеющих в своей основе нелинейные динамические системы, для которых необходимо учитывать прогнозы тенденций развития с помощью фрактальных свойств рынка.

Список использованной литературы:

1. Петерс Э. Фрактальный анализ финансовых рынков: Применение теории хаоса в инвестициях и экономики./ Э. Петерс. – М.: Интернет-трейдинг, 2004, – 304 с.

2. Петерс Э. Хаос и порядок на рынках капитала. Новый аналитический взгляд на циклы, цены и изменчивость рынка / Э. Петерс. – М.: Мир, 2005. – 333 с.

3. Алмазов А. А. Фрактальная теория. Как поменять взгляд на финансовые рынки/ А. А. Алмазов. – 2009. – 209 с.

Bibliographic references:

1. Peters E. Fractal analysis of financial markets: Theory of Chaos in investments and economy / E. Peters. – M.: Internet-trading, 2004, – 304 p.
2. Peters E. Chaos and order in market of capital. New view at cycles, prices and volatility of markets / E. Peters. – M.: Mir, 2005. – 333 p.
3. Almazov A. A. Fractal theory. How to change view to financial market/ A. A. Almazov. – 2009. – 209 p.

УДК 303.43: 631.15/.16

Т. В. Закшевская*

МЕТОДИКА РАЗРАБОТКИ АНТИКРИЗИСНОЙ СТРАТЕГИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

(ГНУ НИИ ЭО АПК ЦЧР России Россельхозакадемии)

Ключевые слова: антикризисная стратегия, сельскохозяйственная организация, стратегическое планирование.

Аннотация: В статье приводятся этапы разработки антикризисной стратегии предприятия. Рассматривается воздействие факторов внешней макросреды и микросреды на предприятие в условиях кризиса. Предлагается методика разработки антикризисной стратегии сельскохозяйственной организации.

Keywords: anti-recessionary strategy, the agricultural enterprise, strategic planning.

Abstract: In article development cycles of anti-recessionary strategy of the enterprise are resulted. Influence of factors of external macro-environment and macro-environment on the enterprise in crisis is considered. The technique of working out of anti-recessionary strategy of the agricultural enterprise is offered.

Деятельность сельскохозяйственных организаций подчинена объективным внешним и внутренним факторам развития. Помимо существующей цикличности развития организации возникновению кризиса также способствует агрессивная внешняя среда. Любое предприятие функционирует в условиях рисков и неопределенности. В частности, аграрное производство является наиболее уязвимой отраслью экономики в связи с зависимостью от природно-климатических условий и биологических особенностей растений и животных. Все это обусловливает необходимость разработки антикризисной стратегии сельскохозяйственной организации.

По нашему мнению, антикризисная стратегия – это стратегический план, содержащий алгоритм удержания или создания конкурентных преимуществ при возникновении кризисной ситуации на предприятии или угрозы из внешней среды.

Предлагаемая нами методика разработки антикризисной стратегии включает следующие этапы:

1. Анализ и оценка внешней и внутренней среды предприятия.
2. Корректировка целей и задач функционирования предприятия.
3. Разработка и анализ стратегических альтернатив.
4. Выбор стратегии.

1. Анализ и оценка внешней и внутренней среды предприятия

Причины, в силу которых предприятие попадает в кризис, можно разделить на внешние и внутренние.

Рассмотрим факторы внешней среды предприятия с позиции макросреды предприятия и микросреды предприятия.

В таблицах 1 и 2 представлены внешние факторы макросреды и микросреды предприятия и возможные последствия действия данных факторов в условиях кризиса.

Анализ внешней среды является инструментом, при помощи которого контролируются внешние по отношению к предприятию факторы с целью предвидения потенциальных угроз и появления новых возможностей. Исследование этих факторов позволяет получить полное представление о складывающихся тенденциях развития внешней среды предприятия. Чтобы правильно оценить состояние предприятия, его положение на рынке, конкурентоспособность, нужны данные о состоянии рынка, внешней среды, о конкурентах и партнерах и их развитии.

Внутренняя среда предприятия представляет собой внутренние переменные, т.е. это ситуацион-

* **ЗАКШЕВСКАЯ Татьяна Васильевна – аспирант НИИ ЭО АПК ЦЧР РФ.**
Рецензент – ЧАРЫКОВА Ольга Генсановна – д.э.н., профессор, зав. отделом маркетинга и рыночных отношений НИИ ЭО АПК ЦЧР РФ.

ные факторы внутри организации. Поскольку организации представляют собой созданные людьми системы, то внутренние переменные, в основном, являются результатом управленческих решений. К факторам внутренней среды относятся цели, структура организации, задачи, технология, люди.

С целью определения количественного влияния факторов внешней и внутренней среды проводится диагностика предприятия, которая включает:

– определение стадии жизненного цикла предприятия – осуществляется путем рассмотрения результатов всех видов анализа в динамике с момента создания организации, далее с помощью экспертной оценки определяется стадия жизненного цикла предприятия;

– технико-экономический анализ – предполагает расчет эксплуатационных показателей (производительность, (удельные) эксплуатационные расходы, (удельная) трудоемкость и т.д.), производственно-технологические показатели (производственная мощность, материалоемкость, ритмичность и т.д.), показатели эффективности использования материальных и человеческих ресурсов в динамике;

– анализ финансового состояния – включается анализ платежеспособности, ликвидности, финансовой устойчивости, деловой и инвестиционной активности, инвестиционной привлекательности, эффективности деятельности предприятия в динамике;

– анализ вероятности банкротства – нормативно-методическими материалами о несостоятельности (банкротстве) предприятий определена система для установления неудовлетворительной структуры баланса неплатежеспособного предприятия, которая включает коэффициент текущей ликвидности (норма коэффициента не менее 2), коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (норма коэффициента не менее 0,1), коэффициент восстановления (или утраты) платеже-

Таблица 1. Воздействие факторов макросреды на предприятие в условиях кризиса

Факторы	Проявление кризисных факторов	Последствие для предприятия
Демографические	– снижение рождаемости; – старение населения; – урбанизация населения; – усиление миграции населения.	Сокращение рабочей силы, снижение конкурентоспособности местного населения, снижение уровня квалификации рабочей силы.
Экономические	– рост безработицы; – снижение покупательской способности населения; – снижение темпа экономического роста; – рост инфляции; – удорожание кредита; – усиление налогового бремени.	Рост издержек на предприятии, ухудшение качества продукции, сокращение возможностей долгосрочного планирования, ухудшение психологического климата на предприятии.
Природные	– дефицит сырья; – наличие специфических рисков; – загрязнение окружающей среды.	Диспаритет цен, рост издержек предприятия на способы снижения рисков, штрафы.
Технические	– отставание научно-технического прогресса; – преимущественное использование экстенсивных технологий.	Технологический застой, низкое качество и высокая себестоимость продукции, низкий уровень производительности и конкурентоспособности предприятий.
Политические	– нестабильность политической ситуации.	Коррупция, сокращение возможностей долгосрочного планирования.
Правовые	– несовершенное законодательство, регулирующее предпринимательскую деятельность.	Возникновение теневого сектора экономики, преступность, коррупция, трудности интеграции в международный бизнес.
Культурные	– низкий уровень культуры; – менталитет административно-плановой экономики.	Снижение качества управленческих решений, преступность.

Таблица 2. Воздействие факторов микросреды на предприятие в условиях кризиса

Факторы	Проявление кризисных факторов	Последствие для предприятия
Конкуренты	– появление сильного конкурента; – потеря конкурентной позиции.	Сокращение конкурентных преимуществ.
Поставщики	– банкротство поставщиков; – нарушение договорных обязательств поставщиками; – появление просроченной кредиторской задолженности.	Необходимость поиска новых поставщиков, возникновение признаков банкротства, сокращение персонала, введение процедуры банкротства на предприятии, банкротство.
Дебиторы	– нарушение договорных обязательств дебиторами; – появление просроченной дебиторской задолженности.	Отсутствие возможности оплаты краткосрочных обязательств.
Рынки сбыта	– банкротство покупателей продукции; – снижение покупательской способности населения.	Необходимость поиска нового рынка сбыта.
Инфраструктура	– деградация инфраструктуры; – ухудшение социального обслуживания работников предприятия.	Рост издержек предприятия, ухудшение психологического климата на предприятии.
Кредитно-финансовые учреждения	– удорожание кредита; – сокращение возможностей использования методов снижения рисков.	Уменьшение возможностей внешнего финансирования, снижение объема производства, ухудшение качества продукции.
Инвесторы	– ухудшение инвестиционного климата.	Сокращение инвестиций.

способности (пороговое значение 1). В дополнение данной методики могут применяться другие широко распространенные методики, например, проведение SWOT-анализа – определение сильных и слабых сторон, возможностей и угроз деятельности организации.

Такая диагностика является подробной характеристикой имущественного и финансового потенциалов хозяйствующего объекта, результатов его деятельности в истекшем отчетном периоде, а также возможностей развития объекта на перспективу.

Получив достаточно обширную информацию о внешней среде, можно синтезировать ее с помощью метода создания сценариев – реалистического описания того, какие тенденции могут проявиться в той или иной отрасли в будущем. Обычно создается несколько сценариев, на которых затем опробуется та или иная антикризисная стратегия предприятия. Сценарии дают возможность определить наиболее важные факторы внешней среды, которые необходимо учитывать предприятию; некоторые из них будут находиться под прямым контролем предприятия (оно сможет либо избежать опасности, либо воспользоваться появившейся возможностью). Однако существуют факторы, неподвластные контролю со стороны предприятия, – в этом случае разрабатываемая антикризисная стратегия должна помочь предприятию максимально использовать конкурентные преимущества и в то же время минимизировать возможные потери. [1]

РОСТ РЫНКА

Тип конкурентной позиции	Слабая конкурентная позиция	Сильная конкурентная позиция			Слабая конкурентная позиция
Стадия жизненного цикла / Тип финансовой устойчивости	Возникновение	Становление	Развитие	Зрелость	Спад
Абсолютная	*	А	А, В	А, В, Г	*
Нормальная	А	В	В	В, Г	Г
Неустойчивая	А	В	В, Г	Г	Б, Д
Кризис	Е	Б, Е	Б, Е	Б, Е	Е

А. Пересмотр стратегии концентрации
Б. Горизонтальная интеграция или слияние
В. Сокращение расходов
Г. Диверсификация
Д. Сокращение
Е. Ликвидация

СПАД РЫНКА

Тип конкурентной позиции	Слабая конкурентная позиция	Сильная конкурентная позиция			Слабая конкурентная позиция
Стадия жизненного цикла / Тип финансовой устойчивости	Возникновение	Становление	Развитие	Высшая точка	Спад
Абсолютная	*	В, Г	Г	Г	*
Нормальная	А	Б, В	В, Г	В, Г	Б, Г, Д
Неустойчивая	Е	В, Д	В, Д	В, Д	Е
Кризис	Е	Д, Е	Д, Е	Д, Е	Е

А. Пересмотр стратегии концентрации
Б. Горизонтальная интеграция или слияние
В. Сокращение расходов
Г. Диверсификация
Д. Сокращение
Е. Ликвидация

Рис. 1. – Методика определения основной антикризисной стратегии предприятия

2. Корректировка целей и задач функционирования предприятия

После определения факторов внешней и внутренней среды корректируются цели и задачи предприятия, формулируются цели антикризисной стратегии.

Вначале необходимо выявить факторы, которые влияют на причины возникновения негативных явлений и приводят к кризису. Факторы оцениваются и отбираются по степени влияния на причины возникновения кризисных явлений. Те факторы, которые не оказывают существенного влияния, исключаются, другие анализируются дальше. Если нет возможности активно управлять отдельным фактором, то он также исключается. Остальные факторы учитываются при разработке антикризисной стратегии и подвергаются дальнейшей оценке.

3. Разработка и анализ стратегических альтернатив

После корректировки целей, необходимо найти критерии, по которым можно оценить достижение этих целей, а затем выбрать направления деятельности, обеспечивающие достижение этих целей. Затем направления деятельности конкретизируются в форме задач, которые должны решать конкретные подразделения и должностные лица.

Стратегический выбор включает выработку серии стратегических альтернатив, исходя из целей компании, ее преимуществ и недостатков, а также внешних возможностей и угроз. Каждая стратегическая альтернатива может представлять возможные направления действий. На этом этапе фигурирует следующий основной вопрос: какие направления стратегического развития кажутся наиболее приемлемыми?

В процессе стратегического анализа должны быть оценены различные варианты стратегии корпорации. Для того чтобы выбрать тот или иной вариант, разработчики стратегии сравнивают их между собой, учитывая, в какой мере каждый из них способен обеспечить достижение целей организации. Оптимальный вариант стратегии должен обеспечить наилучшее соотношение между сильными и слабыми сторонами организации, возможностями и угрозами внешней среды. [2]

4. Выбор стратегии

Процесс стратегического анти-

кризисного планирования заканчивается выбором антикризисной стратегии из стратегических альтернатив.

По нашему мнению, в наибольшей степени проследить антикризисный подход в стратегическом планировании можно выделив 6 основных антикризисных стратегий [3]: пересмотр стратегии концентрации, горизонтальная интеграция или слияние, сокращение расходов (экономия), диверсификация, сокращение, ликвидация.

Основными факторами, по нашему мнению, в наибольшей степени влияющими на выбор антикризисной стратегии, являются:

1. Тип кризиса: экономический, социальный (политический), организационный, технологический, природный.

2. Тип финансовой устойчивости: абсолютная, нормальная, неустойчивое финансовое состояние, кризис.

3. Стадия жизненного цикла предприятия: возникновение, становление, развитие, зрелость, спад.

4. Прочность конкурентной позиции: сильная, слабая.

5. Тип рынка: рост, стагнация, спад.

Специфическими видами кризисов, характерными для сельскохозяйственных предприятий, являются аграрные кризисы.

Сельскохозяйственные предприятия являются особенно уязвимыми по отношению к кризису ликвидности вследствие сезонности производства.

Так, для производства продукции растениеводства и животноводства требуется несколько месяцев, а иногда и лет. В растениеводстве наблюдается резкая неравномерность нарастания затрат, не покрываемых выходом продукции: они увеличиваются в первом полугодии, снижаются во втором. Выход готовой продукции и ее реализация начинаются в третьем квартале.

В животноводстве вложения оборотных средств и их высвобождение также осуществляются неравномерно, хотя эти колебания могут несколько сглаживаться за счет наслоения одного кругооборота на другой. В процессе откорма скота вложения оборотных средств возрастают, а лишь после снятия скота с откорма и его реализации затраты возмещаются. Сезонные колебания в затратах и выходе продукции оказывают решающее влияние на денежный оборот: выручка от реализации продукции поступает неравномерно, причем наименьший выход приходится на период наибольших затрат.

С целью недопущения потери платежеспособности в первом и втором квартале необходимо разработать грамотную антикризисную стратегию.

Для определения основной антикризисной стратегии предприятия мы выделили два основных внутренних фактора развития предприятия – стадия жизненного цикла и тип финансовой устойчивости. Исходя из стадий жизненного цикла, предположим, что для стадии «возникновение» и частично для стадии «становление» будет характерна слабая конкурентная позиция, частично для стадии «становление», стадий «развитие» и «зрелость» – сильная конкурентная позиция, и для стадии «спад» вновь слабая конкурентная позиция.

Наиболее распространенным видом организационных кризисов является кризис ликвидности, на причины и последствия которого предприятие может влиять.

На рисунке 1 представлена методика определения основной антикризисной стратегии предприятия при возникновении угрозы кризиса ликвидности на основе таких показателей как стадия жизненного цикла и тип финансовой устойчивости для двух основных вариантов развития рынка – рост и спад.

Данная методика позволяет, с одной стороны, выбрать основное направление действий в условиях возникновения кризиса ликвидности с целью минимизировать его последствия и, с другой стороны, предотвратить наступление кризиса (профилактика). При такой стратегии главной целью является не максимизация прибыли, а поддержание определенной нормы прибыли при обеспечении постоянной платежеспособности предприятия.

Список использованной литературы:

1. Антикризисное управление: Учебник. – 2-е изд., доп. и перераб. / Под ред. – проф. Э. М. Короткова. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 620 с.

2. Зуб А. Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика: Учебное пособие для вузов / А. Т. Зуб. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 415 с.

3. Томпсон-мл. А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А. А. Томпсон-мл., А. Дж. Стрикленд III; 12-е издание; пер. с англ. – М. Издательский дом «Вильямс», 2006. – 928 с.

Bibliographic references:

1. Crisis management: Textbook. – 2 edition., added and processed. / under editorship prof. E. M. Korotkov. – M: INFRA-M, 2008. – 620 p.

2. Zub A. T. Strategic management: the Theory and practice the Textbook for high schools / A. T. Zub. – M.: Aspect Press, 2002. – 415 p.

3. Thompson-jr. A. A. Strategic management: Concepts and Cases / A. A. Thompson-jr., A. J. Strickland III; 12 edition; translation from English. – M. Publishing house «Williams», 2006. – 928 p.

РАЗДЕЛ 2: ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

УДК 338.432; 338.434

И. Ф. Хицков, Г. И. Чогут, А. И. Хицков*

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ИННОВАЦИОННОМ РЕЖИМЕ

(Научно–исследовательский институт экономики и организации агропромышленного комплекса Центрально–Черноземного района России Россельхозакадемии, Россия)

Ключевые слова: предпринимательство, землепользование, землепользователь, развитие, сельское хозяйство, инновационная деятельность, инвестиции, бизнес, финансовая деятельность.

Аннотация: В статье на основе анализа сложившегося экономического состояния сельскохозяйственных предприятий, системы государственной поддержки, финансовой деятельности финансового сектора экономики, изучения положительного опыта агробизнеса землепользователей предложены важнейшие направления развития аграрного производства на инновационной основе; приведены мероприятия по совершенствованию инвестиционной деятельности и государственной поддержке предпринимательства, проведению ценовой политики в АПК, формированию устойчивого развития сельских территорий.

Key words: business, land tenure, the land user, development, agriculture, innovative activity, investments, business, financial activity.

Abstract: In the article the major development directions of agrarian production based on innovations are offered on the analysis basis of the agricultural enterprises established economic condition, the state support system, the financial economic sector activity, the enterprises functioning positire experience; the investment activity perfection and the state agrobusiness support actions, the carrying out of the price policy in the agricultural sector, the rural territories sustainable development forming are resulted.

Что может стимулировать предпринимательскую деятельность землепользователей в инновационном режиме? В развитых странах ее принуждает к этому конкуренция, которая пока слабо развита в нашем рыночном хозяйстве. Однако и у нас все зависит от того, почувствует ли предприниматель, что его прибыль непосредственно связана с постоянным совершенствованием аграрного производства, с высокой его рентабельностью.

Известно, что первой антикризисной мерой в России стала государственная поддержка финансовой системы, предотвратившая ее коллапс, что могло обернуться катастрофическими экономическими и социальными последствиями. Массированные вливания ликвидности в банковскую систему оказались полностью оправданными. Однако расходование больших государственных средств еще не сняло проблему кредитования реальной экономики. И главные проблемы в том, что наши банки с начала экономического кризиса вынуждены были ввести прямые ограничения на кредитование предприятий как «высокорискованных заемщиков» – хозяйства не могли приобрести технику из-за отсутствия залоговой базы, повышения процентной ставки, изменения соотношения собственных и заемных средств. Далеко не каждое хозяйство могло купить современные тракторы и комбайны, оснащенные электроникой. Не всем по силам оказалось и внедрение новых технологий.

Высвеченная кризисом важнейшая задача создания в России внутренней системы финансирования экономики требует сегодня неотложного решения. Необходимо перераспределение финансовых потоков в пользу стимулирования реальных отраслей экономики и, прежде всего, сельского хозяйства как жизненно важной отрасли для страны, причем, это означает не возврат к централизированному планированию, характерному для социалистической экономики, а всего лишь использование накопленного предпринимательского опыта капиталистических

*** ХИЦКОВ Иван Федорович – д.э.н., профессор, академик Россельхозакадемии, директор НИИ ЭО АПК ЦЧР России Россельхозакадемии.**
ЧОГУТ Галина Ивановна – д.э.н., профессор НИИ ЭО АПК ЦЧР России Россельхозакадемии.
ХИЦКОВ Андрей Иванович – к.э.н., ведущий научный сотрудник НИИ ЭО АПК ЦЧР России Россельхозакадемии.
Рецензент – ШУЛЬГИНА Лариса Владимировна – д.э.н., профессор кафедры «Экономическая теория и международный бизнес» ВГУИТ.

стран по регулированию их экономики посредством субсидий, налоговой политики, льготного кредитования, других методов экономического воздействия [2].

Анализируя финансовую деятельность финансового сектора, мы в наших исследованиях, прежде всего, обращаем внимание на системность формирования рентабельных сельхозпредприятий, на то, в какой мере заинтересованы в этом процессе сами работники. Эта важнейшая составляющая нашла свое отражение в нашем последнем институтском труде «На пути к инновационному развитию АПК» [3]. Впервые в современной истории агротехнической науки на примере 18 областей Центрального федерального округа учеными и практиками были рассмотрены трудовые, материальные и финансовые ресурсы, изучен организационный механизм действия тех сельхозпредпринимателей, которые сумели добиться устойчивого финансово-экономического состояния, направляют выручку для отработки новых технологий производства, для улучшения социальной среды.

Одним из объектов такого исследования в Воронежской области стал колхоз «Большевик» Хохольского района, где годовая прибыльность последних лет приблизилась к 20 млн рублей. Рост производства в полеводстве идет за счет урожайности культур, в животноводстве – в результате повышения продуктивности поголовья, и прежде всего, молочного. За последние годы производство молока увеличилось в 5 раз, надои от каждой коровы – в 4 раза. Залогом эффективного развития этого хозяйства является внедрение прогрессивных ресурсосберегающих технологий, новой высокопроизводительной техники и оборудования, применения научно обоснованных систем в производстве и хозяйственном расчете. Откуда на все это деньги? Это, конечно же, и банковский кредит, субсидии на увеличение и расширение производственных фондов, и полученная прибыль от реализации продукции полеводства и животноводства. Все это позволяет покрывать немалую часть затрат на новейшие технологии.

Исследуя пути инновационного развития АПК, мы вывели примечательную закономерность: там, где рентабельность высока, все произведенные затраты и издержки покрыты выручкой и возмещены, то этот хозяйственный субъект еще более устойчиво продолжает свое развитие без специфических рыночных рисков и угроз. Но эти экономические каноны для многих наших товаропроизводителей еще не стали правилом действий. Получить, например, приличный урожай, выручить за него деньги – это еще не означает, что прибыль уже в кармане. Удалось ли сельхозпредприятию продолжить погашение взятых ссуд, обновить сельхозтехнику, восполнить взятое урожаем почвенное плодородие, внедрить новые технологии? Немногие хозяйства могут сегодня записать это воспроизводство в свой актив, даже среди тех, которые считаются рентабельными. Такая ситуация создает мнимость благополучия или, напротив, неотвратимость краха, что чревато принятием заведомо неверных решений.

Можно крепко просчитаться в своих амбициозных планах, если не учитывать и такой важнейший экономический фактор – воспроизводство рабочей силы. Сегодня, по статистике, заработная плата работников агарного сектора – одна из самых низких в экономике страны, составляет лишь 51 % от средней зарплаты по России. Это во многом обусловливает отток трудоспособного населения из сельского хозяйства в последние годы, некомпенсированное использование высокопроизводительной техники и интенсивных технологий.

Экономическое мышление есть, прежде всего, искусство осуществления, а не искусство строить планы. Предлагая систему, методологию ведения экономики на предпринимательской основе, мы выделяем главный целевой индикатор: человек на земле есть тот ориентир, от которого должно все исходить и к которому должно все возвращаться.

Экономику с такой ориентацией стремятся сегодня развить в Лискинском районе. Сегодня в его сельхозпроизводстве занято свыше 6 тысяч человек. Традиционный отток из села приостановлен. Наоборот, возрастает число желающих устроиться на таких престижных сельхозпредприятиях как ООО «ЭкоНиваАгро», «Лискинский», «Ермолинское», «Маяк». Здесь прибылью считают то, что осталось после расширенного производства – обновления техники, новых интенсивных технологий, покупки удобрений, улучшения социальной сферы. Кстати, сегодняшняя средняя зарплата в Лискинском аграрном секторе составляет 16456 рублей, что намного опережает показатель всех районов Воронежского региона. Достойная зарплата от количества и качества затраченного труда, естественно, стимулирует предпринимательство, рождает инициативу на местах, направленную на дальнейшие повышения продуктивности полей и ферм. Достаточно сказать, что благодаря инновациям, применению новейших технологий в молочном животноводстве производство молока в районе в 2011 году увеличилось на 10 тысяч тонн и составило 65 тысяч тонн. К такому показателю планировалось подойти лишь к 2013 году.

Подобных примеров инновационного предпринимательского хозяйствования, к сожалению, у нас не так уж много. У бизнесменов агросектора еще мало желания что-либо кардинально изменить – сетуют лишь на судьбу и отсутствие денег, виня во всех бедах внешнее окружение, но не себя. В советское время государство без проблем списывало долги неудачливых землепользователей – ныне их никто не спишет. И тот факт, что сегодня перечень обанкротившихся хозяйств у нас сокращается пока медленно, свидетельствует о том, что ущерб нанесен не только от ослабления материально-технической базы, но и от банального предпринимательского не-

профессионализма, от несоблюдения финансовой дисциплины. Можно, конечно, и сегодня, в рыночное время, жить в долг, усиливая свою кредитозависимость. Можно выставить высокие проценты своей рентабельности, но если эти прибыли не сказываются на обновлении техники, на восстановлении почвенного плодородия, на повышении зарплаты работников, то о каких серьезных подвижках в сельском хозяйстве может идти речь [5]?!

Прибыль – это, прежде всего дополнительный продукт, способствующий такому распределению доходов, которое помогает и дальше развивать хозяйство, улучшать жизнь людей. При таком подходе и кредиты погашаются быстрее – окупаются они тем самым воспроизводством, о котором выше шла речь.

Наши экономисты сделали вывод: инвесторы, которые приходят к сельхозпроизводителям, первым делом обращают внимание на то, в каком состоянии находится социально-экономическая сфера, отыщутся необходимые резервы для конкурентности производства. Так, Воронежское отделение Московского индустриального банка стало инвестором в модернизации старейшего элеватора в Аннинском районе, на что был затрачен 1 млрд рублей. Уже пущена в строй вторая очередь этого предприятия общей мощностью 140 тысяч тонн зерна. Это вдвое превышает его прежние возможности.

За последнее время с приходом новой губернаторской команды во главе с А. В. Гордеевым, сделавшей ставку на инфраструктурное укрепление сельских территорий, значительно повысился интерес к воронежскому агропрому и у зарубежных компаний. Общий объем иностранных инвестиций, поступивших в аграрную экономику региона за 2011 год, возрос втрое по сравнению с периодом предшествующим.

Социальная солидарность с воронежскими партнерами по агропромышленному бизнесу, дополнительные рычаговые возможности в привлечении внешних инвесторов повлияли на решение ОАО «Минудобрения» на 10 % снизить цену на свою очень востребованную продукцию. Это позволило сельчанам сэкономить более 100 млн рублей. Еще 150 млн рублей жители воронежской глубинки оставили в своих карманах благодаря снижению тарифов на электричество на 55 коп. (по договоренности между главой области А. В. Гордеевым и ОАО «ВЭСК»). Между прочим, подобное снижение цен на электроэнергию для сельской местности произведено впервые в России.

Агропромышленный кризис не приостановил обустройство сельских территорий Воронежского региона [4]. Привлечение бюджетных и инвестиционных средств позволило возвести 1500 км газовых сетей, 160 км водопровода, сдать в рамках областного проекта «Свой дом» более 100 тыс. кв. м жилья.

Как показывает опыт развитых стран, государственные, банковские вложения в сельское хозяйство – выгодны. Являющийся стратегической отраслью страны аграрный сектор вправе рассчитывать на снижение логистических издержек, на разумное ценообразование продукции, на материально-технические ресурсы, на совершенствование системы субсидирования по перечню сельскохозяйственных культур, ставкам субсидий, уровня софинансирования. Сюда просятся основные ресурсы Стабилизационного фонда. Сельское хозяйство должно стать национальным приоритетом не на ближайшие годы, а на все времена.

Список использованной литературы:

1. Хицков И. Ф. Экономика АПК областей ассоциации «Центрально-Черноземная» Центрального федерального округа РФ / И. Ф. Хицков, Г. И. Макин, Г. Ф. Федоров. – Воронеж: Центр духовного возрождения Черноземного края, 2006. – 208 с.

2. АПК Российского Черноземья: состояние, опыт, стратегия развития / И. Ф. Хицков, В. Г. Закшевский, Г. И. Макин, Г. Ф. Федоров [и др.]; под общей редакцией академика РАСХН Е. С. Строева. – Воронеж: Центр духовного возрождения Черноземного края, 2003. – 608 с.

3. На пути к инновационному развитию АПК: программы, опыт, научное обеспечение (на примере областей Центрального федерального округа Российской Федерации / И. Ф. Хицков, В. Г. Закшевский, Г. И. Макин, Г. Ф. Федоров [и др.]; под общей редакцией академика РАСХН И. Ф. Хицкова. – Воронеж: Центр духовного возрождения Черноземного края, 2010. – 776 с.

4. Хицков И. Ф. Межбюджетные отношения в сельской местности: направления совершенствования / И. Ф. Хицков, И. Н. Меренкова // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. – 2011. – № 6. – С. 7-11.

5. Хицков И. Ф. Бизнес, политика и власть / И. Ф. Хицков // АПК: экономика, управление. – 2011. – № 8. – С. 13-18.

6. Оптимизация присутствия государства: сокращение регулирующих функций, обеспечение прозрачности и обратной связи с гражданами и бизнесом / И. Ф. Хицков, Г. И. Макин, В. Г. Закшевский [и др.]. – Воронеж: ГНУ НИИ ЭО АПК ЦЧР России, 2011. – 23 с.

Bibliographic references:

1. Hitskov I. F. Economy of the agrocultural sector of areas in the association «Central Black Earth» of the Central federal district of Russian Federation / I. F. Hitskov, G. I. Makin, G. F. Fedorov. – Voronezh: Center for Spiritual Revival Black Earth Region, 2006. – 208 p.

2. The agrocultural sector of Russian Chernozem: condition, experience, strategy development / I. F. Hitskov, V. G. Zakshevsky, G. I. Makin, G. F. Fedorov [and others] under editorship of the academic of Russian Academy of Agrarian Sciences E. S. Stroev. – Voronezh: Center for Spiritual Revival Black Earth Region, 2003. – 608 p.

3. On the way to innovative development of agriculture: programs, experience, scientific support (for example, regions of the Central Federal District of Russian Federation / I. F. Hitskov, V. G. Zakshevsky, G. I. Makin, G. F. Fedorov [and others] under the general edition of the academician of Russian Academy of Agrarian Sciences I. F. Hitskov – Voronezh: Center for spiritual Revival Black Earth region, 2010. – 776 p.

4. Hitskov I. F. Intergovernmental relations in rural areas: the nays of improvment / I. F. Hitskov, I. N. Merenkova // FES: Finance. Economy. Strategy. – 2011. – №6. – P. 7-11.

5. Hitskov I.F. Business, politics and power / I. F. Hitskov // ACS: economic, management. – 2011. – № 8. – P. 13-18.

6. Optimization of the state presence: the reduction of regulatory functions, ensuring of transparency and response of the citizens and businesses / I. F. Hitskov, G. I. Makin, V. G. Zakshevsky [and others]. – Voronezh: Research Institution of the Agrocultural Sector Economic and Organization in the Central Region of Russia, 2011. – 23 p.

УДК 636.082.93

В. М. Баутин, И. Ш. Дзахмишева, З. А. Дзахмишева*

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ КОНСЕРВНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КБР

(Воронежский государственный университет инженерных технологий, Кабардино–Балкарская государственная сельскохозяйственная академия им. В. М. Кокова, Нальчикский институт кооперации филиал Белгородского университета кооперации, экономики и права, Россия)

Ключевые слова: инновации, оценка, интенсификация, плодоовощной подкомплекс.

Аннотация: В работе проведен ситуационный анализ инновационной деятельности предприятий консервной промышленности КБР, определены показатели эффективности инновационной деятельности, выявлены причины кризиса и предложен комплекс организационно-управленческих, технико-экономических и социально-психологических инновации, направленных на обеспечение конкурентоспособности и эффективности консервного производства.

Keywords: innovations, an estimation, an intensification, a fruit-and-vegetable subcomplex.

Abstract: in work situation analysis of innovative activity of the enterprises of canning industry KBR is spent, indicators of efficiency of innovative activity are defined, the reasons of crisis are established and the complex organizational-administrative, technical and economic and socially-psychological is offered an innovation, the competitiveness directed on maintenance and efficiency of canning manufacture.

В настоящее время материально-техническая база большинства предприятий плодоовощного подкомплекса АПК находится в крайне неудовлетворительном состоянии: эксплуатируется более 70 % морально устаревшего, малопроизводительного и физически изношенного оборудования. Коэффициент обновления основных фондов составляет менее 1 % при нормативном – 8-11 %. Низкая техническая оснащенность предприятий высокопроизводительным оборудованием (до 60 % трудоемких операций выполняется вручную) не обеспечивает внедрения безотходных технологий, выпуск качественной конкурентоспособной продукции, глубокую и комплексную переработку сельскохозяйственного сырья. Понимание проблемной ситуации требует масштабной интенсификации производства путем использования современной техники и технологий, направленных на повышение конкурентоспособности и устойчивый сбыт производимой продукции.

Обеспечение конкурентоспособности и эффективности производства продукции предприятиями

* **БАУТИН Василий Михайлович – д.э.н., профессор кафедры «Управление, организация производства и отраслевая экономика» ВГУИТ.**
ДЗАХМИШЕВА Ирина Шамильевна – д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров» КБГСХА им. В. М. Кокова.
ДЗАХМИШЕВА Залина Амирбиевна – к.э.н., ст. преподаватель кафедры «Экономика и организация производства» Нальчикского института кооперации филиала БУКЭП.
Рецензент – ВОРОНИН Валерий Павлович – д.э.н., профессор кафедры «Экономическая теория и международный бизнес» ВГУИТ.

плодоовощного подкомплекса АПК сопряжено с необходимостью развития инновационной деятельности и использованием достижений науки и техники.

Все это требует разработки комплекса мероприятий по повышению результативности государственной поддержки АПК, созданию условий для инициации инновационной деятельности, продуктивной реализации соответствующих решений, способствующих поступательному росту эффективности функционирования АПК и его плодоовощного подкомплекса.

Целью научного исследования является оценка состояния и уровня инновационной деятельности и разработка комплекса мероприятий, направленных на выявление положительных сторон и недостатков консервного производства в результате внедрения инноваций.

Новизна работы состоит в том, что предлагаемый метод учитывает количественные и качественные показатели инновационной деятельности, и позволяет корректировать отдельные показатели в динамике, выявить недостатки и формировать конкурентные преимущества исследуемых хозяйств.

Понятно, что конкурентоспособность и эффективность консервного производства зависит от ряда показателей эффективности инновационной деятельности. За счет своих преимуществ предприятия получают возможность потеснить конкурентов на рынке, увеличить собственные объемы продаж и, в конечном итоге, повысить свои конечные результаты.

Под экономической эффективностью инновационной деятельности понимается сложная экономическая категория, характеризующая результативность и уровень использования производственных ресурсов, полученная воспроизводством новых научных, научно-технических знаний и их реализацией в материальной сфере экономики.

Поскольку оценка эффективности инновационной деятельности распространяется на все виды деятельности предприятия, то приоритетным при проведении анализа будет система показателей организационно-управленческих, технико-экономических и социально-психологических инноваций.

Получить информацию для расчета показателей, характеризующих эффективность инновационной деятельности, можно с использованием различных методов. Наиболее широкое распространение получили два варианта анализа, основанных на разных типах информационного обеспечения, – параметрический анализ и рейтинговая оценка.

Для формирования путей развития предприятий консервного производства в работе предлагается рейтинговый метод оценки эффективности производства.

При проведении рейтинговой оценки предлагается использовать десять показателей, структурированных по трем основным аспектам (организационно-управленческий, технико-экономический, социально-психологический), а также учитывать специфику нынешнего состояния консервного производства КБР.

Таблица 1. Коэффициенты корректировки баллов с учетом динамики абсолютных значений показателей.

Динамика абсолютных значений показателей	Коэффициенты поправки на динамику, %
Крайне положительная	+20
Положительная	+10
Стабильная	0
Отрицательная	-10
Крайне отрицательная	-20

Одним из существенных моментов рейтинговой оценки эффективности производства является учет динамики отдельных показателей, поэтому отдельные показатели предлагается учитывать через поправочный коэффициент (см. табл. 1).

Для проведения расчетов по данным конкретных предприятий специфицируются абсолютные значения показателей предприятий консервной промышленности КБР и в соответствии с балльной шкалой, значениям показателей присваиваются баллы. Затем производится корректировка балльных оценок с учетом динамики абсолютных показателей.

В работе приводится расчет рейтинговой оценки эффективности производства восьми предприятий консервной промышленности региона.

Рейтинг эффективности производства консервных предприятий КБР определяется на основе расчета их итогового балла.

Итоговый балл эффективности инновационной деятельности отдельного предприятия рассчитывается по формуле:

$$ИБ = \sum_{i} (Б_i В_i) \qquad (1)$$

где $ИБ$ – итоговый балл эффективности инновационной деятельности по результатам рейтинговой оценки; $Б_i$ – балл (количественная оценка) предприятия по i-му показателю; $В_i$ – вес i-го показателя; $\sum_{i} (Б_i В_i)$ – сумма произведений баллов отдельных показателей рейтинговой оценки и их коэффициентов весомости.

Так, оценка эффективности производства предприятий консервной промышленности КБР позволила установить, что ООО «Агро-Русь» имеет наилучшие характеристики из числа включенных в рейтинг предприятий. Однако ООО «Агро-Русь», как и другие предприятия региона, не конкурентоспособно и не эффективно, о чем свидетельствуют отрицательные значения итоговых баллов ввиду низкого уровня развития инновационной деятельности.

Таблица 2. Рейтинг эффективности инновационной деятельности предприятий консервной промышленности КБР.

Предприятие	Коэффициент удовлетворения спроса потребителей	Коэффициент инноваций	Коэффициент обновления продукции	Коэффициент прогрессивности технологий	Коэффициент прогрессивности техники и оборудования	Коэффициент применения прогрессивных методов контроля	Эффективность инноваций	Уровень профессионального роста	Уровень использования трудовых ресурсов по квалификации	Уровень морального (материального) стимулирования	Итого	Рейтинг
ОАО «Нарткалинский консервный завод»	0,016	– 0,14	– 0,12	0,10	0	0	0	0	0,01	0	– 0,134	2
ОАО «Терский консервный завод»	– 0,16	– 0,14	– 0,132	-0,10	– 0,099	– 0,06	0	0	-0,10	– 0,07	– 0,861	4
ООО «Кенженский консервный завод»	– 0,016	– 0,14	– 0,132	– 0,10	– 0,09	– 0,06	– 0,05	– 0,11	– 0,10	– 0,07	– 0,868	5
ОАО «Баксанский консервный завод»	0,128	– 0,28	– 0,24	– 0,10	– 0,099	– 0,06	– 0,05	– 0,11	– 0,10	– 0,07	– 0,981	6
ООО «ЭЛ-Русь»	0,016	– 0,28	– 0,12	-0,09	0,009	0	0	0	– 0,10	0	– 0,565	3
ООО «Агро-Русь»	0,016	– 0,126	0,012	0,11	0	0	0,05	0	– 0,10	0	– 0,038	1
ООО «Росконс»	– 0,16	– 0,28	0	– 0,10	– 0,09	– 0,06	– 0,05	– 0,11	– 0,10	– 0,07	– 1,02	7
ООО «Консервпрод»	– 0,16	– 0,28	0	– 0,20	– 0,09	– 0,06	-0,1	– 0,11	– 0,10	– 0,07	– 1,17	8

В работе установлены основные ограничения рейтингового подхода: полученная оценка является относительной, а не абсолютной. Иначе говоря, по результатам рейтинга можно сделать более или менее достоверные выводы о сравнительно большей привлекательности производства консервной продукции какого-либо предприятия. Однако при этом рейтинговые коэффициенты (баллы) не несут никакой количественной информации о состоянии производства отдельного предприятия, включаемого в рейтинг. За балльной оценкой стоят качественные характеристики «хорошо», «удовлетворительно» и т.д., которые во многом являются условными. Следовательно, составление рейтинга следует считать инструментом лишь первичной оценки конкурентоспособности производства.

Сравнительный рейтинг характеризует лишь общее состояние инновационной деятельности. При этом не учитывается специфика конкретных вариантов взаимодействия производственных подразделений и ее отдельных сторон. Тем не менее, при всей существенности ограничений рейтингового подхода, он является одним из самых действенных аналитических инструментов в том случае, когда в достаточно сжатые сроки необходимо оценить эффективность инновационной деятельности и разработать обоснованные мероприятия по повышению конкурентоспособности и эффективности производства.

В работе доказана объективная необходимость повышения организационно-управленческой, технико-экономической и социально-психологической гибкости производства на основе внедрения гибких производственных систем и комплексов, оборудования с числовым программным управлением, автоматизированных систем управления и гибких (переналаживаемых) форм и методов организации, позволяющих оперативно учитывать и удовлетворять требования потребителей, улучшить качество товаров и обеспечить конкурентоспособность и эффективность консервного производства.

Список использованной литературы:

1. Баутин В. М. Современное экономическое состояние звероводческого подкомплекса АПК / В. М. Баутин, И. Ш. Дзахмишева, З. А. Дзахмишева // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. – 2012. – № 1. – С. 40-43.

Bibliographic references:

1. Bautin V. M. Modern economic condition fur farming an agrarian and industrial complex subcomplex / V. M. Bautin, I. Sh. Dzachmisheva, Z. A. Dzachmisheva // FES: Finance. Economy. Strategy. – 2012. – № 1. – P. 40-43.

РАЗДЕЛ 3: РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 331.105

Р. И. Мельникова*

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ЕГО РОЛЬ В УСПЕШНОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА

(Воронежский институт экономики и социального управления, Россия)

Ключевые слова: кадровый потенциал, уровень кадрового потенциала, формирование управленческого кадрового потенциала, государственная и муниципальная кадровая безопасность, регион, муниципалитет, состояние кадрового потенциала, государственная политика формирования управленческого кадрового потенциала, управленческий кадровый потенциал региона.

Аннотация: В статье рассматривается роль кадрового потенциала в развитии региона. На основе результатов социологических исследований обосновывается необходимость подготовки и переподготовки управленческих кадров, получения ими дополнительного управленческого образования в соответствии с требованиями времени.

Key words: personnel potential, level of personnel potential, formation of administrative personnel potential, the state and municipal personnel safety, region, municipality, condition of personnel potential, state policy of formation of administrative personnel potential, administrative personnel potential of region.

Abstract: In article the role of personnel potential in region development is considered. On the basis of results of sociological inspections necessity of preparation and retraining of administrative shots, receptions of additional administrative formation by them according to time requirements is proved.

Кадровый потенциал России после двадцати лет забвения все больше начинает восприниматься различными субъектами управления как ее ценнейшее достояние. В официальных и неофициальных документах, выступлениях политиков и бизнесменов, ученых и практиков за последние годы частота употребления таких выражений, как «кадровый голод», «кадровая политика», «утечка мозгов», «кадровый резерв», «кадровая ситуация», «кадровая проблема» и ряд других, заметно увеличилась.

Невнимание государства в 90-е гг. XX в. к проблемам государственной кадровой политики Российской Федерации как стратегии воспроизводства и востребования кадрового потенциала, неуправляемое разгосударствление привели к изменениям его количественных и качественных характеристик. И поэтому не случайно, что нынешнее состояние управленческого кадрового потенциала само дало о себе знать всем его «потребителям» – и государству, и регионам и муниципальным образованиям, и бизнесу.

Снижение качества кадрового потенциала, отток «умов» за границу и невозможность квалифицированным управленцам полноценно реализовать себя в профессиональной области создают угрозу кадровой безопасности России.

К сожалению, в кадровой политике, как в широком, так и в узком понимании этого словосочетания, зачастую воспроизводятся протекционистские механизмы замещения должностей, основанные на родственных, клановых, земляческих, командных, криминальных отношениях, а не на профессионализме и компетентности. Это существенно сужает приток квалифицированных, компетентных управленцев, создает питательную коррупционную среду, резко снижает качество управления, в том числе и в системе государственного и муниципального, сопровождается падением авторитета институтов государственной и муниципальной власти.

Сегодня единственным субъектом, которому общество делегирует право регулировать трудовые и служебные отношения, обеспечивать условия для реализации конституционных гарантий граждан, является государство. Однако в рыночных отношениях государство не имеет достаточных правовых основ регулирования процессов воспроизводства и востребования управленческого кадрового потенциала.

Коренной причиной такого положения является отсутствие научно обоснованной стратегии государства по отношению к управленческому кадровому по-

* **МЕЛЬНИКОВА Раиса Ильинична – д. социол. н., профессор, ректор ВИЭСУ.**

Рецензент – ШУЛЬГИНА Лариса Владимировна – д.э.н., профессор кафедры «Экономическая теория и международный бизнес» ВГУИТ.

тенциалу с учетом долгосрочной стратегии социально-экономического развития общества.

Это не может не сказаться и на оценке данной проблемы в каждом конкретном регионе. На сегодня практически отсутствуют основополагающие подходы по отношению к управленческому кадровому потенциалу, хотя программы социально-экономического развития субъектов Федерации, отдельных муниципальных образований начали разрабатываться достаточно активно, что, безусловно, явление прогрессивное. Однако следует отметить, что проблема развития управленческого кадрового потенциала в них не только обоснования, но и простого отражения не находит, хотя ни для кого не секрет, что без соответствующего кадрового обеспечения не может реализоваться ни одна программа. Поэтому кадровая политика, сколько угодно с этим можно спорить, – основной фактор успеха любого направления социально-экономического развития страны, региона, муниципалитета.

Тем не менее, справедливости ради, необходимо отметить, что сейчас уже наметился прагматический настрой государственной власти на решение вопросов формирования дееспособного управленческого кадрового потенциала, оснащенного современными знаниями и умениями использовать соответствующие методы и технологии работы. Это четко было сформулировано В. В. Путиным в статье «Россия сосредотачивается – вызовы, на которые мы должны ответить» [1], что можно рассматривать как программную задачу государственного развития, имеющую поддержку в виде политической воли руководства страны. Ресурсное обеспечение решения этой задачи, включение в ее реализацию различных институтов государства и гражданского общества, в том числе и профессионального образования, является основой развития и совершенствования этого направления в кадровой политике.

Таблица 1. Оценка эффективности формирования кадрового потенциала в различных сферах места работы

Оценка эффективности		Всего по массиву (%)	В группах по месту работы (%)			
			Органы государственной и муниципальной службы и управления	Организации с государственной формой собственности	Частные организации	Организации со смешанной формой собственности
1.	Очень эффективно	6,9	6,8	5,3	8,2	6,0
2.	В какой-то мере эффективно	24,0	25,6	27,2	22,7	17,9
3.	Малоэффективно	41,8	46,9	43,3	38,5	39,4
4.	Совсем неэффективно	11,6	10,0	10,2	12,1	16,2
5.	Затрудняюсь ответить	15,7	10,7	14,0	18,5	20,5

Таблица 2. Направления формирования управленческого кадрового потенциала

Направление формирования кадрового потенциала	Исследование 2007 г. Эксперты (%)
Создание правовых основ защиты общества от непрофессионализма	42,3
Оптимизация образовательной сферы в соответствии с потребностями общества	44,8
Оптимизация системы финансирования развития кадрового потенциала	36,7
Устранение несоответствия кадрового потенциала потребностям федерального и регионального рынков труда	30,6
Регулирование занятости населения	31,5
Контроль со стороны государственных органов соблюдения трудового законодательства	30,6
Контроль со стороны государства соответствия профессиональной подготовки персонала требованиям законодательства	26,2

Чтобы оценить масштаб предстоящих преобразований в кадровой сфере, необходимо изучить современное состояние проблемы. Думается, что делать это должны ученые – экономисты, политики, социологи, юристы при заинтересованном отношении к этому вопросу практических работников всех сфер управления. При этом следует учитывать, что последние два десятилетия стали для российского общества временем формирования новых субъектов кадровых отношений, то есть новых типов организаций, экономическая основа деятельности которых базируется не только исключительно на государственных, но на частных интересах. Поэтому, наряду с изучением общей оценки в исследовании эффективности государственной политики формирования управленческого кадрового потенциала, интересно рассмотреть отношение к этому вопросу работников различных по форме собственности организаций, предприятий, учреждений.

Таких исследований пока еще не много, но они уже появляются с достаточно солидной репрезентативной базой. Например, социологическая диагностика состояния кадрового потенциала, проведенная учеными Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ А. И. Турчиновым и О. К. Магомедовым [2].

Данные исследования, приведенные в табл. 1, показывают, что вопросы кадровой политики и управленческого кадрового потенциала затрагивают те сферы, где государство сохранило лидирующие позиции и наблюдается сни-

жение в секторах экономики народно-хозяйственного комплекса.

Как уже отмечалось, сегодня государство берет четко обозначенный курс на возвращение своих позиций в сфере регулирования кадровых процессов и отношений в стране, что, в свою очередь, предполагает определение приоритетных направлений формирования кадрового потенциала современного российского общества. Основные наиболее эффективные направления формирования управленческого кадрового потенциала представлены в табл. 2.

Таблица 3. Степень соответствия профессионального образования выполняемой работе

Степень соответствия профессии выполняемой работе		Всего по массиву (%)	В группах по месту работы (%)			
			Органы государственной и муниципальной службы	Организации с государственной формой собственности	Частные организации	Организации со смешанной формой собственности
1.	Полностью соответствует	35,8	39,5	37,9	26,0	39,6
2.	Частично соответствует	36,4	38,2	39,8	41,3	25,9
3.	Не соответствует	24,3	19,5	21,2	30,7	26,7
4.	Затрудняюсь ответить	3,5	2,8	1,1	2,0	7,8

Как видим из вышеприведенных данных, решать задачи формирования управленческого кадрового потенциала нужно комплексно: в правовом, профессионально-образовательном и экономическом направлениях. При этом, на наш взгляд, необходимо: оптимизировать систему финансирования развития кадрового потенциала и контроля со стороны государственных органов власти за соблюдением трудового законодательства; развивать организационные механизмы взаимодействия государственной кадровой политики и всех субъектов социальной политики – государства (федеральный уровень и уровень субъектов РФ), хозяйствующих субъектов и других.

Следует отметить, что в Воронежской области наметились положительные тенденции к усилению внимания в направлении качественного кадрового обеспечения не только государственной и муниципальной службы, но и всех сфер развития кадрового потенциала народнохозяйственного комплекса региона. Подтверждением чему является создание Совета по кадровой политике при губернаторе Воронежской области [3], в который вошли руководители структурных подразделений правительства, предприятий, организаций и учреждений различных форм собственности, ведущие ученые региона, который призван содействовать разработке основных направлений кадрового обеспечения всех сфер социально-экономического развития региона, взаимодействия со всеми заинтересованными сторонами – участниками и субъектами этих процессов. Обращает на себя внимание, что Совет работает на плановой основе и регулярно рассматривает конкретные вопросы, контролирует выполнение принятых решений, которые направлены на создание условий по выявлению профессионального уровня управленческих кадров и специалистов системы государственного и муниципального управления, структуру социально-экономического сектора развития, проведение мониторинговых социологических исследований по качеству предоставления населению области не только государственных и муниципальных, но и всех видов услуг [4].

Кроме этого, принято постановление губернатора Воронежской области по организации работы с резервом управленческих кадров, постановление о молодежном кадровом резерве, которые начинают реализовываться в комплексе с программой реформирования государственной гражданской и муниципальной службы. Такой подход свидетельствует о создании условий формирования профессиональных характеристик управленческого кадрового потенциала региона, поиска форм и методов его развития.

Важно остановиться и на таком вопросе, как соответствие уровня подготовленности кандидатов к занятию определенных управленческих должностей, через перестройку обучения на основе его практической ориентированности. Такой подход нашел апробацию внедрения при проведении обучающих семинаров для резерва управленческих кадров Воронежской области.

Диагностика потенциала кадров из числа управленческого резерва показала, что 79 % считают свой профессиональный уровень подготовленности соответствующим для занятия более высокой должности, при этом 19 % отметили, что их уровень подготовки выше, чем требует занимаемая должность. Это можно считать хорошим признаком. Однако, другой показатель не столь оптимистичен – это соответствие базовой профессиональной подготовки и содержание работы. При этом только около трети специалистов отметили такое соответствие. Обращает на себя внимание, что даже среди государственных служащих, включенных в кадровый резерв, управленческое специализированное образование имеют лишь около 20 %. Исследование проведено в 2010-2011 гг. среди резерва управленческих кадров, проходивших обучение по направлению правительства Во-

ронежской области на базе Воронежского института экономики и социального управления.

Это выводит проблему необходимости подготовки и переподготовки управленческих кадров, получения ими дополнительного управленческого образования в разряд актуальных. К сожалению, анализ этого показателя по стране свидетельствует о недостаточном использовании данной формы.

Эти данные дают основание на утверждение того, что требуется спланированная и экономически обоснованная работа по созданию системы непрерывного профессионального образования управленческих кадров, формированию у них потребности не только профессионального самосовершенствования, но и повышения научно-образовательного уровня через такие виды как получение специализированного высшего профессионального образования, переподготовка в системе дополнительного образования, повышение квалификации и стажировки. Анализ стремления получения этих видов образования (табл. 4) свидетельствует об их востребованности.

Таблица 4. Анализ стремления к получению дополнительного образования среди специалистов организаций различных сфер и форм собственности

Форма обучения		Всего по массиву (%)	В группах по месту работы (%)			
			Органы государственной и муниципальной службы	Организации с государственной формой собственности	Частные организации	Организации со смешанной формой собственности
1.	Профессиональная подготовка	44,2	45,0	43,2	47,3	31,6
2.	Переподготовка	24,3	26,1	23,4	24,3	21,9
3.	Повышение квалификации	62,3	64,1	66,3	59,3	60,5
4.	Стажировка	40,2	37,1	42,1	40,7	41,2

Таблица 5. Мотивация к обучению и получению дополнительного образования

Основной побудительный мотив к обучению		Всего по массиву (%)	В группах по месту работы (%)			
			Органы государственной и муниципальной службы	Организации с государственной формой собственности	Частные организации	Организации со смешанной формой собственности
1.	Потребность в приобретении новых знаний, умений, навыков	51,3	49,3	56,9	50,6	46,1
2.	Возможность перехода на более высокооплачиваемую работу	40,8	33,2	39,8	46,5	40,0
3.	Потребность работать более эффективно, рационально, качественно	37,2	43,2	37,2	34,8	32,2
4.	Возможность перехода на более высокую должность	31,0	27,5	30,5	33,4	31,3

Как видим, в секторах государственных форм деятельности показатель соответствия профессионального образования выполняемой работе несколько выше, да и стремление к достижению этого здесь также прослеживается достаточно активно. Тем не менее, обращает на себя внимание, что этого стремления не лишены и работники остальных сфер, независимо от форм собственности объектов места работы.

Стремление к профессиональному развитию, безусловно, имеют свою мотивацию. Анализ показывает, что побудительными мотивами личного отношения работников российских организаций к получению различного вида образования являются новые знания, необходимые, прежде всего, для профессионального роста, способствующие повышению социально-профессионального статуса и улучшению материального положения. Наиболее ярко выраженные побудительные мотивы к обучению проявляются у представителей различных групп респондентов по месту их работы (табл. 5).

Как видим, связь между приобретением новых знаний и возможностью перехода на более высокооплачиваемую работу в большей степени прослеживается у представителей персонала частных организаций, трудовая мобильность которых, как показывает практика, выше, и для них дополнительное образование – это не только удовлетворение потребности соответствовать трудовой должности, но и возможность приобретения гарантий на случай перехода на новую работу (частота таких переходов в этой профессиональной среде достаточно велика).

В ответах представителей группы работников органов государственной и муниципальной службы не прослеживается отчетливо выраженная зависимость между приобретением новых знаний и должностным ростом. Это может говорить о том, что здесь в кадровой политике пока не выработана четкая стыковка целей профессионализации кадров, их карьерного роста с повышением оплаты труда. Косвенно это подтверждается и при анализе основных причин, влияющих на регулярность обучения – 20,2 % представителей данной группы

указали на то, что в итоге их оплата труда не повысится, и это, конечно, отрицательно сказывается на мотивации к повышению уровня профессионального развития. Однако она остается достаточно высокой, на наш взгляд, в силу того, что это закреплено в ФЗ № 79 «О государственной гражданской службе в РФ» и ФЗ № 25 «О муниципальной службе в РФ».

Обращает на себя внимание, что среди основных причин, мешающих обучаться регулярно, участники социологической диагностики исследования выделили перегруженность работой, что можно рассматривать как явный недостаток в организации практики управления персоналом на местах. Кроме этого, опрос студентов-заочников, который проводится в Воронежском институте экономики и социального управления ежегодно в мониторинговом режиме, выявил и такую проблему, как незаинтересованность руководителей в получении их сотрудниками образования, что выражается в отказе предоставлять дополнительные отпуска при вызове на сессию. При анкетировании ректоров воронежских вузов было отмечено, что далеко не все работодатели проявляют заинтересованность в формировании качественного резерва из выпускников через такую форму как создание мест для баз производственных практик студентов. Охотнее этим, опять же, занимаются предприятия и организации государственных форм собственности. Анкетирование ректоров проведено в январе-феврале 2012 г. при подготовке к рассмотрению вопроса о качестве экономического и управленческого образования на заседании Совета ректоров Воронежской области. Эта проблема должна вызывать взаимную заинтересованность вузов и особенно предпринимательских, бизнес-структур на основе развития партнерских отношений, целевой подготовки и переподготовки управленческих кадров, опережающего обучения резерва, для того, чтобы он был действенным.

Поиск подходов к оптимизации данного процесса только начинается, и чтобы он носил системный характер, способствующий эффективной отдаче в решении проблем социально-экономического развития, требуется научно разработанная концепция и целевая программа региональной кадровой политики с определением принципиальных позиций по воспроизводству и востребованию кадрового потенциала, механизмов управления профессиональными ресурсам региона преимущественно экономическими методами в соответствии с принятой социально-экономической стратегией развития страны до 2020 г. Концепция региональной кадровой политики придаст практике создания правовых основ и механизмам регулирования кадрового потенциала системность, направленность, плавность, научность, демократичность. На ее основе должна быть разработана программа действий, законодательные и иные нормативно-правовые акты соответствующих уровней государственного управления, локальные нормативные акты предприятий и организаций, обеспечивающие реализацию конституционных прав и гарантий граждан, создание механизмов реализации конкурентных преимуществ отечественного кадрового и интеллектуального потенциала, а также условий для привлечения во все сферы производства и управления высококвалифицированных кадров.

Только высокопрофессиональный, высококвалифицированный и компетентный кадровый состав может быть способным решать современные задачи, обеспечивающие эффективность социально-экономического развития региона, его муниципальных образований, каждого отдельного предприятия. Без такого кадрового наполнения реализация самых замечательных планов будет, в конечном счете, обречена на провал. Главное – не декларировать, а действовать. Кадры решали, решают и будут решать все. Эта истина подтверждена исторической практикой, и задача сегодняшнего дня – наполнить ее новым содержанием кадрового обеспечения в соответствии с особенностями современного развития, производства, экономики, социальной сферы, специфики управления страной, регионом, конкретным предприятием, учреждением, организацией.

Список использованной литературы:

1. Путин В. В. Россия сосредотачивается – вызовы, на которые мы должны ответить [Электронный ресурс] / Официальный сайт В. В. Путина. – URL: http://www.putin2012.ru.

2. Турчинов А. М. Современные проблемы кадровой политики и управления персоналом в России: социологический анализ / А. М. Турчинов, О. К. Магомедов. – М.: Изд-во РАГС, 2009.

3. Указ губернатора Воронежской области от 19 декабря 2008 г. № 179-у «О совете по кадровой политике при губернаторе Воронежской области» // Справочно-правовая система «Консультант-Плюс».

4. О состоянии и перспективах развития кадрового потенциала Воронежской области // Протокол № 1 от 17.05.2010 г. Совета по кадровой политике при губернаторе Воронежской области.

5. Мельникова Р. И. Кадровое обеспечение муниципальной службы региона: социологический анализ / Р. И. Мельникова, И. В. Богатырева. – Воронеж, 2010.

Bibliographic references:

1. Putin V. V. Russia concentrates – calls which we should answer [Electronic resource] / V. V. Putin Official site. – URL: http://www.putin2012.ru.
2. Turchiniv A. M. Modern problems of personnel selection and human resource management in Russia: the sociological analysis / A. M. Turchinov, O. K. Magomedov. – M.: Publishing house RAPA, 2009.
3. The decree of the governor of the Voronezh region from December, 19th, 2008 № 179 «About council about personnel selection at the governor of the Voronezh region» // Legal-reference system «Consultant-Plus».
4. About a condition and prospects of development of personnel potential of the Voronezh region // the Report № 1 from 17.05.2010 of Council about personnel selection at the governor of the Voronezh region.
5. Melnikova R. I. Personnel maintenance of municipal service of region: the sociological analysis / R. I. Melnikova, I. V. Bogatyryov. – Voronezh, 2010.

УДК 332.1

Д. А. Мещеряков, Л. Н. Позднякова*

ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ В РАЗВИТИИ ЭКСКЛАВНОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

(Воронежский институт экономики и социального управления, Россия)

Ключевые слова: эксклав, эксклавная региональная экономика, эксклавный Калининградский регион, общее, особенное, экономическое развитие региона, диверсификация, регион сотрудничества.

Аннотация: В статье рассматриваются общее и особенное в развитии эксклавной региональной экономики с учетом ее геополитического положения и индивидуальных особенностей хозяйственного комплекса.

Key words: exclaves, exclaves regional economy, exclaves the Kaliningrad region, the general, especial, economic development of region, a diversification, cooperation region.

Abstract: In article the general are considered and especial in development exclaves regional economy taking into account its geopolitical position and specific features of an economic complex

Проблема эксклавности представляет не только теоретический, но и существенный практический интерес для Российской Федерации, в состав которой входит такой субъект как Калининградская область, единственный российский эксклав. Этот эксклавный субъект РФ является объектом пристального внимания со стороны отечественных и зарубежных ученых, предлагающих различные варианты стратегий, которые должны способствовать его устойчивому развитию. Главным феноменом, определяющим экономическое развитие Калининградской области, является эксклавность.

В свободной энциклопедии термин «эксклав» (от лат. ex – вне + clavis – ключ) определен как, часть территории государства, не имеющая общих границ с основной его частью и окруженная территорией одного или нескольких других государств [1]. Эксклав, имеющий выход к морю, называется полуэксклавом. Необходимо отметить, что российский эксклав образовался в результате распада Советского Союза, где ранее границы между республиками были лишь административными, а теперь это полноценные межгосударственные границы со всеми их атрибутами [2].

Эксклавы – это особый вид регионов, которые концентрируют в себе многочисленные противоречия пространственной организации современного мира, а их изучение позволяет лучше понять тенденции таких мировых процессов как регионализация, глобализация, и проследить изменения в характере международных отношений. Поэтому понятие «эксклавный регион» можно охарактеризовать как целостную экономическую, политическую, социальную и культурную территорию, имеющую государственную и таможенную границу с несколькими зарубежными странами и взаимодействующую с ними в рамках международного, федерального и регионального законодательства.

Экономика Калининградской области является важной составной частью как российской экономики, политики, так и российско-европейских отношений в целом [3]. Специфика географического

* **МЕЩЕРЯКОВ Дмитрий Алексеевич – д.э.н., профессор, проректор по научной работе и развитию, профессор кафедры «Региональная экономика и менеджмент» ВИЭСУ.**
ПОЗДНЯКОВА Лариса Николаевна – соискатель кафедры «Региональная экономика и менеджмент» ВИЭСУ.
Рецензент – БЕЗРУКОВА Татьяна Львовна – д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Экономика и финансы», декан экономического факультета ВГЛТА.

расположения области – между Польшей и Литвой – накладывает уникальный отпечаток на весь спектр проблем, с которыми центральная российская власть обычно сталкивается в других субъектах Федерации [4].

Особые интересы как самой России, так и остальных стран региона в Калининградской области связаны с такими факторами как уникальность геополитического положения области, удобный доступ к ее территории с позиций центров международной деловой активности, а от нее – к этим центрам и рынкам сбыта, наличие незамерзающих морских портов и транспортных артерий, связывающих область с Прибалтикой и европейскими странами, наличие в регионе развитой строительной базы и резервов рабочей силы.

Для Запада Калининградская область интересна как интегральная составляющая часть экономического и культурного сотрудничества в балтийском регионе.

Для иностранных инвесторов Калининградская область представляет интерес не столько в плане организации экспортоориентированных производств, сколько в плане логистики, как удобно расположенный регион, позволяющий получить доступ на обширный российский рынок, поскольку область входит в единое экономическое пространство России и поставки продукции из Калининграда в другие регионы страны осуществляются беспошлинно.

Европейским союзом ныне осуществляется региональная политика, поощряющая создание в Восточной Европе и на ее границах со странами Запада районов пограничного сотрудничества. Это составная часть мер, содействующих экономической интеграции стран, осуществляется на межрегиональном уровне. К их числу относятся, в частности, международная конференция по приграничному сотрудничеству региональных и местных властей, состоявшаяся в Калининграде, Ольштыне (Польша) и Мариямполе (Литва) по инициативе и при непосредственном участии Совета Европы. Участие в этой конференции не только областных властей, но и представителей российского правительства показывает заинтересованность России в развитии подобного сотрудничества.

Калининградский регион обладает не только общими, но и рядом особенных, специфических экономических характеристик, которые проявляются как в геополитическом положении, так и в индивидуальных особенностях хозяйственного комплекса. Все это, с одной стороны, затрудняет ее экономическое развитие, а с другой – оказывает благоприятное воздействие на это развитие.

В этой связи, актуальным является вопрос исследования общего и особенного на микро– и макроуровне развития эксклавной региональной экономики. Изучение этих проблем необходимо для эффективной реализации, имеющегося социального и экономического потенциала региона.

Анализ развития эксклавной региональной экономики на макроуровне позволяет выделить в качестве его базовых характеристик следующие:

– вовлеченность территории в международную экономическую интеграцию;

– диверсификация экономических ресурсов;

– уровень развития внешнеэкономической деятельности;

– транзитные возможности региона и наличие современной таможенной инфраструктуры;

– участие в совместных социальных и социально-экономических программах в рамках международного приграничного сотрудничества.

В силу отделенности эксклава от основной части территории страны территорией других государств, он является объектом межгосударственных отношений, что необходимо для обеспечения его нормальных коммуникаций с основной частью территории «материнской» страны и сопредельными государствами.

Давая характеристику эксклавному региону, как на макро– так и на микроуровне, необходимо отметить их качественное отличие не только от внутренних регионов страны, но и от приграничных регионов.

В целом, перед субъектами федерации стоят достаточно общие задачи в социально-экономическом развитии:

– оптимизация роли международного фактора в социально-экономическом развитии;

– создание и совершенствование законодательной и институциональной среды;

– регулирование и координация совместно с уполномоченными федеральными структурами и в рамках своих полномочий внешнеэкономической деятельности на своей территории;

– диверсификация;

– поддержка предпринимательства;

– защита интересов производителей;

– содействие предприятиям и организациям в развитии прямых связей с иностранными партнерами;

– поддержка в формировании инфраструктуры внешнеэкономической деятельности;

– содействие формированию устойчивого интереса у потенциальных зарубежных партнеров в установлении контактов;

– развитие партнерских связей с регионами зарубежных стран;

– информационная и консультационная поддержка предприятий и организаций в их международном сотрудничестве;

– подготовка и переподготовка профессиональных кадров и др.

Для экономики эксклавных территорий, в силу их

сравнительно небольшого населения, характерен недостаточно емкий внутренний рынок, ограничивающий ее развитие. Работа же на рынок «материнской» страны осложнена высокими транспортными издержками, таможенными и пограничными процедурами при пересечении границ Калининградской области с несколькими государствами, повышающими транзакционные издержки и конечную стоимость продукции. Вместе с тем, переориентация экономических связей области на сопредельные иностранные государства, помимо объективных трудностей, грозит ослаблением экономических связей с «материнским» государством.

Одним из вариантов решения экономических проблем эксклава может быть придание ему статуса особой (свободной) экономической зоны или введение иных специальных режимов (офшор). В данном случае, государство должно контролировать подобные зоны с тем, чтобы они, в частности, не были использованы для транзита в «материнскую» страну прямого импорта под видом локализованного производства [4].

Кроме того, неопределенность, складывающаяся вокруг эксклавов, их зависимость от внешних факторов препятствуют долгосрочному экономическому планированию и инвестированию. В случае дружественных отношений между «материнским» государством и странами, окружающими эксклав, может быть создана зона свободной торговли или применены иные механизмы, облегчающие сотрудничество (еврорегион, пилотный регион, регион сотрудничества и др.).

Обеспечение устойчивого и динамичного развития эксклавного региона посредством регионального сотрудничества возможно лишь в том случае, если оно будет отвечать общероссийским интересам. Бесспорно и то, что должны быть учтены и интересы зарубежных партнеров, прежде всего, ближайших соседей Калининградской области, Польши и Литвы, а также других стран Балтийского бассейна.

При выделении особенностей формирования систем и методов эксклавного и регионального управления необходимым условием является разработка законодательной базы, регламентирующей деятельность эксклавного региона в вопросах приграничного и трансграничного экономического сотрудничества, нормативно закрепляющей основные понятия и терминологию (эксклавный регион, приграничное сотрудничество, трансграничное сотрудничество, взаимодействие хозяйствующих субъектов в условиях диверсификации экономических ресурсов и др.), разграничивающей предметы ведения федеральной, региональной власти и местных властей в вопросах управления диверсификацией ресурсов в эксклавной региональной экономике.

Современная экономика Калининградской области характеризуется достаточно высокой степенью диверсификации. В регионе не существует отраслей и кластеров, которые могли бы монопольно определять основные экономические тенденции его развития. В то же время, географическое положение Калининградской области дает возможность развивать целый ряд секторов и отраслей, использующих преимущества непосредственной территориальной близости к рынку ЕС, с одной стороны, и свободного доступа на российский рынок, с другой стороны, а также транспортно-транзитного потенциала и относительно высококвалифицированной рабочей силы. На этой основе возможно развитие региональной экономики. Калининградская область располагает уникальными природными ресурсами. На ее территории находится единственное в мире промышленное месторождение янтаря, где сосредоточено более 90 процентов его мировых запасов, имеются перспективные запасы высококачественной низкосернистой нефти, бурого угля, торфа, каменной соли, строительных материалов и минеральных вод с минерализацией до 50 граммов солей на литр. Благоприятный внешнеэкономический режим и интеграция в международное разделение труда в условиях диверсификации использования экономических ресурсов, становятся определяющими факторами успешного социально-экономического развития региона.

Вместе с тем, будучи неотъемлемой частью Российской Федерации, Калининградская область поддерживает крепкие экономические связи с российскими регионами, несмотря на территориальную изолированность. При всем том, специфичность области требует инновационных подходов к выбору модели развития ее экономики.

Рассматривая процесс развития эксклавного региона, Калининградской области, территории РФ как объективно сложившуюся реальность, которая не препятствует переходу на диверсифицированный, инновационный путь развития, следует подчеркнуть, что мировое хозяйство есть саморазвивающаяся система, которой не свойственна статичность. В этой связи тенденцией, усиливаемой глобализацией, является экономическое сближение и взаимодействие стран на региональном уровне, когда формируются крупные региональные диверсифицированные структуры, необходимым условием в обеспечении которых является диверсификация использования экономических ресурсов в направлении создания относительно самостоятельных центров мирового хозяйства. Диверсификация использования экономических ресурсов представляет собой объективный процесс развития устойчивых экономических связей и разделения труда национальных хозяйств, которые близки по уровню экономического развития. Охватывая внеш-

неэкономический обмен и сферу производства, она ведет к тесному переплетению национальных хозяйств, к созданию региональных хозяйственных комплексов. Территориальная диверсификация позволяет изменять влияние конъюнктурных колебаний, перераспределять имеющиеся ресурсы между регионами с целью максимизации прибыли.

Выводом из изложенного выше является то, что диверсификация хозяйственных систем выступает как общий фактор развития региональной экономики, в том числе и носящей эксклавный характер. В зависимости от уровня хозяйственного развития стран-участниц международного сотрудничества, по степени его усложнения, необходимы особенные условия:

– отмена торговых ограничений между странами-участницами, прежде всего, таможенных пошлин, то есть создание зон свободной торговли;

– создание таможенного союза, предполагающего, наряду с функционированием зоны свободной торговли, установление единой внешнеторговой политики в отношении третьих стран, с дополнением платежного союза, который обеспечивает взаимную конвертируемость валют и функционирование единой расчетной денежной единицы;

– организация деятельности общего рынка, обеспечивающая его участникам наряду со свободной взаимной торговлей и единым внешнеторговым тарифом свободу передвижения капитала и рабочей силы, а также согласование экономической политики;

– создание экономического и валютного союза с проведением общей экономической и валютно-финансовой политики.

Экономическая глобализация усилила регионализм в бассейне Балтийского моря, способствуя реализации комплексного проекта «Eurovision-2010», проектов «Baltic Ring» в сфере энергетики, «Baltic Gateway» в сфере транспорта и др. В результате – относительно самостоятельные регионы начинают образовывать транснациональные субпространства, среди которых особенно известны еврорегионы. Калининградская область является регионом особой стратегической, политической и экономической важности, провозглашена «пилотным» регионом сотрудничества России и Евросоюза. Регионы разрабатывают совместные стратегии, объединяют финансовые средства для решения общих проблем и реализации межрегиональных проектов. Сегодня область, ее муниципальные образования участвуют в проектах еврорегионов «Балтика», «Неман», «Сауле», «Шешупе», «Лына-Лава». Пока, к сожалению, участие области во всех указанных проектах минимально, поскольку федеральные власти не всегда проявляют заинтересованность в их реализации, в том числе путем финансового участия в межгосударственных программах.

Результаты экономических преобразований, проводимых в Российской Федерации и Калининградской области, показывают низкую эффективность бюджетного регулирования. А это сказывается на результатах социально-экономического развития области. Изолированность территории от основной части России, несбалансированность сырьевой, энергетической базы и ведущих отраслей производства, их прямая зависимость от тарифной политики соседних государств затрудняют социально-экономическое развитие региона и требуют особого подхода к формированию механизма бюджетного регулирования на территории Калининградской области.

Таким образом, для эффективного решения задач развития и управления эксклавной региональной экономикой федеральным и региональным властям необходимо учитывать как общее, так и особенное в развитии этой экономики.

Список использованной литературы:

1. Свободная энциклопедия [Электронный ресурс] / Википедия. – URL: http://ru.wikipedia.org.

2. Винокуров Е. Теория анклавов / Е. Винокуров. – Калининград: Terra Baltica, 2007. – 342 с.

3. Бильчак В. Калининградская область: федерализм и экономическое развитие анклавного региона / В. Бильчак // Гуманитарные науки. – 1998.

4. Клемешев А. П. Проблема эксклавности в условиях глобализации (на примере Калининградской области). Автореф. дис. докт. политолог. наук. / А. П. Клемешев. – М., 2006. – С. 30.

5. Коган А. Развитие территорий с особым экономическим статусом в РФ и зарубежных странах [Электронный ресурс] / А. Коган. – URL: http://www.qwas.ru/russia/edinros/Kogan-Sozdanie-territorii-s-osobym-ehkonomicheskim-statusom-pomozhet-slabym-regionam.

6. Джерелейко И. С. Формирование анклавно-эксклавной экономики территорий России [Электронный ресурс] / И. С. Джерелейко. – URL: http://oad.rags.ru/vestnikrags/issues.

7. Жданов В. Региональное развитие / В. Жданов, О. Кузнецова, В. Мау, В. Плюхин, С. Приходько // Альманах Ассоциации независимых центров экономического анализа. – № 8.

8. Министерство экономики Калининградской области [Электронный ресурс] / Официальный сайт. – URL: http://economy.gov39.ru/socialno-ekonomicheskoe-razvitie/otrasle– voi-obzor/mebel/.

Bibliographic references:

1. The free encyclopedia [Electronic resource] / Wikipedia. – URL: http://ru.wikipedia.org.
2. Vinokurov E. Theory of enclaves / E. Vinokurov. – Kaliningrad: Terra Baltica, 2007. – 342 p.
3. Bilchak V. Kaliningrad region: federalism and economic development enclaves region / V. Bilchak // Humanities science. – 1998.
4. Klemeshev A. P. Problem exclave in the conditions of globalization (on an example of the Kaliningrad region): thesis ... doctor of politics / A. P. Klemeshev. – M., 2006. – 30 p.
5. Kogan A. Development of territories with the special economic status in the Russian Federation and foreign countries [Electronic resource] / A. Kogan. – URL: http://www.qwas.ru/russia/edinros/Kogan-Sozdanie-territorii-s-osobym-ehkonomicheskim-statusom-pomozhet-slabym-regionam.
6. Dzherelejko I. S. formation enclaves-exclaves economy of territories of Russia [Electronic resource] / I. S. Dzherelejko. – URL: http://oad.rags.ru/vestnikrags/issues.
7. Zhdanov V. Regional development / V. Zhdanov, O. Kuznetsova, V. Mau, V. Pljuhin, S. Prihodko // Almanac of Association of the independent centers of the economic analysis. – № 8.
8. Ministry of Economics of the Kaliningrad region [Electronic resource] / Official site. – URL: http://economy.gov39.ru/socialno-ekonomicheskoe-razvitie/otrasle – voi-obzor/mebel/.

РАЗДЕЛ 4: УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКОЙ В РЫНОЧНОМ ХОЗЯЙСТВЕ

УДК 338.26

Н. И. Трухина, В. Н. Баринов*

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ЖИЛИЩНОЙ СФЕРЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

(Воронежский государственный архитектурно–строительный университет, Россия)

Ключевые слова: Планирование, управляющая организация, жилой фонд, контроллинг.

Аннотация: Исследуется роль планирования в деятельности управляющих организаций жилищной сферы. С помощью набора критериев строится экономико-математическая модель принятия оптимальных решений, позволяющих обеспечить достижение стратегических целей организаций. Рассматривается динамический случай. Используются методы линейного программирования и математической статистики.

Key words: The planning, the operating organization, available housing, controlling.

Abstract: The planning role in activity of the operating organizations of housing sphere is investigated. By means of a set of criteria the economic-mathematical model of acceptance of the optimum decisions is under construction, allowing to provide achievement of strategic targets of the organizations. The dynamic case is considered. Methods of linear programming and the mathematical statistics are used.

Структурные преобразования в экономике страны и отдельных ее отраслях привели к кардинальным изменениям в социально-экономическом развитии. Однако, при всех масштабных изменениях, не все секторы народного хозяйства успевают за структурными изменениями в целом. В последние годы эта проблема приобрела особое значение для развития территорий и, в первую очередь, для отраслей экономики, обеспечивающих жизнедеятельность населения, важнейшей среди которых является жилищно-коммунальный комплекс (ЖКХ), сохраняющий ввиду своей социальной значимости высокую инерционность сложившихся методов планирования и управления.

Задачи реформирования жилищно-коммунального хозяйства входят в число приоритетных, и их решение должно обеспечить возможность улучшения жилищных условий и качества жизни населения, предотвратить чрезвычайные ситуации, связанные с работой систем жизнеобеспечения, а также создать условия для устойчивого и эффективного функционирования ЖКХ. Современные представления о жилищно-коммунальной сфере меняются, а система управления жилищной недвижимостью формируется как бизнес-среда со сложившимися механизмами деятельности субъектов управления. Эта сложная финансово-экономическая система функционирует в условиях неэффективного использования финансовых ресурсов, ограниченной информации и повышенных рисков, рыночной и административной конкуренции и т.д. Это требует пристального внимания к необходимости и возможностям принципиально новых методов и механизмов управления жилищной недвижимостью.

Эффективное управление организацией невозможно без надежного информационного обеспечения, необходимого для принятия решений по важнейшим направлениям деятельности, в том числе по текущему и стратегическому планированию.

Одной из главных целей стратегического планирования является развитие организации в условиях изменяющейся внешней и внутренней среды. Планирование деятельности управляющих организаций должно быть направ-

* **ТРУХИНА Наталья Игоревна – д.э.н., профессор кафедры «Организация строительства, экспертиза и управление недвижимостью» ВГАСУ.**
БАРИНОВ Валерий Николаевич – д.э.н., профессор кафедры «Организация строительства, экспертиза и управление недвижимостью» ВГАСУ.
Рецензент – ОКОЛЕЛОВА Элла Юрьевна – д.э.н., профессор кафедры «Экономика и основы предпринимательства» ВГАСУ.

лено на увеличение объемов, номенклатуры и качества предоставляемых услуг потребителям, сохранение и развитие переданного в управление жилищного фонда, создание условий для комфортного проживания граждан, обеспечение экономического роста организации и повышение конкурентоспособности услуг (работ) за счет улучшения их качества и др.

Стратегическое планирование состоит из:

– планирования целевых показателей на заданный временной период;

– планирования производственной программы (предоставления жилищно-коммунальных услуг на основе маркетинговых исследований и выбора приоритетных направлений деятельности);

– разработки инвестиционной программы развития;

– планирования развития материально-технического, организационно-экономического, финансового и кадрового потенциала организации;

– планирования экономического роста деятельности организации и эффективного использования ее потенциала;

– установления контрольных параметров для тактического планирования;

– проведения стратегического контроллинга.

Принятие таких решений формируется на базе контроллинга [1]. Контроллинг занимает особое место в управлении, являясь механизмом, обеспечивающим ликвидацию «узких мест» в деятельности организации, предупреждающим возникновение кризисных ситуаций. Для этого контроллинг обеспечивает выполнение ряда функций:

– координация управленческой деятельности по достижении целей организации;

– информационная и консультационная поддержка принятия управленческих решений;

– создание и обеспечение функционирования общей информационной системы управления организацией;

– обеспечение рациональности управленческого процесса.

Стратегический контроллинг обеспечивает обоснованность стратегических планов [2, 3]. Среди основных задач стратегического контроллинга выделяют:

– участие в установлении количественных и качественных целей организации;

– определение основных подконтрольных показателей в соответствии с установленными стратегическими целями;

– сравнение плановых и фактических показателей с выявлением причин и последствий возникающих отклонений.

На основании полученной информации делаются выводы о сильных и слабых сторонах деятельности организаций, динамике их изменения, а также о благоприятных и неблагоприятных тенденциях развития внешних условий, в которой организациям приходится работать, что, в конечном счете, является базой для принятия управленческих решений.

Одной из важных задач контроллинга является оценка состояния управляющих организаций и выработка на основе этой оценки оптимального управленческого решения по стратегическому планированию направлений их развития. Применение для решения этой проблемы экономико-математических методов требует формализации таких понятий как управляющая организация, управленческое решение, прогноз и т.д.

Следуя работе [5], будем считать, что управляющая организация характеризуется набором показателей $x^t = (x_1^t, x_2^t, ..., x_m^t)$, соответствующим состоянию управляющей организации в момент времени t. Важнейшими среди них являются показатели, характеризующие потенциалы организации (организационно-экономический, финансовый, материально-технический, кадровый и т.д.). Пусть состояние управляющей организации оценивается с помощью критериев, определяемых функциями $K_i(x)$, $i = 1,2,...,p$, $x = (x_1, x_2, ..., x_m)$, и пусть $K(x) = (K_1(x), K_2(x), ..., K_p(x))$.

Для каждого $K_i(x)$ задан промежуток $[a_i, b_i]$ допустимых значений. Будем считать, что состояние управляющей организации является стабильным, если $K(x) \in [a,b]$, где $[a,b] = [a_1,b_1] \times [a_2,b_2] \times ... \times [a_p,b_p]$. Если же $K(x) \notin [a,b]$, то состояние организации стабильным не считается. Пусть вектор $x = (x_1, x_2, ..., x_m)$ характеризует состояние организации в какой-то момент времени t. Вектор $y = (y_1, y_2, ..., y_m)$ называется допустимым управленческим решением, если в следующий момент времени t_1 состояние управляющей организации, характеризуемое вектором $x+y = (x_1+y_1, x_1+y_2, ..., x_m+y_m)$ таково, что $K(x+y) \in [a,b]$. Допустимых управлений может быть много. Допустимое управление называется оптимальным, если y доставляет минимум некоторому наперед заданному функционалу качества $\tilde{K}(x+y)$. Обычно используется линейный функционал $\tilde{K}(y)$, т.е.

$$\tilde{K}(y) = \gamma_1 y_1 + \gamma_2 y_2 + ... + \gamma_m y_m \qquad (1)$$

В случае линейности критериев K_i, т.е.

$$K_i(y) = \sum_{k=1}^{m} c_k y_k, i = 1,...,p \qquad (2)$$

задача нахождения оптимального управления сводится к задаче линейного программирования

$$\tilde{K}(x+y) \to \min y \qquad (3)$$

$$\sum_{k=1}^{m} c_{ik} y_k \le b_k - K_i(x), i = 1,...,p \qquad (4)$$

$$\sum_{k=1}^{m} c_{ik} y_k \ge a_k - K_i(x), i = 1,...,p \qquad (5)$$

Если функционал $\tilde{K}(y)$ является выпуклым (что тоже часто встречается), то задача (3)-(5) является задачей выпуклого программирования.

В связи с формальной постановкой задачи об отыскании оптимального управленческого решения отметим, что на практике построение пространства показателей оценочных критериев и функционала качества является непростой задачей.

На практике часто задаются ограничения на диапазон изменения показателей. Эти ограничения естественным образом связаны с ограниченностью ресурсов, используемых управляющей организацией. В этом случае к (3)-(5) следует добавить дополнительные ограничения вида

$$y_i \le d_i - x_i, y_i \ge z_i - x_i, i = 1,...,m \quad (6)$$

Полученная задача (3)-(6) является задачей того же вида, что и (3)-(5). Такие задачи эффективно решаются с помощью компьютерных методов.

Остановимся на классификации показателей и критериев для контроля управляющей организации. Состояние управляющей организации, следуя [4], определим как пару векторов $(\bar{u}, \bar{z})$, где

$$\bar{u} = (u_1, u_2, ..., u_r), \bar{z} = (z_1, z_2, ..., z_n),$$

$$\bar{u}_i = (u_{i1}, u_{i2}, ..., u_{im_i}).$$

Векторы $\bar{u}_i$ характеризуют точно определяемые показатели (состояние финансов, наличие материальных ресурсов и т.п.), вектор $\bar{z}$ определяет показатели, для которых требуется экспертиза в той или иной форме. В качестве критериев выступают (чаще всего) линейные функции

$$K_i(\bar{u}_i) = \sum_{j=1}^{m_i} q_{ij} u_j$$

$$\hat{K}_i(\hat{u}_i) = \sum_{j=1}^{m_i} \hat{q}_{ij} \hat{u}_j$$

где q_{ij} и $\hat{q}_{ij}$ – некоторые числовые коэффициенты,

$\hat{u}_{ik} = \dfrac{\hat{u}_{ik}}{u_{ik}^0}$, а u_{ik}^0 –

эталонные показатели. Обобщенные критерии обычно задаются в виде

$$K(u) = \sum_{i=1}^{r} q_i K_i(\bar{u}_i) + \sum_{i=1}^{r} \hat{q}_i \hat{K}_i(\hat{u}_i)$$

Таким образом, при оценке по критерию учитываются абсолютные и относительные значения точных показателей. Для экспертных данных используется критерий

$$Э(\bar{z}) = \sum_{k=1}^{n} a_k z_k,$$

где a_k – некоторые коэффициенты.

Наконец, обобщенный критерий, учитывающий оценку управляющей организации по точным и экспертным показателям задается в виде

$$K^*(u) = \alpha K(u) + (1-\alpha) Э(z),$$

где $0 \le \alpha \le 1$ учитывает «весомость» показателей.

Важное место в деятельности управляющей организации занимает оценка различных рисков. Предложенная модель применения контрольных функций с помощью набора подходящих критериев позволяет взять в качестве одного (или нескольких) критериев оценки функции, зависящие от различных показателей, характеризующих степень риска тех или иных сторон деятельности управляющей организации.

Отметим, что функции K, функционирующие в критериях, имеют смысл функции полезности. Отметим также, что задача определения коэффициентов в критериях также является достаточно сложной задачей [4].

Здесь мы привели лишь линейные критерии оценки. На практике же используются и нелинейные (например, квадратичный критерий). Это определяется спецификой конкретной задачи.

Информационным инструментом в контроллинге является система учета, включающая бухгалтерский, финансовый, статистический и управленческий учет. Наличие полной информации о динамике состояния управляющей организации позволяет получить прогноз, который служит базой для принятия оптимальных управленческих решений.

Применим полученный выше результат для динамической оценки состояния управляющей организации. Пусть даны моменты времени $t=(t_1, t_2,...t_m)$ и пусть $x^k=(x^k_1, x^k_2,...x^k_m)$ – состояние управляющей организации в момент времени t_k. Напомним, что состояние управляющей организации называется стабильным, если $K(x) \in [a,b]$. Возьмем состояние x_n управляющей организации в момент t_n и построим прогноз состояния $\tilde{x}^{n+1}$ в момент t_{n+1}. Для этого $\tilde{x}^{n+1}$ будем искать с помощью линейного тренда

$x = \alpha_0 + \alpha_1 t$, где

$\alpha_0 = (\alpha_{01}, \alpha_{02}, ..., \alpha_{0m})$,

$\alpha_1 = (\alpha_{11}, \alpha_{12}, ..., \alpha_{1m})$,

а t – скаляр.

Векторы и ищутся путем минимизации квадратичных форм

$$Q_j(\alpha_{0j}, \alpha_{1j}) = \sum_{i=1}^{n} (x_j^i - \alpha_{0j} - \alpha_{1j} t_i)^2$$

Для этого приравниваются к нулю частные производные

$$\frac{\delta Q_j}{\delta \alpha_{0j}} = 0 \text{ и } \frac{\delta Q_j}{\delta \alpha_{1j}} = 0:$$

$$-2\sum_{i=1}^{n} (x_j^i - \alpha_{0j} - \alpha_{1j} t_i) = 0$$

$$-2\sum_{i=1}^{n} (x_j^i - \alpha_{0j} - \alpha_{1j} t_i) t_i = 0$$

Получающаяся система линейных алгебраических уравнений имеет решение

$$\alpha_0 = \bar{x}.$$

$$\alpha_{1j} = \sum_{i=1}^{n} (x_j^i - \bar{x}_j)(t_i - \bar{t}) \left[\sum_{i=1}^{n} (t_i - \bar{t})^2 \right]^{-1}$$

Здесь $\bar{t} = \dfrac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} t_i$, $\bar{x}_j = \dfrac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} x_j^i$.

Найденные таким образом $\alpha_0 = (\alpha_{01}, \alpha_{02}, ..., \alpha_{0m})$ и

$\alpha_1 = (\alpha_{11}, \alpha_{12}, ..., \alpha_{1m})$

и подставляются в тренд и находится $\tilde{x}^{n+1} = \alpha_0 + t_{n+1}\alpha_i$.

Полученный набор показателей

$$\tilde{x}^{n+1} = (\tilde{x}_1^{n+1}, \tilde{x}_2^{n+1}, ..., \tilde{x}_m^{n+1})$$

дает прогнозируемое состояние управляющей организации. При этом часть показателей, к примеру, характеризующие финансовый потенциал орга-

низации, могут улучшиться, а часть показателей, к примеру, характеризующие организационно-экономический потенциал – ухудшиться. Для оценки состояния управляющей организации в целом необходим прогноз критерия состояния. Подчеркнем, что правильно построенный критерий оценки позволяет объективно оценить состояние организации.

Возьмем какой-нибудь критерий оценки управляющей организации $K_i(x)$. Пусть $z_k + K_i(x^k)$, k=1, 2,...n. Найдем прогноз значения критерия $\tilde{x}^{n+1}$ в момент времени. Для этого выясним линейный тренд $z = \beta_0 + \beta_{1z}$, определив коэффициенты β_0 и β_1 как условие минимума квадратичной функции

$$Q(\beta_0, \beta_1) = \sum_{i=1}^{n} (z_i - \beta_0 - \beta_1 t_i)^2$$

Отыскивая, как и выше, минимум $Q(\beta_0, \beta_1)$, находим $\beta_0 = \bar{y}$,

$$\beta_1 = \sum_{i-1}^{n} (z_i - \bar{z})(t_i - \bar{t}) \left[\sum_{i=1}^{n} (t_i - \bar{t})^2 \right]^{-1}$$

Здесь $\bar{t} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^{n} t_i$, $\bar{z} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^{n} z_i$.

Исходя из формулы тренда, находим прогнозируемое значение критерия K_i для момента t_{n+1} как $z_i^{n+1} = \beta_0 + \beta_1 t_{n+1}$.

Если прогнозируемое значение критерия K_i в момент времени t_{n+1} окажется вне допустимого промежутка $[a_i, b_i]$, то это является сигналом для принятия управленческого решения с тем, чтобы избежать неблагоприятного развития ситуации.

Применим полученную выше методику принятия управленческого решения в случае неблагоприятного прогноза. Рассмотрим состояние управляющей организации, данное прогнозом для момента t_{n+1}, и обозначим его через x (опуская значения индекса в обозначении x^{n+1}. Пусть прогнозируемое значение критерия K_x определяется вектором $z = (z_1^{n+1}, z_2^{n+1}, ..., z_p^{n+1})$, и пусть $z \notin [a, b]$, т.е. прогноз неблагоприятный. Требуется так изменить значения показателей x на $x+y$, чтобы $K(x+y) \in [a, b]$. Это означает, что надо найти управленческое решение $y=(y_1, y_2,...y_m)$, чтобы значение критерия K_x в момент t_{n+1} показывало стабильное состояние управляющей организации. Для этого надо решить задачу (3)-(5) (или задачу (3)-(6)), рассмотренные выше.

Предложенная методика формирования механизма контроллинга в стратегическом планировании на основе заданных специальных критериев оценки деятельности управляющих организаций, позволяет находить оптимальные решения в конкретизированной форме. Это существенно повышает эффективность управления организацией.

Список использованной литературы:

1. Анискин Ю. П. Планирование и контроллинг: учеб. по специальности менеджмент орг. / Ю. П. Анискин, А. М. Павлова. – 2-е изд. – М.: Омега-Л, 2005. – 280 с.

2. Бородушко И. В. Стратегическое планирование и контроллинг / И. В. Бородушко, Э. К. Васильева. – СПб.: Питер, 2006. – 192 с.

3. Грабовый П. Г. Основы планирования и контроллинга в коммунальной сфере / Под общ. ред. проф. Грабового П. Г., проф. Чернышова Л. Н. – М.: Изд-во «АСВ», 2009. – 505 с.

4. Кини Р. Л. Принятие решений при многих критериях: предпочтения и замещения / Р. Л. Кини, Х. Райфа. – М.: «Радио и связь», 1981. – 560 с.

5. Трухина Н. И. Научные аспекты управления объектами недвижимости в жилищной сфере: монография / Н. И. Трухина. – Воронеж: Изд-во «ВГУ», 2006. – 142 с.

Bibliographic references:

1. Aniskin Yu. P. Planning and controlling: Textbook for specialization «Entertainment management» / Yu. P. Aniskin, A. M. Pavlova. – 2nd edited. – M.: Omega-L, 2005. – 280 p.

2. Borodushko I. V. Strategic planning and controlling / I. V. Borodushko, E. K. Vasilieva. – SPb.: St. Petersburg, 2006. – 192 p.

3. Grabovy P. G. Basics of planning and controlling in the municipal sphere / under edition of prof. Grabovoy P. G., prof. Tchernyshov L. N – M.: «ASV» publishing house, 2009. – 505 p.

4. Kini R. L. Decision-making at many criteria: preferences and replacements / R. L. Kini, H. Rayf. – M.: «Radio and communication», 1981. – 560 p.

5. Trukhina N. I. Scientific aspects of management of real estate objects in the housing sphere: mannual / N. I. Trukhina. – Voronezh: «VSU» publishing house, 2006. – 142 p.

УДК 631.162

Г. В. Корнева*

ПРЕДПРИЯТИЕ КАК УПРАВЛЯЕМАЯ СИСТЕМА

(Академия труда и социальных отношений, Москва, Россия)

Ключевые слова: производство, система, элементы, структура, качество, управление.

Аннотация: В статье обосновывается понятие «система» как целостный объект, состоящий из множества взаимосвязанных элементов, взаимодействующих друг с другом. Предъявляются требования к отношениям между подсистемами (элементами), существенно влияющими на эффективность управления предприятиями.

Key words: production, system, elements, structure, quality, management.

Abstract: In article the concept «system» as the complete object consisting of set of interconnected elements, cooperating with each other is proved. Demands are made to relations between the subsystems (elements) essentially influencing management efficiency by the enterprises.

Современное производство и его основная организационная структура – предприятие – относятся к категории сложных систем, что должно учитываться при анализе особенностей функционирования предприятия, оценке его экономической эффективности и экономического управления.

Понятие «система» обозначает целостный объект, состоящий из множества взаимосвязанных элементов, взаимодействующих друг с другом, в рамках которого определено ее функциональное назначение, сформулированы цель, стоящая перед системой, и показатели качества ее функционирования, количественно определяющие цель функционирования.

Всякая система, помимо целостности, характеризуется структурой, свойствами (параметрами), связями между элементами внутри системы и связями с внешней средой [1].

Под структурой системы понимается организация системы из элементов (подсистем), находящихся в определенных отношениях (взаимосвязях) между собой. Структура системы может быть классифицирована по ряду признаков:

– числу уровней иерархии (одноуровневая, многоуровневая);

– степени централизации управления (централизованное, децентрализованное, смешанное);

– принципам разбиения на подсистемы (функциональные и объектные);

– количеству целей функционирования (одноцелевые, многоцелевые).

Большинство предприятий относится к числу многоуровневых иерархических структур. Характерными признаками многоуровневых иерархических систем являются:

– автономность отдельных подсистем;

– приоритет высших подсистем (элементов) над нижестоящими;

– возможность управления (или корректировка) действий низших подсистем (элементов) высшими подсистемами;

– более обширная информация у высших подсистем. Системная структура предприятия играет очень важную роль при определении требований и принципов его управления.

Каждая подсистема (элемент) обладает своим функциональным назначением (или совокупностью функций), особенностями функционирования и показателями его качества, связана определенными отношениями с другими подсистемами и влияет на общее функционирование системы [2].

Из условия связанности подсистем (элементов) предприятия друг с другом и с системой в целом вытекают определенные требования к отношениям между подсистемами (элементами), существенно влияющими на эффективность управления предприятием:

– необходимость четкого согласования целей (задач) уровней подсистем друг с другом и с системой в целом, для обеспечения которого должна осуществляться координация задач подсистем, а подсистемы (элементы) должны обладать свойствами совместимости по режимам функционирования, обеспечивать необходимую оперативность (временные показатели) в выполнении главных функций в соответствии с их назначением и требованиями к функционированию системы в целом;

– обеспечение информационной совместимости подсистем (элементов), оперативности добывания, обработки и передачи информации в следующие звенья, так как информация одной подсистемы (элемента) служит исходной информацией для другой подсистемы;

– для обеспечения информационной совместимости и оперативности на предприятии должна

*** КОРНЕВА Галина Викторовна – к.э.н., доцент, зав. кафедрой «Бухгалтерский учет и аудит» Академии труда и социальных отношений.**

Рецензент – МЕЩЕРЯКОВ Дмитрий Алексеевич – д.э.н., профессор кафедры «Региональная экономика и менеджмент», проректор ВИЭСУ.

быть применена единая классификация информации, единая формализация структуры информации в виде типовых документов, форм учета, показателей контроля функционирования подсистем (элементов) и предприятия в целом;

– важнейшей задачей информационного обеспечения функционирования предприятия и управления его деятельностью является своевременное получение информации об изменениях внешней среды (условий рынка) и информации о состоянии предприятия и его подсистем на заданный момент времени [3].

Таким образом, информационное обеспечение является одним из главных факторов управления функционированием предприятия и обеспечения эффективности его хозяйственной деятельности. Информация необходима для решения следующих функций управления:

– анализа соответствия фактического функционирования предприятия поставленным целям;

– определения причин отклонений показателей функционирования предприятия от нормальных или запланированных значений;

– принятия решений по корректировке производственных или коммерческих управляемых параметров для достижения поставленной цели;

– необходимого изменения целей или отдельных задач ввиду их несоответствия возникшим условиям;

– проведения мероприятий по изменению используемых материальных, финансовых и трудовых ресурсов;

– обоснования и принятия решений по необходимому изменению структуры предприятия, его управляемых и управляющих систем, распределению функций элементами системы. Из проведенного краткого анализа функционирования предприятия как управляемой системы следует необходимость разделения многогранной функции управления предприятием на следующие четыре вида управления: производственное управление, организационное управление, экономическое управление, корпоративное управление [4].

Разделение управления на указанные четыре вида необходимо проводить потому, что эти виды управления существенно отличаются по решаемым задачам, методам анализа, учитываемым факторам, по технологии осуществления управления, требованиям к персоналу управления.

Персонал управления предприятием должен детально представлять себе основные элементы хозяйственного механизма своего предприятия и взаимные связи между ними. В хозяйственном механизме целесообразно выделить несколько подсистем, различающихся своим функциональным назначением. При этом на любом предприятии обязательно функционируют две подсистемы (на многих предприятиях их больше): подсистема основного производства и подсистема управления предприятием.

В подсистему основного производства включают следующие элементы, различающиеся функциональной ролью:

– продукция (характеризуется номенклатурой, качеством, объемом выпуска, спросом, стоимостью, основными потребителями, маршрутами движения при реализации и т.д.);

– технология (характеризуется видами процессов преобразования входных материалов и сырья в продукцию, качеством процессов, технологической документацией, длительностью производственного цикла, производительностью, ритмичностью, устойчивостью, экономичностью, регламентом обслуживания, безопасностью, экологичностью, трудоемкостью и т.д.);

– оборудование (характеризуется номенклатурой и составом оборудования, его соответствием технологии производимой продукции, исправностью, степенью износа, производительностью, удобством обслуживания и управления, требованиями к составу персонала и т. д.);

– сырье и материалы (номенклатура сырья и материалов, их качество, расход на единицу продукции, их поставщики, своевременность поставок, требуемые запасы и т.д.);

– энергоресурсы (виды энергоресурсов, расход на единицу продукции и постоянные нужды, качество энергоресурсов, поставщики, обеспеченность и т.д.);

– персонал основного производства (номенклатура специальностей, укомплектованность, уровень квалификации, условия труда, уровень оплаты и т. д.) [5].

В подсистему управления предприятием входят следующие элементы, отличающиеся своим функциональным назначением: верхнее звено управления (предприниматель, директор, главные специалисты), осуществляющее выработку целей предприятий, программ развития и руководство по их выполнению; среднее звено управления, осуществляющее оперативное и текущее планирование производства, управление финансовым состоянием, производством и сбытом, регулирование хозяйственной деятельности, учет, контроль и анализ выполнения плановых заданий, диспетчирование технологического процесса производства и сбыта продукции, нормирование и учет труда и его стимулирование; низшее звено управления, осуществляющее управление ежедневной производственной деятельностью персонала, своевременным и комплектным обеспечением производства материалами, сырьем, комплектующими, инструментом, документацией, нарядами на работу, доставкой, погрузкой, разгрузкой грузов, их при-

емом, хранением, учетом их движения, оформлением документов, ремонтное обслуживание, обеспечение кадрами; в низшее звено управления входят начальники участков, мастера смен, руководители бригад, складов и др. [6].

Для однозначного представления функций управления необходимо дать точное определение некоторых функций, с тем, чтобы исключить их разное толкование. Так, учет предлагается понимать как фиксацию фактов, контроль – как сопоставление учетных данных с плановыми, анализ – как установление причин и виновников отклонений от плановых величин, диспетчирование – как корректировку исполнения в целях удержания его в заданных планом пределах, регулирование - как корректировку планов, норм и даже целей [7].

Одной из важнейших задач управления производственной деятельностью в условиях рынка является высокое качество продукции и ее низкая себестоимость, от которых зависят возможности реализации продукции, финансовое состояние предприятия, объем прибыли, возможности оплатить услуги поставщиков, труд персонала и развитие предприятия.

Список использованной литературы:

1. Экономика предприятия: Учебник / под ред. проф. Н. А. Сафронова. – М.: «Юристъ», 2010. – 584 с.
2. Скляренко В. К. Экономика предприятия: Учебник / В. К. Скляренко, В. М. Прудников. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 528 с.
3. Экономика предприятия (фирмы): Учебник / под ред. проф. О. И. Волкова и доц. О. В. Девяткина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 604 с.
4. Сергеев И. В., Веретенникова И. И. Экономика организаций (предприятий): Учебник / под ред. И. В.Сергеева. – 3-е изд., перераб. и пол. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2010. – 560 с.
5. Гаврилова А. Н. Финансы организаций (предприятий) / А. Н. Гаврилова. – М.: Издательство: КНОРУС, 2009.
6. Самсонов Н. Ф. Финансовый менеджмент: Учебник для вузов / Н. Ф. Самсонов, Н. П. Баранникова, А. А. Володин. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 2009.
7. Поляк Г. Б. Финансы: учебник для студентов вузов / Г. Б. Поляк. М.: – ЮНИТИ-ДАНА, 2010.

Bibliographic references:

1. Enterprise economy: the Textbook / under the editorship of prof. N. A. Safronov. – M.: «Yurist», 2010. – 584 p.
2. Skljarenko V. K. Enterprise economy: the Textbook / V. K. Skljarenko, V. M. Prudnikov. – M.: INFRA-M., 2009. – 528 p.
3. Economy of the enterprise (firm): the Textbook / under the editorship of prof. O. I. Volkov and associated prof.. O. V. Devjatkin. – 3th edition, revised and updated. – M.: INFRA-M., 2009. – 604 p.
4. Sergeev I. V., Veretennikova I. I. Ekonomy of the organizations (enterprises): the Textbook / under the editorship of I. V. Sergeev. – 3th edition, revised and updated. – M.: TK Velbi, Publishing house the Prospect, 2010. – 560 p.
5. Gavrilova A. N. The finance of the organizations (enterprises) / A. N. Gavrilova. – M.: Publishing house: KNORUS, 2009.
6. Samsonov N. F. Financial management: the Textbook for high schools / N. F. Samsonov, N. P. Barannikova, A. A. Volodin. – M.: the Finance, UNITY, 2009.
7. Polyak G. B. Finance: the Textbook for students of high schools / G. B. Polyak. M.: – UNITY-DANA, 2010.

УДК 330.34

Т. Е. Нестерова*

ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

(Воронежский государственный университет инженерных технологий, Россия)

Ключевые слова: система управления, развитие, промышленное предприятие, организационное обеспечение развития.

Аннотация: В статье приводится характеристика развития системы управления промышленным предприятием. Выделены организационные условия процесса развития системы управления промышленным предприятием. Разработана процедура организационного обеспечения развития системы управления промышленным предприятием.

Key words: a control system, development, the industrial enterprise, organizational maintenance of development.

Abstract: In article the characteristic of development of a control system is resulted by the industrial enterprise. Organizational conditions of development of a control system of the industrial enterprise are allocated. Procedure of organizational maintenance of development of a control system by the industrial enterprise is developed.

ВВЕДЕНИЕ

Построение системы управления промышленным предприятием требует разработки направлений ее развития. Развитие представляет собой качественное изменение объекта, предмета или явления. Любая структура не является стабильной. Структура управления промышленным предприятием подвержена влиянию множества внешних и внутренних факторов. Изменение данных факторов влечет за собой изменения экономической среды предприятия, что постепенно приводит к структурным изменениям системы управления.

Наиболее частыми условиями изменения системы управления, по мнению автора, являются следующие: динамика рынка, особенности развития отрасли, изменения в структуре корпораций и производственных комплексов, в которые входит предприятие, изменения экономических и политических условий, изменения в законодательстве на федеральном и региональном уровне, изменение видов деятельности предприятия, изменение технологии производства, разработка и реализация новых проектов, получение внешнего (бюджетного и внебюджетного) финансирования, инициатива высшего руководства предприятия, деятельность внешних консультантов по менеджменту.

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Автор полагает важным рассмотреть основные аспекты развития и применить их к совершенствованию системы управления промышленным предприятием.

Развитие – это понятие, характеризующее качественные изменения объектов, появление новых форм бытия, существование различных систем, сопряженное с преобразованием их внутренних и внешних связей [98]. Это высший тип движения и изменения в природе и обществе, связанный с переходом от одного качества, состояния, к другому, от старого к новому. Всякое развитие характеризуется специфическими объектами, структурой, источником, формами и направленностью.

Развитие - это всесторонний процесс изменения организации и ее деятельности, адекватный меняющимся условиям среды и результирующий в наращивании или сохранении организационной эффективности [1].

Экономическое содержание развития рассматривали многие теоретики: К. Маркс, Дж. Кейнс, Дж. Милль, Й. Шумпетер [2]. Они разработали теории экономического развития, которые легли в основу современного представления о данной категории.

В настоящее время большинство исследований имеют прикладной характер, и специалисты рассматривают отдельные аспекты развития применительно к различным областям и направлениям экономической деятельности. Получили распространение разработки в области развития производства, инновационного развития, инвестиционного развития, устойчивого развития, регионального развития. Авторами данных исследования являются Ю. П. Анисимов, И. В. Афонин, Л. А. Базарова, А. Н. Богатко,

* **НЕСТЕРОВА Татьяна Евгеньевна – соискатель кафедры «Экономическая теория и международный бизнес» ВГУИТ.**

Рецензент – МЕЩЕРЯКОВ Дмитрий Алексеевич – д.э.н., профессор кафедры «Региональная экономика и менеджмент», проректор ВИЭСУ.

И. П. Богомолова, В. Н. Гапоненко, Ю. В. Журавлев, В. И. Корниенко, Б. Санто, Е. Л. Смольянова, Г. И. Тамошина, С. В. Хайниш [104], А. И. Хорев.

Развитие системы управления предприятием - это постоянное совершенствование основных характеристик системы управления для достижения целей управления промышленным предприятием на основе изменения внешних и внутренних условий функционирования. Оно заключается в приобретении системой управления и всеми ее элементами новых качественных характеристик, отличных от предшествующих и позволяющих ей работать более эффективно.

Качественные изменения трудноизмеримы, и результат развития может быть не сразу

Таблица 1. Характеристика организационных условий процесса развития системы управления промышленного предприятия

Этапы процесса развития системы управления	Краткое описание этапов	Перечень организационных условий развития системы управления
1. Установление необходимости развития системы управления предприятием	На основе внешней или внутренней информации определяется необходимость в проведении изменений. Информация может поступать стихийно или в результате целенаправленного анализа ситуации.	1. Периодическая оценка системы управления для выявления необходимости изменений. 2. Отслеживание сигналов о неэффективной работе элементов системы управления на различных уровнях управления.
2. Определение цели и задач развития системы управления	Определяется цель развития системы управления, которая должна соответствовать общей стратегии развития предприятия. Выделяются задачи развития системы управления как основные этапы достижения цели.	1. Необходима полная информация о текущем состоянии системы управления, проблемных аспектах, желаемом результате изменений. 2. Необходимы специалисты в области управления предприятиями, которые могут четко обозначить цель и задачи.
3. Формирование команды проведения изменений в системе управления	Создается рабочая группа специалистов, в которую входят представители всех элементов системы управления (функциональных подсистем и проектных подсистем), могут быть привлечены внешние консультанты. Команда может работать постоянно или непосредственно в период изменений.	1. Участники команды должны обладать необходимым уровнем знаний и профессиональных компетенций в области управления. 2. Рекомендуется включать в команду 1-2 специалистов (внешних), профессионально занимающихся проведением изменений.
4. Выделение условий развития системы управления	Определяются необходимые условия проведения развития системы управления, устанавливаются требования к проведению изменений, учитываются внешние и внутренние факторы, способствующие изменениям.	1. Необходимо обеспечить своевременное поступление информации требуемого уровня и степени детализации. 2. Требуется проведение мониторинга условий и факторов, способствующих и препятствующих изменениям.
5. Определение направлений развития	Определяется генеральное направление развития системы управления и выделяются несколько конкретных направлений изменений, наиболее приемлемых для текущего состояния предприятия.	1. Число направлений работы по развитию системы управления не должно превышать 5-7, оптимальным считается реализация 3-4 направлений. 2. Следует учитывать обеспеченность системы управления различными ресурсами, готовность к изменениям, актуальность направлений развития.
6. Составление плана развития	Разрабатывается подробный план развития системы управления с указанием перечня мероприятий, ответственных и ожидаемых результатов. План оформляется отдельным документом и разрабатывается, в основном, на среднесрочный период.	1. Составляются планы-графики проведения изменений с указанием конкретных результатов и сроков их достижения. 2. План развития системы управления реализуется с ориентацией на общую стратегию предприятия.
7. Утверждение бюджета развития системы управления или ее элементов	На основе плана развития формируется общий бюджет проекта проведения изменений, выделяются бюджеты по установленным направлениям развития. Утверждение бюджета проходит на уровне топ-менеджмента.	1. Должны быть установлены лимиты бюджетов по каждому направлению развития. 2. Необходим четкий контроль использования и изменения бюджета.
8. Реализация изменений в системе управления предприятием	Члены команды проведения изменений реализуют проект развития системы управления на основе плана развития и установленного бюджета.	1. В процессе развития системы управления должны участвовать все отделы и службы предприятия. 2. Следует установить текущий контроль проведения изменений и вносить корректировки в процесс при необходимости.
9. Оценка результатов развития системы управления	Проводится анализ и оценка полученных результатов развития, анализируется степень достижения цели развития, описывается новое состояние системы управления.	1. Следует оценивать промежуточные и окончательные результаты развития системы управления. 2. Необходимо увязать результаты развития системы управления с проведением политики предприятия.
10. Составление прогнозов функционирования новой системы управления	По результатам проведенных изменений характеризуется полученная система управления предприятием, разрабатывается прогноз ее функционирования в следующем плановом периоде, указываются возможные положительные и отрицательные последствия проведенных изменений.	1. Наличие программы развития системы управления. 2. Включение в стратегию развития предприятия положений по развитию системы управления.

Таблица 2. Рекомендуемые мероприятия по организационному обеспечению развития системы управления предприятием

Наименование группы мероприятий	Возможные пути реализации мероприятий	Рекомендации по использованию информационных технологий в развитии СУ
1. Технико-технологические мероприятия	1.1. Разработка и реализация программы технического развития предприятия. 1.2. Формирование программы технического перевооружения. 1.3. Организация разработки и внедрения новых технологий. 1.4. Разработка и реализация крупных инновационных проектов.	Внедрение информационных технологий в работу конструкторов, технологов. Применение MES-системы при оперативном управлении производством.
2. Организационно-управленческие мероприятия	2.1. Совершенствование организационной структуры управления предприятием. 2.2. Совершенствование производственной структуры предприятия. 2.3. Обеспечение эффективной координации всех процессов управления. 2.4. Создание новых структур внутри и вне предприятия с целью развития системы управления.	Создание единого информационного пространства управления предприятием. Применение систем типа ERP. Организация мониторинга на всех уровнях управления в режиме реального времени.
3. Финансово-экономические мероприятия	3.1. Разработка системы бюджетов с учетом направлений развития системы управления. 3.2. Разработка мероприятий по ресурсо- и энергосбережению на предприятии. 3.3. Реализация программно-целевого подхода к улучшению технико-экономических показателей работы подразделений (трудоемкость, производительность труда, длительность производственного цикла).	Автоматизация системы бюджетирования. Создание единой информационной системы экономической деятельности.
4. Кадровые мероприятия	4.1. Обеспечение горизонтальной и вертикальной ротации кадров. 4.2. Реализация программы сокращения текучести кадров на основе комплекса социальных мер. 4.3. Постоянное обучение персонала, повышение квалификации и переподготовка кадров. 4.4. Создание новой системы стандартов в области качества работы и уровня квалификации. 4.5. Реализация мероприятий по совмещению профессий (например, технолога и программиста). 4.6. Развитие системы мотивации персонала предприятия. 4.7. Вовлечение сотрудников в управление предприятием и инновационную деятельность.	Обеспечение современным компьютерным оборудованием и программными средствами работы подразделений предприятия. Активизация внедрения информационных технологий и систем в работу всех категорий персонала.

воспринят персоналом предприятия. В то же время, только качественные изменения характеризуют, в конечном счете, процесс развития системы управления с учетом динамики каких-либо ее количественных параметров.

Для осуществления развития системы управления или ее отдельных элементов необходимо организационное обеспечение этого процесса. Оно состоит в создании необходимых организационных условий прохождения всех этапов развития. Автором разработан процесс развития системы управления и определены данные условия. Результаты приведены в табл. 1.

Рассмотренные организационные условия процесса развития системы управления промышленным предприятием позволяют провести любые изменения системы управления четко, целенаправленно и получить заданные результаты. Для каждого предприятия данный процесс будет различным, однако основные этапы управленческого развития должны быть осуществлены.

Для обеспечения развития системы управления предприятием разработаны мероприятия по организационному обеспечению развития, которые сгруппированы по направлениям и описаны с учетом применения информационных технологий в управлении. Результаты сведены в таблицу 2.

Данный комплекс мероприятий может быть реализован последовательно, с выделением наиболее важных для предприятия сфер деятельности. Однако при проведении параллельного совершенствования системы управления по 2-3 направлениям улучшения будут давать синергетический эффект. Для этого руководству предприятия следует определить актуальные задачи, например, в области управления кадрами и технологического развития, а затем проводить несколько совместных проектов.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Пример развития системы управления предлагается рассмотреть на основе данных предприятия ОАО «ВАСО» как основного объекта настоящего исследования. На основе изучения отечественной и зарубежной литературы по формированию и развитию систем управления [3, 4, 5] и с учетом проанализированных организационных мероприятий по развитию системы управления ОАО «ВАСО» автором разработана процедура организационного обеспечения развития системы управления промышленным предприятием, представленная на рисунке 1.

Сформированная процедура организационного обеспечения развития системы управления состоит из 8 стадий, на каждой из которых производится логически

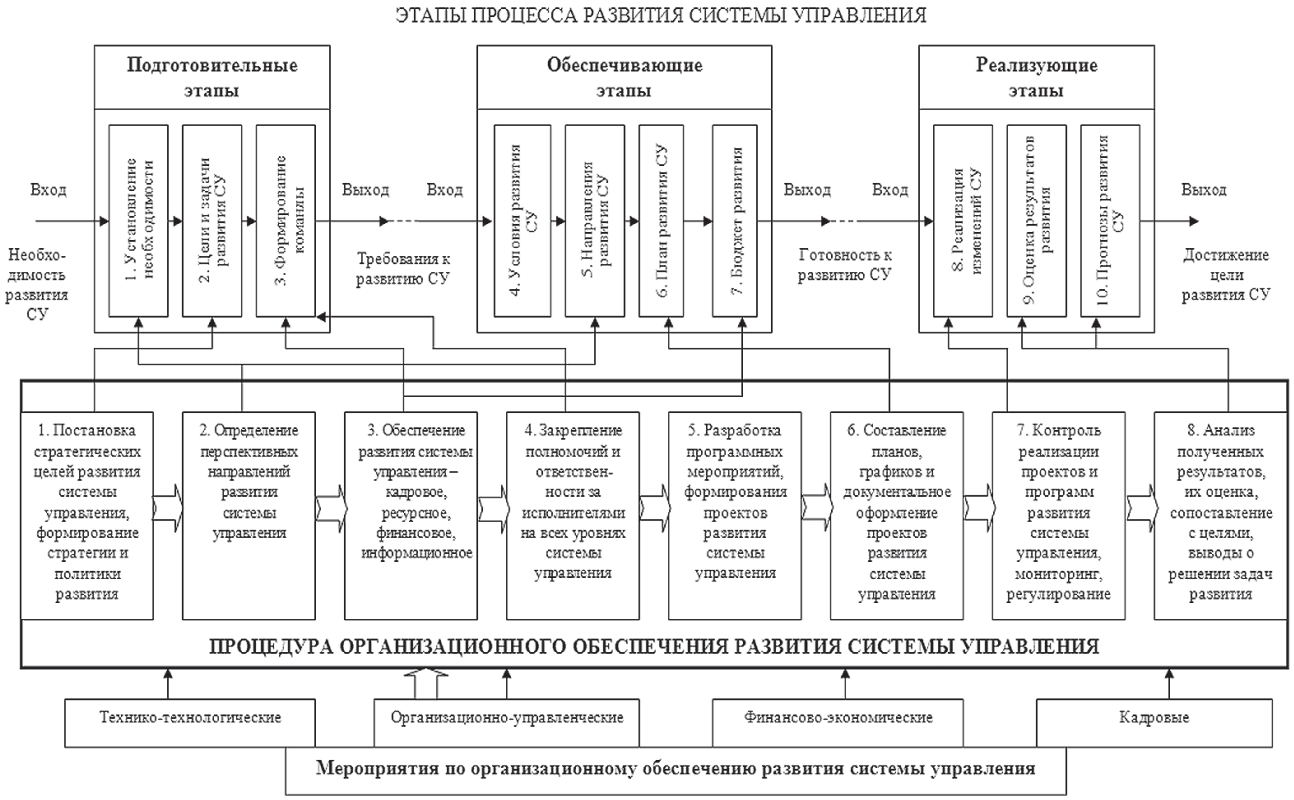


Рис. 1. – Процедура организационного обеспечения развития системы управления промышленным предприятием

завершенное действие по определенному элементу организационного обеспечения развития. Стадии процедуры проводятся последовательно и взаимосвязаны между собой, что показано толстыми стрелками справа налево, от 1-й до 8-й стадии.

Процедура охватывает весь цикл управленческих действий по постановке стратегических целей развития, определению перспективных направлений развития системы управления, обеспечение развития различными ресурсами, определение ответственных за выполнение функций по развитию системы управления и закрепление их за специалистами различного профиля, собственно разработка программ и проектов по развитию системы управления, формирование планов их реализации и документальному оформлению проектов, контроль и координация реализации проектов, анализ полученных результатов, их оценка и формулирование выводов и рекомендаций.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Процедура организационного обеспечения развития системы управления тесно связана с этапами процесса развития системы управления, который является наиболее общим и укрупненным. Данный процесс включает 10 этапов (см. табл. 1), которые также логически взаимосвязаны. На рисунке они сгруппированы в 3 группы – подготовительные этапы, на которых проводятся предварительные действия по планированию развития системы управления, обеспечивающие этапы, которые формируют условия развития элементов системы управления, реализующие этапы, на которых производится непосредственная реализация развития системы управления. Каждая группа этапов имеет входную и выходную информацию, важную для обеспечения процесса развития системы управления предприятием.

Поскольку процедура организационного обеспечения развития системы управления связана с процессом развития, на рисунке показаны эти взаимосвязи снизу вверх тонкими стрелками. Общая логика организационного обеспечения развития системы управления в процедуре и процессе является единой, но некоторые стадии процедуры проводятся в другом порядке, что связано с уточнением организационных действий.

На рисунке также показана связь мероприятий по организационному обеспечению развития системы управления (см. табл. 2) и процедуры. Среди мероприятий выделены технико-технологические, организационно-управленческие, финансово-экономические и кадровые. Все они имеют значение для проведения процедуры, однако организационные мероприятия раскрыты подробно.

Разработанная процедура организационного обеспечения развития системы управления представлена в наиболее общем виде и может быть адаптирована к работе любого промышленного предприятия с учетом внесения уточнений в наименование отдельных стадий и этапов.

Список использованной литературы:

1. Афонин И. В. Инновационный менеджмент и экономическая оценка реальных инвестиций: Учеб. пособие / И. В. Афонин. – М.: Гардарики, 2006. – 301 с.
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 563 с.
3. SAP ERP. Построение эффективной системы управления / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 346 с.
4. Дмитриев Д. В. Дмитриева З. М. Рыбаков М. Ю. Овчинников В. В. и др. Управление проектами: Практическое руководство. – М.: Юркнига, 2003. – 288 с.
5. Анисимов Ю. П. Инновационное развитие экономических систем: монография / Ю. П. Анисимов, Е. Л. Смольянова, С. В. Шапошникова. – Воронеж, ВГТУ, 2009. – 407 с.

Bibliographic references:

1. Afonin I. V. Innovative management and an economic estimation of real investments: Textbook / I. V.Afonin. – M: Gardarika, 2006. – 301 p.
2. Shumpeter J. Theory of economic development (Research of enterprise profit, the capital, the credit, percent and a conjuncture cycle) / J. Shumpeter. – M: Progress, 1982. – 563 p.
3. SAP ERP. Construction of an effective control system / translate from English. – M, 2008. – 346 p.
4. Dmitriev D. V., Dmitriev Z. M., Rjibakov M. J, Ovchinnikov V. V. Management of projects: Practical guidance. – M, 2003. – 288 p.
5. Anisimov Yu. P. Innovative development of economic systems: the monography / Yu. P. Anisimov, E. L. Smoljanova, S. V. Shaposhnikova. – Voronezh, ВГТУ, 2009. – 407 p.

УДК 684:65.011.54/56

Хайдер А. Аббас Мохаммед, В. С. Петровский, А. А. Грибанов*

ИССЛЕДОВАНИЕ И РАЗРАБОТКА ПРОЦЕССА ФРЕЗЕРОВАНИЯ ДЕКОРАТИВНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ МЕБЕЛИ НА СТАНКАХ С ЧПУ

(Воронежская государственная лесотехническая академия, Россия)

Ключевые слова: фрезерование, декоративный элемент мебели, программа для станка с ЧПУ.

Аннотация: В статье рассматриваются особенности процесса фрезерования декоративных элементов мебели и разработки программ для станков с ЧПУ.

Key words: milling, decorative piece of furniture, program for the CNC machine.

Abstract: This article discusses features of the process of cutting the decorative elements of furniture and develop programs for CNC machines.

Фрезерование – один из основных способов обработки материалов резанием [1]. Фрезами обрабатывают плоские и криволинейные поверхности, разнообразные пазы, канавки, шлицы, зубья шестерен, резьбы и многое другое. Наиболее часто на фрезерных станках обрабатывают корпусные и плоскостные детали декоративных элементов мебели. Несмотря на огромное разнообразие форм и размеров, общим для всех этих деталей являются значительные по размерам плоские обрабатываемые поверхности. При фрезеровании плоских поверхностей требуется, прежде всего, обеспечить правильную форму поверхности, которая оговаривается на чертеже в виде допускаемых отклонений от плоскостности и прямолинейности.

Различают два основных вида фрезерования: тангенциальное, при котором режущие лезвия вращающегося цилиндрического инструмента образуют обработанную поверхность параллельно оси его вращения, и радиальное, когда лезвия вращающегося инструмента образуют обработан-

* **МОХАММЕД Хайдер А. Аббас – аспирант кафедры «Автоматизация производственных процессов» ВГЛТА.**
ПЕТРОВСКИЙ Владислав Сергеевич – д.т.н., профессор, зав. кафедрой «Автоматизация производственных процессов» ВГЛТА.
ГРИБАНОВ Андрей Анатольевич – к.т.н., старший преподаватель кафедры «Автоматизация производственных процессов» ВГЛТА.
Рецензент – ДАНИЛОВ Александр Дмитриевич – д.т.н., профессор кафедры «Автоматизация производственных процессов» ВГЛТА, первый зам. ген. директора ХК «Мебель Черноземья».

ную поверхность перпендикулярно к оси его вращения. Скоростью резания υ (м/мин.) называется окружная скорость наиболее удаленных от оси вращения инструмента точек режущего лезвия. Она определяется по формуле 1:

$$\upsilon = \pi \cdot D \cdot n / 1000, \quad (1)$$

где D – диаметр окружности вращения режущего лезвия (в частном случае – диаметр фрезы), мм; n – частота вращения инструмента, об./мин.

Подачей s называется путь, проходимый заготовкой относительно фрезы (или наоборот) в единицу времени. Различают три вида подач: на зуб, на оборот и минутную. Подача на зуб s_z (мм/зуб) – перемещение заготовки за время поворота фрезы на один зуб. Подачей на оборот s_o (мм/об.) является перемещение заготовки за время поворота фрезы на один оборот. Минутная подача $s^м$ (мм/мин.) – перемещение заготовки за 1 мин. Зависимость указанных подач выражается формулами 2:

$$s_o = s_z \cdot z; \quad s_i = s_o \cdot n = s_z \cdot z \cdot n. \quad (2)$$

Глубина резания t – толщина слоя материала заготовки (мм), срезаемого за один рабочий ход.

Шириной фрезерования В называется ширина (мм) поверхности заготовки, обрабатываемой за один рабочий ход, измеренная в направлении, перпендикулярном к направлению подачи (движению заготовки).

Для определения площади поперечного сечения среза при цилиндрическом фрезеровании необходимо знать следующие величины: $\psi_к$ – угол контакта фрезы – центральный угол, соответствующий дуге соприкосновения окружности фрезы с заготовкой, измеряемый в плоскости, перпендикулярной к оси фрезы; θ – центральный угол между двумя соседними зубьями фрезы, θ=360/z.

Число зубьев, одновременно находящихся в работе

$$m = \psi_K / \theta = \frac{\psi_K \cdot z}{360}. \quad (3)$$

Максимальная толщина срезаемого материала

$$a_{\max} = s_z \sin \psi_K \quad (4)$$

Суммарное (среднее) значение площади поперечного сечения среза $F_{ср}$ определяется в зависимости от числа зубьев, одновременно находящихся в контакте

$$F_{ср} = f \cdot t, \quad (5)$$

где f – площадь поперечного сечения слоя, срезаемого одним зубом. Значение $F_{ср}$ используется для определения силы резания при фрезеровании.

При фрезеровании каждый зуб фрезы преодолевает сопротивление резанию со стороны материала заготовки и силы трения, действующие на поверхностях зубьев фрезы. Обычно в контакте с заготовкой находится не один зуб, и поэтому фреза преодолевает некоторую суммарную силу резания, складывающуюся из сил, действующих на эти зубья. Схема действия сил резания при фрезеровании зависит от принятого способа фрезерования и типа фрезы.

Как тангенциальное, так и радиальное фрезерование может осуществляться двумя способами: против подачи, так называемое встречное фрезерование, когда направление подачи противоположно направлению вращения фрезы, и фрезерование по подаче – попутное фрезерование, когда направление подачи и вращение фрезы совпадают.

На каждый зуб фрезы, находящийся в пределах угла контакта, действует своя сила сопротивления срезаемого слоя. Каждую из этих сил можно разложить на составляющие, действующие тангенциально (по касательной) к зубьям фрезы и по радиусам фрезы.

Значение главной составляющей силы резания – окружной силы $P_{ок}$ – определяется по эмпирической, т. е. найденной опытным путем, формуле 6:

$$P_{OK} = \frac{C_p \cdot t \cdot x_p \cdot s_z \cdot y_p \cdot B \cdot z}{D \cdot q_p} \quad (6)$$

где C_p – постоянный коэффициент, зависящий от свойств обрабатываемого материала, типа фрезы и ее геометрии; x_p, y_p и q_p – показатели степени, также зависящие от механических характеристик обрабатываемого материала, типа и геометрии фрезы. Значения этих показателей приводятся в справочниках по выбору параметров режимов резания. Соответственно значениям действующих сил резания выбирают фрезу, оправку, способ закрепления заготовки, жесткость и мощность станка. Значение отдельных составляющих силы резания можно определить, зная $P_{ок}$.

Зная крутящий момент $M_{кр}$ фрезы и частоту ее вращения n, можно определить мощность $N_{рез} = M_{кр} \cdot n/974000$.

Для фрезерования декоративных элементов мебели можно использовать существующие фрезерные станки: горизонтальные, универсальные и вертикальные.

Существующим технологиям и оборудованию для фрезерования декоративных элементов мебели также требуется современное программное обеспечение для облегчения составления управляющих программ станками с ЧПУ. Покоординатный ввод декоративных элементов мебели в программу следует заменить сканированием их бумажных чертежей или образцов.

С помощью процесса сканирования получается растровый вариант (картинка, фотография) декоративного элемента мебели. Далее следует специальным программным обеспечением преобразовать растровую графику в векторную с получением чертежа в формате одной из САПР. В САПР производится корректировка чертежа и создание управляющей программы для станка с ЧПУ.

Для векторизации отсканированного изображения существуют методы: автоматический, интерактивный, гибридный.

При автоматической векторизации необходимо только задать параметры и запустить процедуру.

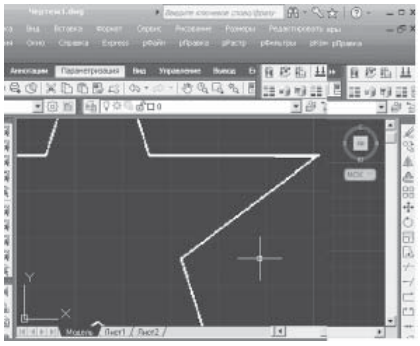


Рис. 1. – Растровое изображение в AutoCAD.

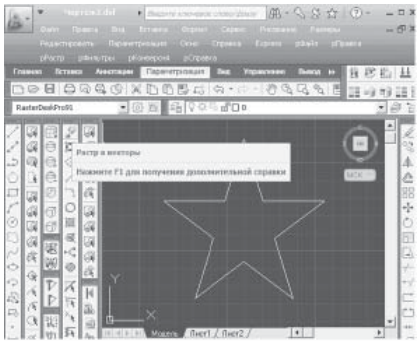


Рис. 2. – Векторизация растрового изображения.

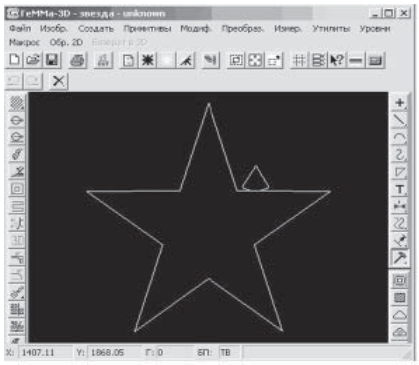


Рис. 3. – Обработка контура «звезда» в Gemma.

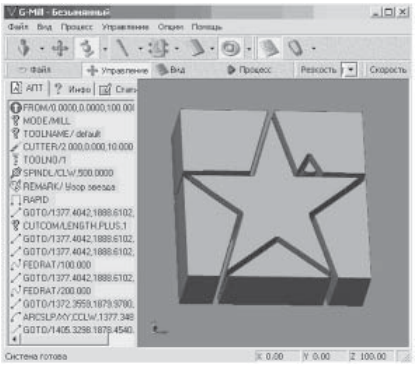


Рис. 4. – Результат тестирования управляющей программы.

Программа сама определит, какие растровые линии нужно аппроксимировать отрезками, дугами. Профессиональные пакеты автоматической векторизации, например, программы Vectory, Spotlight Pro, RasterDesk Pro, распознают типы линий размерные стрелки, штриховки, тексты. Они проводят коррекцию полученного векторного рисунка: сводят концы векторных объектов, выравнивают их по ортогональным направлениям и т.д. При высоком качестве исходного изображения можно получить очень хорошие результаты автоматической векторизации. Такой метод векторизации также используется при пакетной обработке набора растровых файлов, что дает возможность провести обработку большого объема материалов без участия оператора, например, в нерабочее, ночное время.

Интерактивная векторизация (трассировка) – один из наиболее перспективных методов преобразования. При трассировке оператор указывает растровые линии на экране, и они преобразуются в векторные объекты. Этот метод позволяет совместить интуитивное знание пользователя с автоматизированным процессом преобразования. Средства трассировки позволяют оператору разделить объекты растрового изображения по значению и преобразовать только то, что необходимо.

Гибридная технология сочетает возможности растрового и векторного редактирования и предоставляет средства преобразования растра в векторы и векторных объектов в растр. Изображения, с которыми работают гибридные редакторы, обычно состоят из графики двух видов: полученных при сканировании растровых данных и векторных объектов. Гибридная технология дает возможность использовать сканированные чертежи почти сразу и вносить изменения с минимальными затратами времени.

Для векторизации и разработки управляющих программ следует использовать САПР, например, такие как AutoCAD, PTC Creo Direct, Gemma, Adem и др.

Таким образом, отсканированное изображение декоративного элемента мебели на примере объекта «звезда» преобразуется в управляющую программу для станка с ЧПУ поэтапно следующим образом:

1. Вставка растрового изображения объекта «звезда» в САПР AutoCAD (рис. 1).

2. Векторизация растрового изображения в RasterDesk Pro (рис. 2). Сохранение чертежа в формате dxf для последующей обработки в CAM-программе.

3. Разработка программы обработки контура «звезда» в CAM-программе Gemma 3D (рис. 3).

4. Тестирование управляющей программы для станка с ЧПУ в программе G-Mill (рис. 4).

5. Передача программы в станок.

Список использованной литературы:

1. Петровский В. С. Автоматизация технологических процессов и производств в деревообрабатывающей отрасли: учебник / В. С. Петровский, А. Д. Данилов; М-во образования и науки РФ, ГОУ ВПО «ВГЛТА». – Воронеж: ВГЛТА, 2010.

2. Петровский В. С. Моделирование систем / В. С. Петровский. –Воронеж: ВГЛТА, 2010.

Bibliographic references:

1. Petrovsky V. S. Automation of technological processes and production in the tree branches woodworking branch: Textbook / V. S. Petrovsky, A. D. Danilov, Ministry of Education and Science, SEE HPE «VSFEA». – Voronezh: VSFEA, 2010.

2. Petrovsky V. S. Modeling of systems / V. S. Petrovsky. – Voronezh: VSFEA, 2010.

РАЗДЕЛ 5: ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА И МАРКЕТИНГА

УДК 339.138

А. Ю. Стребков*

СПЕЦИФИКА МАРКЕТИНГА ОТНОШЕНИЙ НА IT-РЫНКЕ

(Воронежский государственный университет, Россия)

Ключевые слова: маркетинг отношений, рынок IT, телекоммуникационная отрасль, взаимодействие, клиентоориентированность, лояльность покупателя.

Аннотация: В статье показано, что оптимальная модель бизнес-коммуникаций для рынка IT, в частности для телекоммуникационного сегмента, определяется концепцией маркетинга отношений, которая подразумевает построение устойчивой связи с потребителями, контрагентами, общественно-политическими институтами. Обсуждаются общие и частные цели маркетинга отношений на предприятиях телекоммуникационной сферы.

Key words: relationship marketing, IT market, telecommunications, interaction, client-orientation, customer loyalty.

Abstract: In the article it is indicated that the optimal business-communication model for IT market (particularly for the telecom segment) takes its shape under the relationship marketing concept, which implies creation of a stable relationship with customers, partners, social and political institutes. General and particular aims of relationship marketing within the telecom enterprises are discussed.

Информатизация экономико-социальных процессов закономерно привела к становлению новой парадигмы маркетинга. Сетевые коммуникации обусловливают повышенную степень взаимодействия между продавцом и покупателем. Создание деловой сети в качестве главного фактора конкурентоспособности рассматривается в концепции маркетинга отношений.

Изучение периодизации маркетинговых концепций приводит к выводу о том, что маркетинг отношений являет собой эволюционный переход в развитии маркетинговой мысли от простого маркетинга сделок к эмпатическому осмыслению стратегии, целей и инструментария. Для того чтобы дать, возможно, более полное определение данного понятия, обратимся к его истокам.

Источниками для теоретического осмысления маркетинга отношений стали следующие разработки:

– работы школы маркетинг-менеджмента;

– развитие и ревизия концепции 4P;

– маркетинг услуг;

– разработка и применение сетевого подхода в рамках B2B-маркетинга;

– всеобщий менеджмент качества [5].

Образно говоря, в этот период в «треугольнике 3C» («Consumer – Competitor – Company») акцент как практических действий, так и теоретических обобщений переносится с «Конкурента» на «Покупателя». Не борьба с конкурентами, а превращение покупателей в своих союзников становится главнейшей стратегической задачей для выживания на рынке. Более того, борьба за союзников, а не против конкурентов приводит к развитию новой стратегической парадигмы в маркетинге, когда более важным становится не обладание долей рынка, размер которой никогда не является величиной постоянной, а наличие эффективного «портфеля отношений», обеспечивающего фокальной компании выживание и развитие за счет правильно выбранного места в бизнес-сети и, следовательно, в цепочке создания ценности. Анализ парадигмы маркетинга отношений показывает, что концепция портфеля отношений определяет построение оптимальной системы бизнес-коммуникаций [3].

Ф. Котлер в новой исторической фазе рынка развитых стран назвал рыночное место «сетью несущих ценность отношений», определив маркетинг отношений как «практику построения долгосрочных взаимовыгодных отношений с ключевыми партнерами, взаимодействующими на рынке: потребителями, поставщиками, дистрибьюторами, в целях установления длительных предпочти-

*** СТРЕБКОВ Андрей Юрьевич – аспирант кафедры «Информационные технологии и математические методы в экономике» ВГУ.**

Рецензент – БЕЗРУКОВА Татьяна Львовна – д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Экономика и финансы», декан экономического факультета ВГЛТА.

тельных отношений» [1]. По Котлеру, «маркетинг сделок составляет часть более крупной идеи, а именно – маркетинга отношений», что не должно вызывать особых сомнений в плане того, что B2B-рынки и, соответственно, B2B-маркетинг стали прообразом маркетинга отношений. Что касается потребительского рынка, то в этом случае не следует забывать о том, что потребности, желания и ожидания индивидуальных покупателей, образующих целевые рынки, представлены перед производителями торгово-посредническими институтами, которые формально отображают для них статистически определяемый виртуальный маркетинг-микс покупателя, под который «подстраивается» реальный маркетинг-микс продавца.

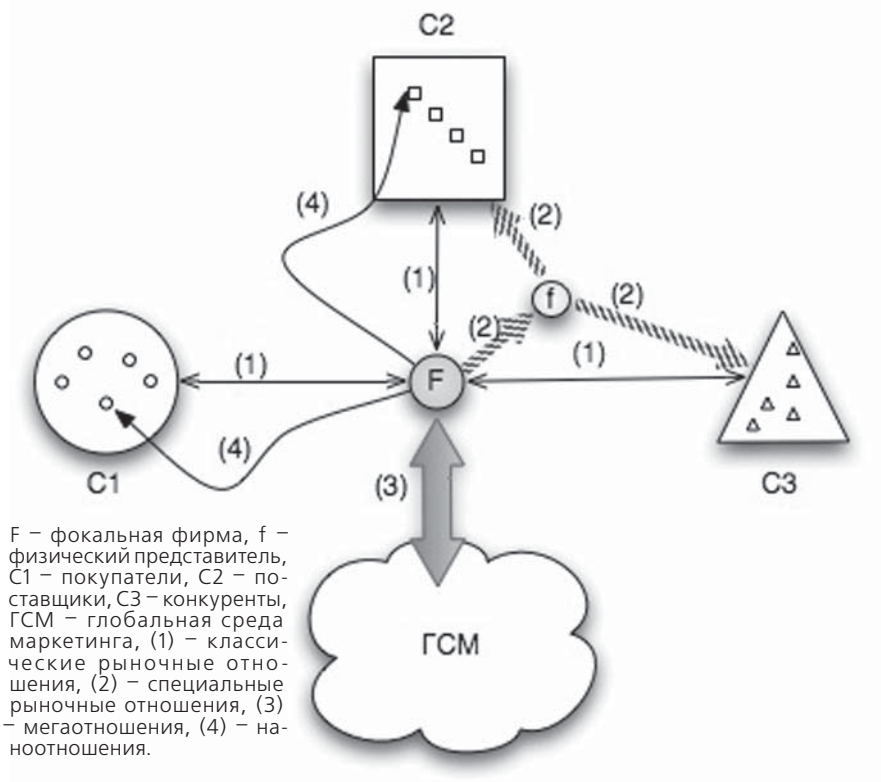
Среда маркетинга может быть представлены четырьмя группами отношений:

1) классические рыночные отношения, участниками которых выступают покупатели, поставщики и конкуренты;

2) специальные рыночные отношения: помимо покупателей, поставщиков и конкурентов фокальной компании, в систему отношений включаются многие измерения мезоуровня и макроуровня ее глобальной маркетинговой среды (включая отношения с криминальной средой), которые могут стать ключевыми для маркетингового успеха, а сами отношения юридических лиц как целого дополняются отношениями их физических представителей;

3) мегаотношения – отношения, которые преимущественно возникают с измерениями «чужих» маркетинговых макросред (метауровень глобальной маркетинговой среды, включая ноосферу/интернет);

4) наноотношения, уровень которых в микросреде опускается до отдельного индивидуума, что можно рассматривать как наноуровень глобальной маркетинговой среды, поскольку в конечном итоге на разных концах глобальной интегрированной маркетинговой коммуникации оказываются индивидуумы [5].



F – фокальная фирма, f – физический представитель, C1 – покупатели, C2 – поставщики, C3 – конкуренты, ГСМ – глобальная среда маркетинга, (1) – классические рыночные отношения, (2) – специальные рыночные отношения, (3) – мегаотношения, (4) – наноотношения.

Рис. 1. – Маркетинговая среда в концепции маркетинга отношений (авт.)

Маркетинговая среда в концепции маркетинга отношений представлена на рис. 1.

Целью любых из этих отношений является создание эффективной системы взаимодействия, то есть максимизация конечных результатов деятельности за весь период контактов с ключевыми клиентами [2]. Это становится возможным только в случае наличия устойчивой приверженности покупателя к продавцу, бренду, продукту, совершенствования механизма обратной связи и чуткой реакции маркетинговых служб на любые изменения потребительского поведения и тенденций рынков. Таким образом, маркетинг отношений переводит маркетинговые коммуникации с потребителем на уровень личностных взаимоотношений.

Достижение главной цели маркетинга отношений происходит в несколько этапов, с усилением эмпатической составляющей маркетинга (рис. 2).

Систему частных целей и задач маркетинга отношений на каждом этапе, в соответствии с рис. 2, можно представить следующим образом:

1. Привлечение потребителей:

– создание целостной концепции бренда;

– поддержание информированности широкого круга потребителей;

– расширение маркетингового присутствия путем использования разнообразных коммуникационных каналов.

2. Достижение удовлетворенности потребителей:

– измерение и оценка ожидаемого и воспримаемого качества;

– усиление степени обратной связи;

– модификации продукта в соответствии с требованиями потребителей.

3. Удержание потребителей:

– изучение характеристик основной аудитории;

– проведение мероприятий по повышению лояльности потребителей;

– дифференцированное ценообразование для наиболее лояльных потребителей.

4. Расширение взаимоотношений с потребителями:

– повышение социальной ответственности бренда;

– предоставление уникальных продуктов лояльным клиентам.

Перечисленные цели и задачи могут быть отнесены не только на позиционирование товара среди потребительской аудитории. Маркетинг отношений затрагивает установление партнерских связей с другими участниками рынка – поставщиками, дистрибьюторами, правовыми, научно-исследовательскими, административными институтами.

Сегодня телекоммуникационный рынок вступает в новый этап своего развития, и прежде всего это касается операторов мобильных сетей. В данной ситуации на первый план в стратегии маркетинга выходят вопросы, касающиеся углубления отношений с действительными и потенциальными клиентами. Пока телекоммуникационный рынок развивается экспоненциально (за счет привлечения новых абонентов), маркетинговые ошибки и потеря клиентов воспринимаются как менее значимые, однако чем ближе рынок приближается к уровню насыщения, тем больше внимания должно уделяться экономической эффективности сети, сегменту работы с абонентами, учету прибыльности каждого отдельного пользователя.

На любых сегментах IT-рынка, работающих с частными и корпоративными клиентами, неотъемлемым элементом маркетинга отношений является непосредственное взаимодействие с покупателем. Маркетинговая деятельность в данном плане не может оставаться отдельной функцией только специалистов по маркетингу и сбыту: наряду с функциями исследования, планирования, стимулирования сбыта и распределения появляется коммуникативная функция. Такое взаимодействие, долгосрочные взаимоотношения с клиентом обходятся намного дешевле, чем маркетинговые расходы, необходимые для усиления интереса к товару (услуге) предприятия у нового клиента. Например, известно, что завоевание нового клиента обходится предприятия в 6 раз дороже, чем организация повторных продаж существующему покупателю. А если клиент ушел неудовлетворенным, то повторное завоевание его внимания организации будет стоить в 25 раз дороже [4].

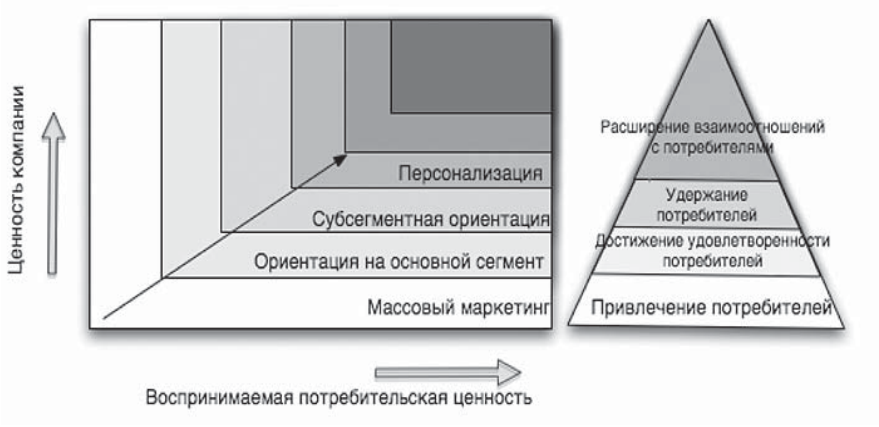


Рис. 2. – Этапы позиционирования продукта в маркетинге отношений (авт.).

При этом маркетинг взаимодействия рассматривает коммуникации в широком аспекте – как любые взаимоотношения компании с ее партнерами, способствующие извлечению дохода. В промышленном маркетинге, например, купля-продажа рассматривается как долговременный и непрерывный процесс взаимоэффективного взаимодействия организации-продавца с организациями-покупателями, поскольку бизнес-субъекты, как правило, имеют дело не с розничными, а с оптовыми потребителями, которых меньше и они более крупные. Поскольку клиенты не поддаются однозначной сегментации с четко очерченными границами и большинство из них требует к себе индивидуального подхода, эффективность использования классической, традиционной концепции маркетинга, базирующейся на разработке стандартного комплекса (рецепта) маркетинга для среднестатистического потребителя, значительно снижается.

Очевидно, что во взаимодействии с клиентами особую роль играет персонал компании. Однако клиентоориентированность организации в таких инновационных отраслях, как IT, на наш взгляд, определяется и инфраструктурным обеспечением процесса маркетинга.

Формирование лояльной клиентской базы обусловливает персонализацию взаимоотношений на основе изучения предпочтений клиента и его поведения, а также выбора наиболее перспективных клиентов с точки зрения долгосрочного сотрудничества. Для решения таких задач необходимо осуществлять сбор и обработку больших объемов фактической информации по взаимоотношениям с клиентами, а значит, целесообразно применение CRM-технологий, позволяющих коммерческой организации собирать данные о своих клиентах на всех стадиях взаимоотношений с ними (привлечение, удержание, лояльность), извлекать из них знания и использовать их в интересах своего бизнеса.

Внедрение методов маркетинга отношений в маркетинговую деятельность предприятий перспективно не только на теле-

коммуникационном сегменте, но на рынке IT в целом, главным образом ввиду того, что он характеризуется высокой интенсивностью информационно-коммуникационных потоков, а также особой осведомленностью и требовательностью потребителей. Необходимо понимание того, что в инновационной экономике в условиях насыщенности рынков, при быстрых темпах смены технологий главной целью должно стать завоевание лояльности аудитории, достижение гибкости деятельности и осознание социальной ответственности бизнеса.

Список использованной литературы:

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Пер. с англ.; Под ред. О. А. Третьяк, Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2003. – 800 с.

2. Третьяков О. А. Формирование концепции маркетинга отношений в зависимости от условий удовлетворенности потребителей / О. А. Третьяков // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2009. – № 4. – С. 103-108.

3. Черенков В. И. Эволюция маркетинговой теории и трансформация доминирующей парадигмы маркетинга / В. И. Черенков // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8: Менеджмент. – 2004. – № 2. – С. 3-32.

4. Gronroos C. Service Management and Marketing: Customer Management in Service. – 3rd edition. – John Wiley & Sons, 2007. – 496 p.

5. Gummesson E. Total Relationship Marketing; Rethinking Marketing Management: From 4Ps to 30Rs / Woburn, MA, 2001. – 350 p.

Bibliographic references:

1. Kotler F. Marketing Management / Trans. from Engl., edited by O. A. Tretiak, L. A Volkova, N. Kapturevskiy. – St. Petersburg: Peter, 2003. – 800 p.

2. Tretyakov O. A. Formation of relationship marketing concept depending on the conditions of customer satisfaction / O. A. Tretyakov // RISK: Resources, Information, Procurement, Competition. – 2009. – № 4. – P. 103-108.

3. Cherenkov V. I. The evolution of marketing theory and the transformation of the dominant paradigm of marketing / V. I. Cherenkov // Vestnik of St. Petersburg University. Volume 8: Management. – 2004. – № 2. – P. 3-32.

4. Gronroos C. Service Management and Marketing: Customer Management in Service. – 3rd edition. – John Wiley & Sons, 2007. – 496 p.

5. Gummesson E. Total Relationship Marketing; Rethinking Marketing Management: From 4Ps to 30Rs / Woburn, MA, 2001. – 350 p.

УДК 339.13

А. Ю. Полевой*

ПРИЛОЖЕНИЕ МОДЕЛИ РЫНКА С СЕТЕВЫМИ ЭФФЕКТАМИ К АНАЛИЗУ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ

(Воронежский государственный университет, Россия)

Ключевые слова: рынок с сетевыми эффектами, телекоммуникационная отрасль, мобильная связь, фиксированная связь, интернет.

Аннотация: В статье обсуждается место телекоммуникационной отрасли в процессе становления информационной экономики. Структура рынка телекоммуникаций проанализирована на основе модели сетевых эффектов. Показано, что сетевые рынки, являясь местом и способом распространения информационного продукта, одновременно выступают фактором монополизации в условиях НТП.

Key words: network effect market, telecommunications, mobile communication, fixed communication, internet.

Abstract: In the article, telecommunications' role in the information economy development is discussed. Telecom market structure is analyzed on the basis of network effect model. It is shown, that a network market as a place and a method of information spread is a simultaneous factor of monopolization under the technological change conditions.

Развитие большинства стран мира, в том числе и России, в последнее время напрямую связано с инновационными процессами, проходящими в их экономической и общественной сфере. Глобализация экономической жизни и растущая роль технологических инноваций серьезно повысили роль информации на современном этапе государственного развития как одного из ключевых факторов обеспечения конкурентоспособности в современной экономике.

В настоящее время особо ощущается острая потребность в консолидированных усилиях со стороны государства, бизнеса и гражданского общества – ведь результаты, достигнутые в направлении изменения качества экономического роста, пока невысоки. В частности, доля РФ на стремительно растущем мировом наукоемком рынке пока менее 2 %. Задача перевода отечественной экономики на инновационные рельсы, на качественно иной путь развития сформулирована как важнейший приоритет современной государственной политики Российской Федерации [1, с. 5]. Неотъемлемым элементом здесь должна стать поддержка сферы информационных услуг – в XXI веке поступательное развитие страны немыслимо без развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и связи. Соответственно, актуальной проблемой экономической науки становится глубокий анализ состояния и перспектив телекоммуникационной отрасли.

Современный научно-технический прогресс привел к широкому распространению рынков сетевых высокотехнологичных продуктов (товаров и услуг), отличительная особенность которых состоит в том, что их ценность, или полезность, для каждого потребителя возрастает по мере расширения круга лиц, потребляющих данный продукт [3, с. 146]. Эта зависимость «полезности товара (услуги) от числа его потребителей есть особого рода положительный внешний эффект в потреблении, называемый сетевым» [2, с. 230].

Сетевые рынки, являясь местом и способом распространения сетевого продукта, одновременно выступают фактором сетевой монополизации в условиях внедрения современного научно-технического прогресса. Выгодность проявления сетевой монополии обусловливается максимизацией внешнего сетевого эффекта, однако это не снимает проблемы монопольного регулирования, что проявляется в определенных моментах поведения потребителей и их издержках по приобретению и использованию продукта и влечет за собой разработку соответствующих стратегий.

Одним из примеров рынка с сетевым внешним эффектом является телефонная сеть. Исходной предпосылкой модели является предположение о том, что полезность, получаемая абонентом от услуг связи, растет по мере присоединения к системе обслуживания (сети) других абонентов [3, с. 146]. Сетевой эффект, определяющий положительную зависимость полезности покупателя от количества покупателей, использующих продукт, оказывает существенное воздействие на формирование структуры рынка [1, с. 106].

* **ПОЛЕВОЙ Антон Юрьевич – аспирант кафедры «Информационные технологии и математические методы в экономике» ВГУ.**

Рецензент – БЕЗРУКОВА Татьяна Львовна – д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Экономика и финансы», декан экономического факультета ВГЛТА.

Модель показывает, что на рынке с сетевыми эффектами действует тенденция к сохранению высокой рыночной доли продавца даже при отсутствии с его стороны каких бы то ни было специальных действий, нацеленных на предотвращение входа конкурента; кроме того, в отличие от рынка без сетевых эффектов, высокие цены укоренившегося продавца могут не создавать стимулов входа (возможно равновесие по Нэшу, где укоренившийся продавец устанавливает высокие цены, но при этом новичок не входит).

Важно отметить, что равновесие с ограниченным входом не требует специальных действий со стороны укоренившегося продавца. При этом отказ новичка от входа не обязательно приводит к потерям общественного благосостояния [1, с. 107].

Указанные обстоятельства необходимо учитывать при анализе телекоммуникационного рынка, как, пожалуй, одного из самых ярких примеров структур с сетевыми эффектами.

На сегодняшний день рынок телекоммуникаций является самым быстрорастущим и наукоемким рынком в России [2, с. 237]. Рост спроса на телекоммуникационные услуги в России привел к появлению большого числа телекоммуникационных компаний и крупных холдингов, таких как АФК «Система», «Альфа-групп», «Телекоминвест». Эти холдинги в настоящее время принимают активное участие в формировании телекоммуникационного рынка: увеличивают свою рыночную долю, завоевывают незанятые ниши рынка и отвоевывают наиболее прибыльные сегменты у бывшего монополиста рынка телекоммуникаций холдинга «Связьинвест».

Создаваемые в телекоммуникационной сфере продукты можно разделить на категории массовых, нишевых и эксклюзивных (рисунок 1).

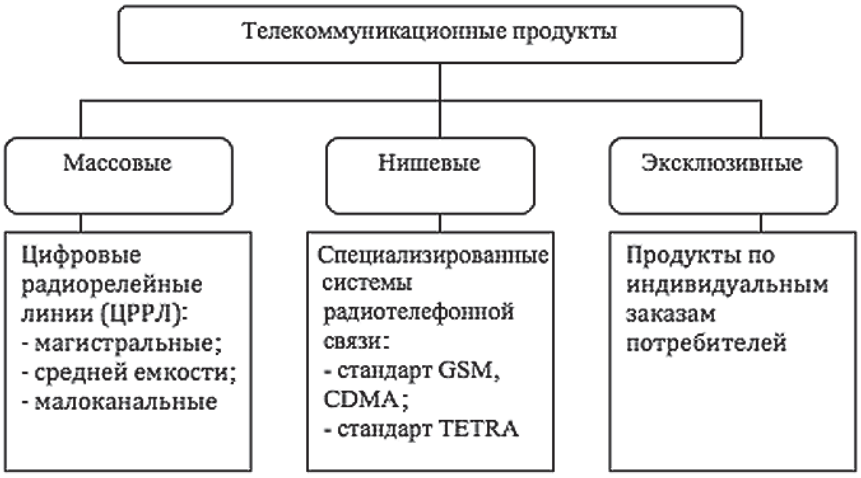


Рис. 1. – Виды продуктов телекоммуникационных компаний России [2, с. 238]

Классифицируя компании федерального уровня, работающие на телекоммуникационном рынке, следует выделить три основных сегмента: фиксированную связь, сотовую связь и интернет. Безусловно, радиовещание и телевидение также можно относить к телекоммуникационной отрасли, но Минкомсвязь не рассматривает их в качестве телекоммуникационных услуг и регулирует их отдельными документами. Сегмент фиксированной связи в основном представлен региональными операторами электросвязи, объединенными по территориальному признаку в 7 межрегиональных открытых акционерных обществ («Северо-Западный телеком», «Центральная телекоммуникационная компания», «Уралсвязьинформ» и др.), а также оператором междугородной и международной связи «Ростелеком». Контрольные пакеты акций этих компаний (по 51 %) консолидированы в холдинге ОАО «Связьинвест», основным акционером которого является Российская Федерация (75 % – одна акция) [7]. Таким образом, практически весь сегмент фиксированной связи подконтролен государству. Безусловно, здесь представлен и частный бизнес, но в основном это заключается в участии в управлении вышеназванными компаниями или в деятельности частных компаний на региональном уровне. Единственным серьезным исключением является ОАО «Московская городская телефонная сеть», принадлежащая АФК «Система» [7].

Сегмент сотовой связи, наоборот, представлен крупными частными компаниями, оперирующими практически на всей территории РФ. Основными игроками этого рынка на федеральном уровне являются ОАО «МегаФон», ОАО «Вымпелком» (бренд «Билайн») и ОАО «МТС» (принадлежит вышеупомянутой АФК «Система»), ОАО «Смартс». Более того, помимо крупных операторов мобильной связи есть также и сильные региональные компании, обладающие серьезными ресурсами если не в рамках всей РФ, то, по крайней мере, в конкретных регионах. Такой расклад сил делает сегмент сотовой связи действительно конкурентным. Кроме того, данный сегмент характеризуется наличием и влиятельных институтов гражданского общества: Российский союз промышленников и предпринимателей, Ассоциация региональных операторов мобильной связи активно участвуют в процессе выработки политических решений в отрасли [7].

Наконец, интернет-сегмент характеризуется наиболее высокой конкурентной средой и, следовательно, наиболее развитой сетевой структурой взаимодей-

ствия между государственными и негосударственными акторами. По данным «Обзора рынка услуг предоставления доступа к сети интернет», проведенного Федеральной антимонопольной службой, число продавцов в регионах в интернет-сегменте для телекоммуникационных рынков весьма значительное (до 30 продавцов без учета количества продавцов в городах-миллионниках). За год в каждом субъекте Российской Федерации на рынок выходят в среднем от 3 до 7 новых операторов.

Основная тенденция последних 15 лет – бурное развитие мобильной связи и интернета – практически весь прирост пользователей телекоммуникационных сетей приходился именно на них. За последние 15 лет именно мобильная связь была главным фактором роста доходов отрасли, обеспечивая большую часть прироста доходов отрасли, доходы от фиксированной связи в это же время стагнировали (ежегодный средний прирост около 3 %) относительно мобильной связи (ежегодный средний прирост более 27 %).

Сегмент мобильной связи является одним из наиболее конкурентных. Отчасти обусловлено это тем, что два крупнейших игрока, МТС и «Вымпелком», являются открытыми компаниями, торгующимися на Нью-Йоркской фондовой бирже NYSE. Кроме того, в телекоммуникационной отрасли действует сравнительно большое число иностранных инвесторов, которые не только инвестируют средства, но и посредством контроля за бизнес-процессами привносят свой зарубежный опыт в российскую экономику (например, компании TeliaSonera, Telenor, Korea Telecom). Структура рынка сотовой связи представлена на рисунке 2.

В России насчитывается более 190 млн абонентов сотовой связи, проникновение услуг сотовой связи составляет 132 %.

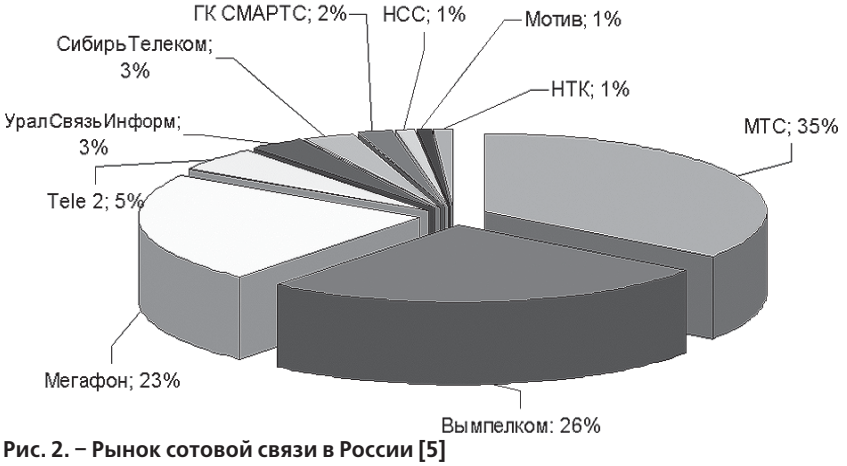


Рис. 2. – Рынок сотовой связи в России [5]

Кризис 2008–2009 гг. довольно существенно изменил отрасль, причем все эти изменения происходят с потрясающей скоростью. К наиболее существенным из них можно отнести следующие:

– консолидация сотового ритейла;

– создание конвергентных предложений (фиксированная и мобильная телефония);

– технологические изменения продуктов (стандарт 3G) [7].

Хотя многие из этих изменений давно предсказывались, в силу инертности бизнеса они до сих пор не осуществлялись. И только экономический кризис дал компаниям определенный стимул к поиску новых конкурентных решений, в результате чего в настоящее время бурные преобразования затрагивают все экономические параметры: изменяются рынки, их границы, потребительское поведение. Все игроки стараются найти новые стратегии развития, чтобы изменить структуру отрасли в свою пользу.

В телекоммуникационном бизнесе продуктовая дифференциация реализуется сразу по нескольким направлениям. Таким образом, почти 80 % российского рынка телекоммуникаций сформирует «большая четверка» – МТС, «Вымпелком», «МегаФон» и «Ростелеком», присутствующие во всех сегментах рынка связи. Хотя в ряде сегментов остаются возможности для развития альтернативных игроков, именно лидеры рынка будут претендовать на основную долю в приросте доходов отрасли. По мере насыщения рынка и окончательного оформления его олигопольного характера основная конкуренция в среднесрочной перспективе будет смещаться в сегмент дополнительных услуг и контента.

Основным макроэкономическим фактором, обусловливающим развитие телекоммуникаций в России на данном этапе и в ближайшие годы, является увеличение ВВП и, как следствие, ВВП на душу населения и средних доходов населения. Высокий уровень образованности населения стимулирует рост спроса на услуги связи (расходов на телекоммуникационные услуги) [6].

Успешное развитие телекоммуникационной отрасли в России подтверждается также тем, что в сложные периоды государственного развития, проходящие на фоне структурных реформ во многих направлениях национального хозяйственного развития, отрасль демонстрировала относительный рост. Для активизации инвестиционной деятельности на телекоммуникационном рынке необходимо разработать стратегию инновационного развития в сфере информационных и телекоммуникационных технологий на период до 2020 года и программу мер по ее реализации. Основные положения такой стратегии должны исходить из

задач, заложенных в «Стратегию развития информационного общества в Российской Федерации» и «Концепцию долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года». Успехи в развитии отрасли могут стать стимулом развития всей российской экономики и позволят России в короткие сроки занять достойное место среди технологически развитых стран мира, перейдя с «сырьевых» на «инновационные рельсы».

Список использованной литературы:

1. Авдашева С. Доминирование на рынке справочных правовых систем: опыт экономического анализа / С. Авдашева, П. Крючкова, А. Шаститко // Вопросы экономики. – 2008. - № 11. – С. 104-119.

2. Архипова М. Ю. Статистический анализ рынка телекоммуникационных технологий и интернет в России / М. Ю. Архипова // Системы и средства информатики. – 2009. – Т. 19. - № 2. – С. 220-251.

3. Маркварт О. И. Особенности сетевых рынков и сетевой монополизации в условиях современного инновационного процесса / О. И. Маркварт // Вестник ОГУ. – 2009. - № 77. – С. 146-151.

4. Носачевская Е. А. О научно-техническом и инновационном потенциале России / Е. А. Носачевская // ЭКО. – 2011. - № 8. – С. 5-15.

5. Современные телекоммуникации России [Электронный источник] / Отраслевой информационно-аналитический журнал. – URL: http://www.telecomru.ru.

6. Чачин П. Умеренный рост российских телекоммуникаций [Электронный ресурс] / А. П. Чачин // PC Week/RE. – № 7 (757). – 22 марта 2011. – URL: http://www.pcweek.ru/business/article/ detail.php?ID=129310.

7. Шерстобитов А. С. Государственные и частные акторы в телекоммуникационной отрасли в России: сеть или иерархия? [Электронный ресурс] / А. С. Шерстобитов // Политическая экспертиза. – 2011. – URL: http://www.politex.info/content/view/630/30/.

Bibliographic references:

1. Avdasheva S. Dominance on the market of legal information systems: the experience of economic analysis / S. Avdasheva, P. Kryuchkov, A. Shastitko // Problems of Economics. - 2008. – № 11. – P. 104-119.

2. Arkhipov M. Yu. Statistical analysis of the telecom market in Russia / M. Yu. Arkhipov // Systems and Informatics. – 2009. – T. 19. - № 2. – P. 220-251.

3. Marquart O. I. Network markets' and monopolization features in the modern innovation process / O. I. Marquart // Bulletin of OSU. – 2009. – № 77. – P. 146-151.

4. Nosachev E. A. On the scientific, technological and innovation potential of Russia / E. A. Nosachev // IVF. – 2011. – № 8. – P. 5-15.

5. Modern telecommunications in Russia [Electronic source] / Sectorial information-analytical magazine. – URL: http://www.telecomru.ru.

6. Chachin P. A moderate growth of Russian telecommunications [Electronic resource] / A. P. Chachin // PC Week / RE. – № 7 (757). – March 22, 2011. – URL: http://www.pcweek.ru/business/article/ detail.php? ID = 129 310.

7. Sherstobitov A. Public and private actors in the telecommunications industry in Russia: network or hierarchy? [Electronic resource] / A. Sherstobitov // Political Expertise. – 2011. – URL: http://www.politex.info/content/view/630/30/.

УДК 339.138

С. В. Майер, И. А. Волков, С. Н. Поповский*

ФАКТОРЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ

(ОАО «Волжский оргсинтез», Волгоградский государственный технический университет, Ставропольский государственный университет, Россия)

Ключевые слова: стратегический маркетинг, фактор, барьер, нефтехимическое предприятие, управленческий подход.

Аннотация: В статье исследуется роль стратегического маркетинга в управлении нефтехимическим предприятием, указываются факторы повышения его эффективности, а также выявляются барьеры на пути внедрения стратегического маркетинга в отрасль нефтехимии.

Key words: strategic marketing, factor, barrier, petrochemical company, management approach.

Abstract: This article describes a role of strategic marketing in the management in petrochemical business. The factors of its efficiency are identified and the barriers on the way of strategic marketing implementation in the petrochemical industry are revealed.

Рынок нефтехимической продукции является одним из важнейших секторов экономики многих стран. Нефтехимия выступает в качестве поставщика готовой продукции и сырья для многих других отраслей. Мировая практика свидетельствует, что развитие химического комплекса приводит к мультипликационному эффекту в смежных отраслях промышленности и устойчивому росту занятости населения. Так, по данным Института экономики и социальной политики [7], одно рабочее место в нефтехимии создает 5-6 рабочих мест в смежных отраслях. Предприятия, производящие нефтехимическую продукцию, работают в тесной кооперации взаимосвязи с металлургической, текстильной отраслями, машиностроением, сельским хозяйством. Данный факт обусловливает необходимость повышения эффективности работы нефтехимических предприятий, одним из инструментов которой является стратегический маркетинг.

Внедрение стратегического маркетинга в деятельность нефтехимических предприятий в российских условиях обусловлено воздействием большого числа факторов. Важнейшим из них выступает сложившаяся структура нефтехимической промышленности, которая служит ограничивающим и сдерживающим барьером на пути внедрения инновационных подходов к управлению.

Необходимо отметить, что подходы к управлению российскими нефтехимическими предприятиями сложились еще в советский период. Сформированные в этот период тренды все еще продолжают воздействовать на используемые отдельными предприятиями бизнес-модели. По исследованиям В. А. Рязанова, в советский период нефтехимия прошла несколько этапов территориального развития. До середины 1950-х годов, когда решающим фактором было наличие инфраструктурной базы, отрасль развивалась в основном в двух столичных индустриальных ареалах и пригородах крупных городов. В годы советского нефтяного бума 1950-60-х главным районом концентрации нефтехимических предприятий стало Урало-Поволжье, а формой их существования - интегрированные с НПЗ многоуровневые комбинаты. Несмотря на сдвиг сырьевой базы в Западную Сибирь и более активное использование газового сырья с 1970-х годов, нового района нефтехимической индустрии в Западной Сибири не появилось. Инвестиционные ресурсы направлялись в основном в развитие предприятий Северного Урало-Поволжья, прежде всего, Татарстана. При этом в советской нефтехимии нарастали территориальные диспропорции между источниками сырья, индустриальной базой нефтехимии и основными районами потребления ее продукции. Географическая структура отрасли становилась все более неэффективной, увеличивалось технологическое отставание от ведущих индустриальных держав.

Переход к рыночной экономике вскрыл эти проблемы и привел к двукратному снижению объемов производства в отрасли и ее резкой дифференциации в зависимости от возраста активов, их географического положения и отраслевой принадлежности. Это привело к быстрому территориальному сжатию отрасли в Северное Урало-Поволжье, где на базе наиболее конкурентоспособных активов продолжается инвестиционное развитие [6]. Таким образом, с точки зрения исторических предпосылок, внедрение концепции стратегического маркетинга в деятельность российских нефтехимических пред-

* **МАЙЕР Сергей Викторович – к.э.н., генеральный директор ОАО «Волжский оргсинтез».**
ВОЛКОВ Иван Александрович – аспирант кафедры «Мировая экономика и экономическая теория» ВолгГТУ.
ПОПОВСКИЙ Сергей Николаевич – соискатель кафедры «Менеджмент» СГУ.
Рецензент – ВОРОНИН Валерий Павлович – д.э.н., профессор кафедры «Экономическая теория и международный бизнес» ВГУИТ.

приятий осложнено инертностью сложившихся бизнес-моделей.

Помимо этого, существенную роль в развитии стратегического маркетинга на нефтехимических предприятиях играет современное состояние внешней среды.

На настоящий момент времени основная системная проблема нефтехимии в России заключается в разрыве между производством и рынком нефтехимической продукции, что свидетельствует о кризисе отрасли. Кризис отрасли приводит к не только экономическим, но и негативным социальным последствиям, поскольку крупные нефтехимические предприятия нередко являются градообразующими.

Основной причиной проблемы является изменение структуры спроса и предложения нефтехимической продукции. Товарная (ассортиментная) структура большинства российских нефтехимических предприятий сформировалась еще в 1980-х годах и не соответствует международным стандартам. Кроме того, рынок подвергся существенным структурным изменениям. Для примера географических структурных изменений рынка можно указать на активное развитие нефтехимии в странах Ближнего Востока и переход некоторых крупных потребителей российской продукции, например, КНР, от импорта к собственному производству и экспорту.

Существенные трансформации произошли за последние два десятилетия и в инвестиционных процессах. Другой важной проблемой является техническая отсталость и высокий износ основных фондов. Ситуация усугубляется неразвитостью рынка технологий, а также нерешенными проблемами правового и организационного порядка в вопросах охраны и передачи объектов интеллектуальной собственности, сертификации инновационной продукции.

Ряд отечественных исследователей указывает следующие ключевые барьеры на пути развития нефтехимических предприятий [1]:

– низкая инновационная активность предприятий нефтехимического сектора;

– узкие места и недостаточная эффективность инвестиционного процесса;

– недостатки нормативно-правового регулирования;

– инфраструктурные и ресурсно-сырьевые ограничения;

– неадекватность химического машиностроения;

– кадровый дефицит;

– экологическая ситуация.

Комплекс данных проблем накладывает отпечаток на процесс внедрения концепции стратегического маркетинга в деятельность отдельных нефтехимических предприятий.

Помимо текущих факторов, также необходимо рассмотреть потенциал изменения маркетинговой среды нефтехимических предприятий. Так А. М. Исхакова [3] отмечает, что в настоящий момент времени нефтехимические предприятия характеризуются высокой степенью специализации производства. В то же время ориентированы в основном на выпуск полуфабрикатов, что снижает долгосрочные перспективы роста и обрекает их на роль поставщиков сырья для более высокотехнологичных компаний за рубежом. Отдельные региональные нефтехимические предприятия в значительной степени зависят от поставок углеводородного сырья, а значит, при неблагоприятных условиях доступ к сырью может быть осложнен и компании могут в перспективе перейти под контроль более крупных вертикально-интегрированных компаний, если не путем поглощения, то путем развития тесной кооперации, которая лишит их хозяйственной самостоятельности. В связи с этим, стратегическими целями развития самостоятельных нефтехимических предприятий являются: достижение лидирующих позиций на внутреннем и внешнем рынках; производство широкого ассортимента продукции высоких переделов высокого качества с добавленной стоимостью и устойчивым спросом; занять доминирующее положение в поставке инновационной продукции на внутреннем рынке.

Однако исторический подход является не единственным при классификации факторов стратегического маркетинга. С функциональной точки зрения основные факторы развития нефтехимических предприятий можно разделить на:

– финансовые возможности осуществления экономической деятельности (реализованные и нереализованные);

– инновационные (способности нефтехимического предприятия генерировать и внедрять инновационные технологии);

– инвестиционные (способности нефтехимического предприятия использовать инвестиционные ресурсы для создания конкурентоспособных продуктов и получения максимального дохода);

– ресурсные (наличие нефтяных и других природных ресурсов для организации нефтехимического производства);

– экологические (уровень воздействия производства на экологические процессы на территории базирования предприятия, возможности предприятия по снижению экологического ущерба).

В целом можно говорить о необходимости особого внимания к отдельным ключевым факторам успеха нефтехимических предприятий, что позволит повысить эффективность внедрения концепции стратегического маркетинга на них.

Мухаммад С. С. [4] выделяет следующие ключевые факторы успеха работы нефтехимического предприятия:

1. Факторы, связанные с технологией:

– компетентность в научных исследованиях (особенно в наукоемких отраслях);

– способность к инновациям в производственных процессах;
– способность к инновациям в продукции;
– роль экспертов в данной технологии.

2. Факторы, связанные с производством:
– эффективность низкозатратного производства (экономия на масштабе производства, эффект накопления опыта);
– качество производства;
– высокая фондоотдача;
– размещение производства, гарантирующее низкие издержки;
– обеспечение адекватной квалифицированной рабсилой;
– высокая производительность труда (особенно в трудоемких производствах);
– дешевое проектирование и техническое обеспечение;
– гибкость производства при изменении моделей и размеров.

3. Факторы, связанные с распределением:
– мощная сеть дистрибьюторов /дилеров;
– возможность доходов в розничной торговле;
– собственная торговая сеть предприятия;
– быстрая доставка.

4. Факторы, связанные с маркетингом:
– удобный, доступный сервис и техобслуживание;
– широта диапазона химических и нефтепродуктов;
– гарантии покупателям.

5. Факторы, связанные с квалификацией:
– выдающиеся таланты и эксперты в области технологии;
– «ноу-хау» в контроле качества химических и нефтепродуктов.

Управление каждой из рассмотренных групп факторов способствует повышению эффективности функционирования нефтехимических предприятий, а также создает условия для внедрения концепции стратегического маркетинга на них.

Список использованной литературы:

1. Артемов А. В. Анализ стратегии развития нефтехимии до 2015 года / А. В. Артемов, А. В. Брыкин, М. Н. Иванов, О. В. Шеляков, В. А. Шумаев // Рос. хим. ж. (Ж. Рос. хим. об-ва им. Д. И. Менделеева). – 2008. –Т. LII. – № 4. – С. 4-14.
2. Безрукова Т. Л. Управление конкурентоспособностью инновационных проектов промышленных предприятий / Т. Л. Безрукова, А. Н. Борисов, М. К. Добросоцкий. – Воронеж: ВГЛТА, 2010. – 190 с.
3. Исхакова А. М. Тенденции развития инновационной деятельности нефтехимического комплекса Республики Башкортостан [Электронный ресурс] / А. М. Исхакова // Нефтегазовое дело. – 2006. – URL: http://www.ogbus.ru/authors/Ishakova/Ishakova_1.pdf.
4. Мухаммад С. С. Организационно-экономический механизм управления и стратегия развития химического и нефтехимического сектора Нигерии: автореф. дисс ... канд. экон. наук / С. С. Мухаммад. – М., 2008. – 24 с.
5. Отраслевые особенности организации маркетинговой деятельности в современных условиях: монография / под. ред. д.э.н., проф. Л. С. Шаховской. – Шахты: изд-во ЮРГУЭС, 2007. – 392 с.
6. Рязанов В. А. Территориальная организация нефтехимической промышленности России: автореф. дисс ... канд. геогр. наук / В. А. Рязанов. – М., 2009. – 25 с.
7. Химическая и нефтехимическая промышленность [Электронный ресурс]: Институт экономики и социальной политики // Атлас профессий. – выпуск 1. – 2011. – URL: http://www.inesp.ru/download/files/AP_2005_Part_3.Chemical_and_petrochemical_industry.pdf.

Bibliographic references:

1. Artemov A. V. Analysis of strategy of development of petro chemistry till 2015 / A. V. Artemov, A. V. Brykin, M. N. Ivanov, O. V. Shelyakov, V. A. Shumaev // Russian chemical magazine (Magazine of the Russian chemical society after D.I.Mendeleyev). – 2008. – Volume LII. – № 4. – P. 4-14.
2. Bezrukova T. L. Management competitiveness of innovative projects of the industrial enterprises / T. L. Bezrukova, A. N. Borisov, M. K. Dobrosotsky. – Voronezh: VSFEA, 2010. – 190 p.
3. Ishakova A. M. Tendency of development of innovative activity of a petrochemical complex of Republic Bashkortostan [Electronic resource] / A. M. Iskhakova // Oil and gas business. – 2006. – URL: http://www.ogbus.ru/authors/Ishakova/Ishakova_1.pdf.
4. Muhammad C. C. Organizational-economic mechanism of management and strategy of development of chemical and petrochemical sector of Nigeria: thesis ... candidate of economics / S. S. Muhammad. – M., 2008. – 24 p.
5. Branch features of the organization of marketing activity in modern conditions: the monography / under. editorship. Doctor of Economics, prof. L. S. Shahovskaya. – Shachty: Publishing house SRSUES, 2007. – 392 p.
6. Ryazanov V. A. Territorial organization of the petrochemical industry of Russia: thesis ... candidate of economics / V. A. Ryazanov. – M., 2009. – 25 p.
7. The chemical and petrochemical industry [Electronic resource]: economy and social policy Institute // Atlas of professions. – Volume 1. – 2011. – URL: http://www.inesp.ru/download/files/AP_2005_Part_3.Chemical_and_petrochemical_industry.pdf.

УДК 338.45

Ю. И. Дубова, А. Д. Мякинина*

КВАЛИКАТИВНЫЕ ИНСТИТУТЫ КОНТРОЛЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

(Волгоградский государственный технический университет, Россия)

Ключевые слова: менеджмент качества, концепция интеграционного маркетинга, стандарты качества, конкурентоспособность, ISO.

Аннотация: В статье понятие качества увязано с концепцией конкурентоспособности, сформулированы основные положения стратегии управления качеством, изучены некоторые аспекты стандартов ISO серии 9000.

Key words: qualitative management, integrative marketing concept, standards of quality, competitiveness, ISO.

Abstract: In the article, linkages between the notion of quality and the concept of competitiveness are established, major points of qualitative managements are formulated, some aspects of ISO standards series 9000 are examined.

Проблема обеспечения качества стоит перед человечеством столько, сколько существует производство. В разные времена и в разных странах решения этой проблемы были различными. Причины этих различий в разном уровне развития и направленности экономики, в различии политических и экономических систем, в национальных, географических, культурных и иных особенностях разных стран в определенные исторические периоды.

Изучение показало, что с внедрением на предприятиях системы менеджмента качества действующая система управления качеством стала ориентироваться, главным образом, на запросы и требования потребителей. Качество продукции должно быть одним из основных объектов управления, рассматриваемых во взаимосвязи с общей ориентацией деятельности предприятия на потребителя. Такой подход может быть реализован в рамках концепции маркетинга.

Стратегия маркетинга предполагает управление качеством на протяжении всего жизненного цикла продукции от разработки до сбыта. При планировании качества изделия необходимо исходить из требований и условий его эксплуатации или потребления.

Главной целью маркетинга и управления качеством продукции является повышение степени удовлетворения потребностей на основе улучшения качества продукции, используемой потребителем. Поэтому качество и эффективность маркетинговой деятельности и управления качеством продукции должны оцениваться приростом качества и полезности продукции, обусловленным мероприятиями в области маркетинга и управления качеством. Этот прирост выступает критерием оценки эффективности данных видов деятельности. Общность их конечных результатов сводится к приросту фактической степени удовлетворения потребностей, возникающему вследствие прироста качества продукции, используемого в процессе потребления [1, с. 118].

Окончательное формирование концепции управления, ориентированной на рынок (концепции интеграционного маркетинга), датируется серединой 80-х годов. Период интеграционного маркетинга характеризуются следующими факторами:

- потребитель стал опытным и искушенным;
- усилилась конкурентная борьба между производителями;
- появился риск, связанный с инвестированием средств.

На данном этапе развития маркетинга у потребителя появляется возможность предъявлять повышенные требования к качеству продукции и предоставляемым услугам. Осознается необходимость в установлении длительных сбалансированных отношений между предприятием и всеми элементами или группами влияния, задействованными в процессе производства и сбыта товаров или услуг. Особых усилий требует создание и удержание конкурентных преимуществ, т.е. сокращение издержек путем оптимизации собственной работы, использование новых потенциалов, снижение себестоимости продукции, повышение производительности труда.

На международном уровне определяются стандарты качества. Качество определяется как совокупность свойств и характеристик продукции или услуги,

* **ДУБОВА Юлия Игоревна – к.э.н., доцент кафедры «Мировая экономика и экономическая теория» ВолгГТУ.**
МЯКИНИНА Анастасия Дмитриевна – студент кафедры «Мировая экономика и экономическая теория» ВолгГТУ.
Рецензент – МЕЩЕРЯКОВ Дмитрий Алексеевич – д.э.н., профессор кафедры «Региональная экономика и менеджмент», проректор ВИЭСУ.

которые придают им способность удовлетворять потребности покупателей. На первое место выходит такое понятие как конкурентоспособность товара.

Таким образом, понятие качества оказывается тесно связанным с понятием конкурентоспособности. Если конкурентоспособность характеризуется соответствием конкретной общественной потребности, то качество – это совокупность свойств. Оценить конкурентоспособность возможно, сопоставив неоднородные товары, – главное, чтобы они удовлетворяли одну и ту же потребность. Параметры конкурентоспособности определяются, как правило, исходя из интересов потребителя, а параметры качества – из интересов производителя и зависят от технического уровня продукции, который, в свою очередь, задается техническим уровнем производства. К основным факторам рынка, значительно влияющим на конкурентоспособность товара, относятся: наличие конкурентов, социально-демографические и социально-этнические характеристики, степень удовлетворения спроса на товар, емкость отдельных сегментов рынка, развитие сервисного обслуживания [2, с. 235].

В последние десятилетия наблюдается тенденция к интеграции экономик стран с разным уровнем экономического развития, с разными национальными и религиозными традициями. Это приводит к необходимости применения единых подходов к организации производства и системы обеспечения качества на транснациональных производствах.

Результатом этого процесса явилось создание международных стандартов ИСО серии 9000, регламентирующих правила построения систем качества. Эти стандарты достаточно универсальны для их применения в различных странах, в организациях с различными профилями деятельности, с различными формами собственности. Вместе с тем, наличие общих для всех обязательных требований упрощает понимание между партнерами по бизнесу, способствует развитию отношений на основе доверия. В России эти стандарты изданы в качестве государственных стандартов ГОСТ Р.

В мире существует 70 тысяч компаний, имеющих сертифицированные системы качества. На отечественных предприятиях зародились и последовательно применялись такие системы управления как БИП, СБТ, КАНАРСПИ, НОРМ, КСУКП, КС УПК И ЭИР, КС ПЭП. Комплексный системный подход, учет всех факторов, влияющих на качество, использование основ теории управления, средств и методов стандартизации, метрологии и контроля качества обеспечили широкое и эффективное применение этих систем [5].

Принципиальное отличие создаваемых на предприятиях систем качества по ИСО 9000 от комплексных систем управления заключается в их четкой направленности на удовлетворение конкретных запросов потребителей.

Стратегия управления качеством предусматривает наличие следующих положений:

– обеспечение качеством понимается как систематический процесс, включающий все подразделения предприятия, то есть переход от ориентации на качество продукции к ориентации на качество деятельности;

– соответствие организационной структуры новому понятию качества, которое должно быть ориентировано на потребителя, а не на производителя (управление качеством должно опираться на рыночные механизмы);

– в управлении качеством необходимо выявление всех резервов и факторов, влияющих на качество;

– управление качеством требует использования современных технологий изготовления продукции, измерений показателей качества и обработки информации для принятия решений;

– управление качеством должно обеспечиваться привлечением широких слоев работающих путем повышения их заинтересованности.

Качество продукции в России пока лишь рассматривается как средство достижения цели в условиях выживания предприятий, как общая характеристика выпускаемой продукции.

Понятие «качества деятельности», которое значительно шире понятия «качества продукции», пока сложно определить для российских условий, хотя многие предприятия уже проявляют некоторые его черты: взаимодействие, гибкость, перестройка производственной управленческой деятельности, поиск партнеров, обновление продукции.

Этот процесс происходит успешно на предприятиях, имеющих высокий потенциал качества управления, в который включаются следующие критерии:

– уровень организации управления;

– культура управления и профессионализм персонала;

– методология управления качеством.

В условиях, достаточно проблемных для российских предприятий с социально-экономической точки зрения, очень важно изучать и внедрять зарубежный опыт управления качеством, выявляя резервы и снижая затраты на производство при стабилизации показателей качества продукции и труда с дальнейшим переходом к их росту [6].

В России сделаны уже первые шаги по вопросам управления качеством и принят ряд законов: «О стандартизации»; «О защите прав потребителей»; «О сертификации продукции и услуг»; «Об обеспечении единства измерений».

Конечная оценка качества изготовляемой продукции осущест-

вляется на основе Государственной системы стандартизации Российской Федерации (ГСС) с выдачей сертификата соответствия требуемому качеству.

Негативный опыт российских предприятий, связанный с Комплексной системой управления качеством продукции (КС УКП), очень мешает при создании систем качества на основе стандартов ИСО серии 9000. Многие руководители предприятий полагают, что при наличии КС УКП внедрение новой системы качества на основе стандартов ИСО серии 9000 является бессмысленным.

Следует сказать, что многие российские предприятия уже приступили к созданию системы качества, соответствующей стандартам ИСО серии 9000. Это наиболее современный международный стандарт на системы качества, воплотивший в себе весь лучший мировой опыт теории и практики управления качеством. Он является мощным инструментом и помощником для обеспечения эффективной работы, роста благосостояния российских предприятий и их работников, а также укрепления позиции России в мировом экономическом сообществе. По оценкам западных специалистов, с переходом Европы к общеевропейскому рынку в 90 % контрактных отношений потребитель требует от предприятия-поставщика подтверждения о наличии системы обеспечения качества, соответствующей стандартам ИСО серии 9000.

Семейство стандартов ISO серии 9000:2008 отводит потребителю центральное место во всей системе менеджмента качества (рис. 1). Согласно положениям стандарта, «приемлемость продукции, в конечном счете, устанавливается потребителем», следовательно, потребитель является ключевым объектом, на основе требований и ожиданий которого определяются детерминанты качества продукции, а также процессы, обеспечивающие ее соответствующее качество. Кроме того, цель организации, действующей на основе стандартов ISO 9000:2008, формулируется как постоянное повышение степени удовлетворенности потребителей [3, с. 116].

Рис. 1. – Модель системы менеджмента качества, основанной на процессном подходе [3, с. 120]

В связи с этим определение в стандарте потребителя как ключевого звена деятельности организации повышает значимость отдела маркетинга в процессе управления качеством организации и, как следствие, увеличивает требования к качеству работы данного отдела. Главной задачей отдела маркетинга в рамках функционирующей системы менеджмента качества является качественное управление взаимоотношениями с потребителем, основными параметрами которого, в соответствии с положениями стандарта ISO 9000:2008, являются «удовлетворенность» и «требования» потребителя.

Важность понимания требований потребителей заключается в том, что запросы клиентов определяют входные данные для системы менеджмента качества. За счет более точного и полного понимания требований потребителей обеспечивается достижение более высокой степени их удовлетворенности.

Организация должна собирать и анализировать «информацию о восприятии потребителями соответствия организации требованиям потребителей» [3, с. 121]. Однако при оценке степени удовлетворенности потребителей компании следует учитывать, что «точное понимание запросов потребителей можно получить только с «позиции потребителя», а не с «позиции организации».

Сбор и анализ информации о степени удовлетворенности потребителей должны осуществляться отделом маркетинга регулярно, так как организация постоянно испытывает давление, обусловленное конкуренцией и техническим прогрессом. Более того, о необходимости проведения исследований на регулярной основе при функционировании системы менеджмента качества свидетельствует цикл по-

стоянного совершенствования, рассмотренный в стандарте ISO 9001:2008 в качестве методологии управления процессами и отражающий принцип постоянного улучшения [4].

Для успешного освоения принципов всеобщего управления качеством требуется не только проведение комплекса мероприятий внутри предприятия, но и создание благоприятных внешних условий: законодательной базы, координации усилий сторон, использование оправдавших себя методов и средств воздействия на качество. Интеграция всех участников процесса и реализация необходимых мер по многим направлениям деятельности возможны только в рамках единого сквозного механизма управления качеством, который создается в России.

Список использованной литературы:

1. Гордашникова О. Ю. Развитие маркетингового потенциала системы менеджмента качества / О. Ю. Гордашникова // Вестник Саратовского Государственного Технического Университета. – 2010. – № 1. – Т. 2. – С. 219-225.

2. Дементьев А. Ю. Проблемные вопросы в маркетинговой деятельности предприятия / А. Ю. Дементьев // Сервис в России и за рубежом. – 2010. – № 1. – С. 231-238.

3. Кудрявцева Е. П. Ориентация на удовлетворение потребностей потребителей как связующее звено функций маркетинга и международных стандартов управления качеством ISO серии 9000:2008 / Е. П. Кудрявцева // Ars Administrandi. – 2010. – № 2. – С. 114-123.

4. Маркетинговые коммуникации в маркетинговых каналах сбыта продукции / Е. Г. Попкова, О. Е. Акимова, Т. Н. Митрахович, А. А. Назаренко // Вестник филиала Всероссийского заочного финансово-экономического института в г. Волгограде. – 2007. – № 4. – С. 101-108.

5. Отраслевые особенности организации маркетинговой деятельности в современных условиях: монография / Л. С. Шаховская, О. М. Аристова, Е. Г. Гущина, А. Ю. Заруднева, О. В. Конина, Т. В. Нестеренко, А. А. Овчарова, Е. Г. Попкова и др.; под ред. Л. С. Шаховской; ЮРГУЭС. – Шахты: Изд-во ЮРГУЭС, 2007. – 392 с.

6. Управление маркетингом в современных условиях: монография / Л. С. Шаховская, Е. Г. Попкова, А. А. Волков, А. А. Джинджолия, В. Н. Островская, Ю. А. Ерошин, Д. В. Поликарпов, О. В. Конина, А. А. Ардзинба, О. Е. Акимова, Т. Н. Митрахович, А. В. Водопьянов, И. В. Балалаева; под ред. Л. С. Шаховской; ВолгГТУ. – Волгоград, 2008. – 254 с.

Bibliographic references:

1. Gordashnikova O. U. Maketing potencial of quality management system development / O. U. Gordashnikova // Bulletin of the Saratov State Technical University. – 2010. – № 1. – T. 2. – P. 219-225.

2. Dementyev A. U. Arguable issues concerning marketing activity of the enterprise / A. U. Dementyev // Service in Russia and abroad. – 2010. – № 1. – P. 231-238.

3. Kudryavtseva E. P. Orientation on the consumer requirements satisfaction as a relation between the functions of marketing and the international standards of quality management ISO series 9000:2008 / E. P. Kudryavtseva // Ars Administrandi. – 2010. – № 2. – P. 114-123.

4. Marketing communications in marketing trade channels of production / E. G. Popkova, O. E. Akimova, T. N. Mitrahovich, A. A. Nazarenko // Bulletin of Russian financial and economic institute Volgograd branch. – 2007. – № 4. – P. 101-108.

5. Branch features of the organization of marketing activity in modern conditions: monography / L. S. Shahovskaya, O. M. Aristova, E. G. Guschina, A. J. Zarudneva, O. V. Konina, T. V. Nesterenko, A. A. Ovcharova, E. G. Popkova; under the editorship of L. S. Shahovskaya. – 2007. – 392 p.

6. Management of marketing under modern conditions: the monography / L. S. Shahovskaya, E. G. Popkova, A. A. Volkov, A. A. Dzhindzholija, V. N. Ostrovsky, J. A. Eroshin, D. V. Polikarpov, O. V. Konina, A. A. Ardzinba, O. E. Akimova, T. N. Mitrahovich, A. V. Vodopyanov, I. V. Balalaeva; under the editorship of L. S. Shahovskaya; VSTU. – Volgograd, 2008. – 254 p.

АННОТАЦИИ

РАЗДЕЛ 1: ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

И. М. Подмолодина, Ю. В. Куликов
О МЕТОДИЧЕСКОМ ПОДХОДЕ К ОЦЕНКЕ НАДЕЖНОСТИ ПОСТАВЩИКОВ

Авторами предложена методика оценки рейтинга поставщиков в качестве одного из механизмов адаптации транснациональных корпораций к российским условиям хозяйствования, внедрение которой позволит снизить предпринимательские риски и повысить эффективность работы компаний.

Л. Н. Ананьева, М. А. Кольцова
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ УРОВНЯ И КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

В статье рассматривается авторский подход к сущности экономической категории «качество жизни» через категорию «личное потребление».

А. В. Литвинова, Е. Г. Черная
РАЗВИТИЕ МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К КОЛИЧЕСТВЕННОЙ ОЦЕНКЕ ВЛИЯНИЯ РОЗНИЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ НА ПРОИЗВОДСТВО И РЕАЛИЗАЦИЮ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОДУКТА В РОССИИ

Исследована роль розничного кредитования как важнейшей составной части общественного продукта страны; выявлены факторы влияния розничного кредитования на производство и реализацию общественного продукта; предложена методика многофакторной оценки влияния розничного кредитования на производство и реализацию общественного продукта в России, основанная на оценке направленности и силы воздействия каждого фактора и измерении эффекта (прироста ВВП) от усиления их позитивного влияния на общественный продукт.

Е. Д. Вайсман, А. А. Уфимцев
ГИПОТЕЗА ФРАКТАЛЬНОГО РЫНКА – КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ ОСНОВА СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМ РИСКОМ

В статье показано несоответствие теории эффективного рынка современным методам прогнозирования. Проведен анализ особенностей современных рыночных процессов, доказана их неслучайность, информационная избирательность, динамичность развития и т.д. С учетом этих особенностей обоснована правомерность применения гипотезы фрактального анализа как основы для прогнозирования и управления предпринимательским риском.

Т. В. Закшевская
МЕТОДИКА РАЗРАБОТКИ АНТИКРИЗИСНОЙ СТРАТЕГИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье приводятся этапы разработки антикризисной стратегии предприятия. Рассматривается воздействие факторов внешней макросреды и микросреды на предприятие в условиях кризиса. Предлагается методика разработки антикризисной стратегии сельскохозяйственной организации.

РАЗДЕЛ 2: ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

И. Ф. Хицков, Г. И. Чогут, А. И. Хицков
РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ИННОВАЦИОННОМ РЕЖИМЕ

В статье на основе анализа сложившегося экономического состояния сельскохозяйственных предприятий, системы государственной поддержки, финансовой деятельности финансового сектора экономики, изучения положительного опыта агробизнеса землепользователей предложены важнейшие направления развития аграрного производства на инновационной основе; приведены мероприятия по совершенствованию инвестиционной деятельности и государственной поддержке предпринимательства, проведению ценовой политики в АПК, формированию устойчивого развития сельских территорий.

В. М. Баутин, И. Ш. Дзахмишева, З. А. Дзахмишева
ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ КОНСЕРВНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КБР

В работе проведен ситуационный анализ инновационной деятельности предприятий консервной промышленности КБР, определены показатели эффективности инновационной деятельности, выявлены причины кризиса и предложен комплекс организационно-управленческих, технико-экономических и социально-психологических инноваций, направленных на обеспечение конкурентоспособности и эффективности консервного производства.

РАЗДЕЛ 3: РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Р. И. Мельникова
УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ЕГО РОЛЬ В УСПЕШНОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА

В статье рассматривается роль кадрового потенциала в развитии региона. На основе результатов социологических исследований обосновывается необходимость подготовки и переподготовки управленческих кадров, получения ими дополнительного управленческого образования в соответствии с требованиями времени.

Д. А. Мещеряков, Л. Н. Позднякова
ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ В РАЗВИТИИ ЭКСКЛАВНОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье рассматриваются общее и особенное в развитии эксклавной региональной экономики с учетом ее геополитического положения и индивидуальных особенностей хозяйственного комплекса.

РАЗДЕЛ 4: УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКОЙ В РЫНОЧНОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Н. И. Трухина, В. Н. Баринов
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ЖИЛИЩНОЙ СФЕРЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Исследуется роль планирования в деятельности управляющих организаций жилищной сферы. С помощью набора критериев строится экономико-математическая модель принятия оптимальных решений, позволяющих обеспечить достижение стратегических целей организаций. Рассматривается динамический случай. Используются методы линейного программирования и математической статистики.

Г. В. Корнева
ПРЕДПРИЯТИЕ КАК УПРАВЛЯЕМАЯ СИСТЕМА

В статье обосновывается понятие «система» как целостный объект, состоящий из множества взаимосвязанных элементов, взаимодействующих друг с другом. Предъявляются требования к отношениям между подсистемами (элементами), существенно влияющими на эффективность управления предприятиями.

Т. Е. Нестерова
ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В статье приводится характеристика развития системы управления промышленным предприятием. Выделены организационные условия процесса развития системы управления промышленным предприятием. Разработана процедура организационного обеспечения развития системы управления промышленным предприятием.

Хайдер А. Аббас Мохаммед, В. С. Петровский, А. А. Грибанов
ИССЛЕДОВАНИЕ И РАЗРАБОТКА ПРОЦЕССА ФРЕЗЕРОВАНИЯ ДЕКОРАТИВНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ МЕБЕЛИ НА СТАНКАХ С ЧПУ

В статье рассматриваются особенности процесса фрезерования декоративных элементов мебели и разработки программ для станков с ЧПУ.

РАЗДЕЛ 5: ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА И МАРКЕТИНГА

А. Ю. Стребков
СПЕЦИФИКА МАРКЕТИНГА ОТНОШЕНИЙ НА IT–РЫНКЕ

В статье показано, что оптимальная модель бизнес-коммуникаций для рынка IT, в частности для телекоммуникационного сегмента, определяется концепцией маркетинга отношений, которая подразумевает построение устойчивой связи с потребителями, контрагентами, общественно-политическими институтами. Обсуждаются общие и частные цели маркетинга отношений на предприятиях телекоммуникационной сферы.

А. Ю. Полевой
ПРИЛОЖЕНИЕ МОДЕЛИ РЫНКА С СЕТЕВЫМИ ЭФФЕКТАМИ К АНАЛИЗУ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ

В статье обсуждается место телекоммуникационной отрасли в процессе становления информационной экономики. Структура рынка телекоммуникаций проанализирована на основе модели сетевых эффектов. Показано, что сетевые рынки, являясь местом и способом распространения информационного продукта, одновременно выступают фактором монополизации в условиях НТП.

С. В. Майер, И. А. Волков, С. Н. Поповский
ФАКТОРЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ

В статье исследуется роль стратегического маркетинга в управлении нефтехимическим предприятием, указываются факторы повышения его эффективности, а также выявляются барьеры на пути внедрения стратегического маркетинга в отрасль нефтехимии.

Ю. И. Дубова, А. Д. Мякинина
КВАЛИКАТИВНЫЕ ИНСТИТУТЫ КОНТРОЛЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье понятие качества увязано с концепцией конкурентоспособности, сформулированы основные положения стратегии управления качеством, изучены некоторые аспекты стандартов ISO серии 9000.

ABSTRACTS

SECTION 1: THE THEORY AND METHODOLOGY OF THE MODERN ECONOMY

I. M. Podmolodina, Yu. V. Kulikov
ABOUT A METHODICAL APPROACH TO AN ASSESSMENT OF RELIABILITY OF SUPPLIERS

The authors proposed a method for assessing the reliability of suppliers as one of the mechanisms of adaptation of transnational corporations to the Russian economic conditions, implementation of which will reduce business risks and improve the efficiency of companies.

L. N. Ananieva, M. A. Koltsova
THEORETICAL ASPECTS OF RESEARCH OF LEVEL AND QUALITY OF LIFE OF THE POPULATION

The article is devoted to authors conception of the «life quality» as an economical category through «personal consuming» category.

A. V. Litvinova, E. G. Chernaya
DEVELOPMENT OF METHODICAL APPROACHES TO A QUANTITATIVE ASSESSMENT OF INFLUENCE OF RETAIL CREDITING FOR PRODUCTION AND REALIZATION OF A PUBLIC PRODUCT IN RUSSIA

investigated the role of retail lending as the most important part of the social product of the country; identified factors influence retail lending for production and sales of the social product; proposed a method for the multi-factors impact of assessing retail lending on the production and distribution of social product in Russia, based on an assessment of the direction and magnitude of the each effect factor's and the effect's measurement (GDP) by increasing their positive impact on the social product.

E. D. Vaisman, A. A. Ufimtsev
HYPOTHESIS OF THE FRAKTALNY MARKET – A CONCEPTUAL BASIS OF MODERN METHODS OF FORECASTING AND MANAGEMENT OF ENTERPRISE RISK

In article discrepancy of the theory of the effective market to modern methods of forecasting is shown. The analysis of features of modern market processes is carried out, their nonrandomness is proved, information selectivity, dynamism of development etc. Taking into account these features is proved legitimacy of application of a fractal analysis hypothesis as bases for forecasting and management of enterprise risk.

T. V. Zakshevskaya
TECHNIQUE OF DEVELOPMENT OF ANTI–RECESSIONARY STRATEGY OF THE AGRICULTURAL ORGANIZATION

In article development cycles of anti-recessionary strategy of the enterprise are resulted. Influence of factors of external macro-environment and macro-environment on the enterprise in crisis is considered. The technique of working out of anti-recessionary strategy of the agricultural enterprise is offered.

SECTION 2: INNOVATIVE ASPECTS OF STRATEGIC DEVELOPMENT RUSSIA

I. F. Hitskov, G. I. Chogut, A. I. Hitskov
DEVELOPMENT OF BUSINESS ACTIVITY OF LAND USERS IN AN INNOVATIVE MODE

In the article the major development directions of agrarian production based on innovations are offered on the analysis basis of the agricultural enterprises established economic condition, the state support system, the financial economic sector activity, the enterprises functioning positire experience; the investment activity perfection and the state agrobusiness support actions, the carrying out of the price policy in the agricultural sector, the rural territories sustainable development forming are resulted.

V. M. Bautin, I. Sh. Dzachmisheva, Z. A. Dzachmisheva
ASSESSMENT OF INNOVATIVE ACTIVITY OF THE ENTERPRISES OF THE CANNING INDUSTRY IN KBR

In work situation analysis of innovative activity of the enterprises of canning industry KBR is spent, indicators of efficiency of innovative activity are defined, the reasons of crisis are established and the complex organizational-administrative, technical and economic and socially-psychological is offered an innovation, the competitiveness directed on maintenance and efficiency of canning manufacture.

SECTION 3: REGIONAL ECONOMY

R. I. Melnikova
ADMINISTRATIVE PERSONNEL POTENTIAL AND ITS ROLE IN SUCCESSFUL DEVELOPMENT OF THE REGION

In article the role of personnel potential in region development is considered. On the basis of results of sociological inspections necessity of preparation and retraining of administrative shots, receptions of additional administrative formation by them according to time requirements is proved.

D. A. Mesheryakov, L. N. Pozdnyakova
THE GENERAL AND SPECIAL IN DEVELOPMENT OF EXCLAVES REGIONAL ECONOMY

In article the general are considered and especial in development exclaves regional economy taking into account its geopolitical position and specific features of an economic complex.

SECTION 4: MANAGEMENT OF ECONOMY IN THE MARKET ECONOMY

N. I. Truhina, V. N. Barinov
STRATEGIC PLANNING OF ACTIVITY OF THE ORGANIZATIONS OF HOUSING SPHERE IN MODERN CONDITIONS

The planning role in activity of the operating organizations of housing sphere is investigated. By means of a set of criteria the economic-mathematical model of acceptance of the optimum decisions is under construction, allowing to provide achievement of strategic targets of the organizations. The dynamic case is considered. Methods of linear programming and the mathematical statistics are used.

G. V. Korneva
THE ENTERPRISE AS OPERATED SYSTEM

In article the concept «system» – as the complete object consisting of set of interconnected elements, cooperating with each other is proved. Demands are made to relations between the subsystems (elements) essentially influencing management efficiency by the enterprises.

T. E. Nesterova
ORGANIZATIONAL MAINTENANCE OF FORMATION AND CONTROL SYSTEM DEVELOPMENT BY THE INDUSTRIAL ENTERPRISE

In article the characteristic of development of a control system is resulted by the industrial enterprise. Organizational conditions of development of a control system of the industrial enterprise are allocated. Procedure of organizational maintenance of development of a control system by the industrial enterprise is developed.

Haider A. Abbas Mohammad, V. S. Petrovsky, A. A. Gribanov
RESEARCH AND DEVELOPMENT OF PROCESS OF MILLING OF DECORATIVE ELEMENTS OF FURNITURE ON MACHINES WITH CNC

This article discusses features of the process of cutting the decorative elements of furniture and develop programs for CNC machines.

SECTION 5: PRODUCTION AND MARKETING ORGANIZATION

S. V. Mayer, I. A. Volkov, S. N. Popovskiy
FACTORS OF STRATEGIC MARKETING AT THE ENTERPRISE
This article describes a role of strategic marketing in the management in petrochemical business. The factors of its efficiency are identified and the barriers on the way of strategic marketing implementation in the petrochemical industry are revealed.

Yu. I. Dubova, A. D. Myakinina
QUALITATIVE INSTITUTES OF CONTROL OF MARKETING ACTIVITY
In the article, linkages between the notion of quality and the concept of competitiveness are established, major points of qualitative managements are formulated, some aspects of ISO standards series 9000 are examined.

A. Yu. Strebkov
SPECIFICS OF MARKETING OF THE RELATIONS IN THE IT MARKET
In the article it is indicated that the optimal business-communication model for IT market (particularly for the telecom segment) takes its shape under the relationship marketing concept, which implies creation of a stable relationship with customers, partners, social and political institutes. General and particular aims of relationship marketing within the telecom enterprises are discussed.

A. Yu. Polevoy
THE MARKET MODEL APPENDIX WITH NETWORK EFFECTS TO THE ANALYSIS OF TELECOMMUNICATION BRANCH IN RUSSIA
In the article, telecommunications' role in the information economy development is discussed. Telecom market structure is analyzed on the basis of network effect model. It is shown, that a network market as a place and a method of information spread is a simultaneous factor of monopolization under the technological change conditions.

СПИСОК АВТОРОВ

АНАНЬЕВА Людмила Николаевна – к.т.н., доцент кафедры «Процессы и аппараты химических и пищевых производств», ученый секретарь совета ВГУИТ, e-mail: post@vsuet.ru

БАРИНОВ Валерий Николаевич – д.э.н., профессор кафедры «Организация строительства, экспертиза и управление недвижимостью» ВГАСУ, e-mail: vsd@mail.ru

БАУТИН Василий Михайлович – д.э.н., профессор кафедры «Управление, организация производства и отраслевая экономика» ВГУИТ, e-mail: uopioe@yandex.ru

ВАЙСМАН Елена Давидовна – к.э.н., доцент, профессор кафедры «Экономика и финансы» ЮУрГУ, e-mail: Vaisman_elena@mail.ru

ВОЛКОВ Иван Александрович – аспирант кафедры «Мировая экономика и экономическая теория» ВолгГТУ, e-mail: volkof.ivan@gmail.com

ГРИБАНОВ Андрей Анатольевич – к.т.н., старший преподаватель кафедры «Автоматизация производственных процессов» ВГЛТА, e-mail: vgltaapp@km.ru

ДЗАХМИШЕВА Залина Амирбиевна – к.э.н., ст. преподаватель кафедры «Экономика и организация производства» Нальчикского института кооперации филиала БУКЭП, e-mail: uopioe@yandex.ru

ДЗАХМИШЕВА Ирина Шамильевна – д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров» КБГСХА им. В. М. Кокова, e-mail: uopioe@yandex.ru

ДУБОВА Юлия Игоревна – к.э.н., доцент кафедры «Мировая экономика и экономическая теория» ВолгГТУ, e-mail: 210471@mail.ru

ЗАКШЕВСКАЯ Татьяна Васильевна – аспирант НИИ ЭО АПК ЦЧР РФ, e-mail: upr-nii@yandex.ru

КОЛЬЦОВА Марианна Анатольевна – к.э.н., доцент кафедры «Экономика и финансовое право» РГСУ г. Воронеж, e-mail: post@vsuet.ru

КОРНЕВА Галина Викторовна – к.э.н., доцент, зав. кафедрой «Бухгалтерский учет и аудит» Академии труда и социальных отношений, e-mail: korneva-atiso@mail.ru

КУЛИКОВ Юрий Владимирович – соискатель кафедры «Экономическая теория и международный бизнес» ВГУИТ, e-mail: Podmin@mail.ru

ЛИТВИНОВА Алла Владимировна – д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Финансы и кредит» Волжского гуманитарного института (филиала) ФГБОУ ВПО «ВолгГУ», e-mail: litvinova_av@mail.ru

МАЙЕР Сергей Викторович – к.э.н., генеральный директор ОАО «Волжский оргсинтез», e-mail: 210471@mail.ru

МЕЛЬНИКОВА Раиса Ильинична – д. социол. н., профессор, ректор ВИЭСУ, e-mail: viesm@vmail.ru

МЕЩЕРЯКОВ Дмитрий Алексеевич – д.э.н., профессор, проректор по научной работе и развитию, профессор кафедры «Региональная экономика и менеджмент» ВИЭСУ, e-mail: viesm@vmail.ru

МОХАММЕД Хайдер А. Аббас – аспирант кафедры «Автоматизация производственных процессов» ВГЛТА, e-mail: mr_haider81@yahoo.com

МЯКИНИНА Анастасия Дмитриевна – студент кафедры «Мировая экономика и экономическая теория» ВолгГТУ, e-mail: 210471@mail.ru

НЕСТЕРОВА Татьяна Евгеньевна – соискатель кафедры «Экономическая теория и международный бизнес» ВГУИТ, e-mail: svsh1977@mail.ru

ПЕТРОВСКИЙ Владислав Сергеевич – д.т.н., профессор, зав. кафедрой «Автоматизация производственных процессов» ВГЛТА, e-mail: vgltaapp@bk.ru

ПОДМОЛОДИНА Ирина Михайловна – д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Экономическая теория и международный бизнес» ВГУИТ, e-mail: Podmin@mail.ru

ПОЗДНЯКОВА Лариса Николаевна – соискатель кафедры «Региональная экономика и менеджмент» ВИЭСУ, e-mail: viesm@vmail.ru

ПОЛЕВОЙ Антон Юрьевич – аспирант кафедры «Информационные технологии и математические методы в экономике» ВГУ, e-mail: 210471@mail.ru

ПОПОВСКИЙ Сергей Николаевич – соискатель кафедры «Менеджмент» СГУ, e-mail: 210471@mail.ru

СТРЕБКОВ Андрей Юрьевич – аспирант кафедры «Информационные технологии и математические методы в экономике» ВГУ, e-mail: 210471@mail.ru

ТРУХИНА Наталья Игоревна – д.э.н., профессор кафедры «Организация строительства, экспертиза и управление недвижимостью» ВГАСУ, e-mail: ntruhina@list.ru

УФИМЦЕВ Антон Александрович – аспирант кафедры «Экономика и финансы» ЮУрГУ, e-mail: aufimtsev@mail.ru

ХИЦКОВ Андрей Иванович – к.э.н., ведущий научный сотрудник НИИ ЭО АПК ЦЧР России Россельхозакадемии, e-mail: upr-nii@yandex.ru

ХИЦКОВ Иван Федорович – д.э.н., профессор, академик Россельхозакадемии, директор НИИ ЭО АПК ЦЧР России Россельхозакадемии, e-mail: upr-nii@yandex.ru

ЧЕРНАЯ Елена Григорьевна – ст. преподаватель кафедры «Финансы и кредит» Волжского гуманитарного института (филиала) ФГБОУ ВПО «ВолгГУ», e-mail: tchornaja@mail.ru

ЧОГУТ Галина Ивановна – д.э.н., профессор НИИ ЭО АПК ЦЧР России Россельхозакадемии, e-mail: upr-nii@yandex.ru

THE LIST OF AUTHORS

ANANIEVA Ludmila Nikolaevna – Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Chair of «Processes and Apparatuses of Chemical and Food Industry», Scientific Secretary, VSUET, e-mail: post@vsuet.ru

BARINOV Valeriy Nikolaevich – Doctor of Economics, Professor of the Chair of the «Construction Organization, Examination and Management of Real Estate», VSUCEA, e-mail: vsd@mail.ru

BAUTIN Vasiliy Mikhailovich – Doctor of Economics, Professor of the Chair of the «Management, Production Organization and Branch Economy», VSUET, e-mail: uopioe@yandex.ru

VAISMAN Elena Davidovna – Candidate of Economics, Professor of the Chair of the «Economy and Finance», SUSU, e-mail: Vaisman_elena@mail.ru

VOLKOV Ivan Aleksandrovich – post-graduate student of the Chair of the «World Economy and Economic Theory», VolgSTU, e-mail: volkof.ivan@gmail.com

GRIBANOV Andrey Anatolievich – Candidate of Technical Sciences, senior professor of the Chair of the «Automation of Productions», VSAFE, e-mail: vgltaapp@km.ru

DZACHMISHEVA Zalina Amirbievna – Candidate of Economics, Associate Professor of the Chair of «Economy and the Manufacture Organization», Nalchik Institute of Cooperation – branch of the BUCC, e-mail: uopioe@yandex.ru

DZACHMISHEVA Irina Shamilevna – Doctor of Economics, Professor, Head of the Chair of the «Merchandizing and Examination of the Nonfood Goods», KBSAA after V. M. Kokova, e-mail: uopioe@yandex.ru

DUBOVA Yulia Igorevna – Candidate of Economics, Associate Professor of the Chair of the «World Economy and Economic Theory», VolgSTU, e-mail: 210471@mail.ru

ZAKSHEVSKAYA Tatyana Vasilievna – post-graduate student, State Scientific Institution Research and Development Institute EIA AIC BER RF, e-mail: upr-nii@yandex.ru

KOLTSOVA Marianna Anatolievna – Candidate of Economics, Associate Professor «Economy and Financial Low», RSSU, Voronezh, e-mail: post@vsuet.ru

KORNEVA Galina Viktorovna – Candidate of Economics, Associate Professor, Head of the Chair of «Accounting and Audit», Academy of Work and Social Relations, e-mail: korneva-atiso@mail.ru

KULIKOV Yury Vladimirovich – competitor of the Chair of the «Economic Theory and International Business», VSUET, e-mail: Podmin@mail.ru

LITVINOVA Alla Vladimirovna – Doctor of Economics, Professor, Head of the Chair of the «Finance and Credit», VSI (branch) SEI HPO VolSU, e-mail: litvinova_av@mail.ru

MAYER Sergey Viktorovich – Candidate of Economics, Director-General of OAO «Volzhsk orgsynthesis», e-mail: 210471@mail.ru

MELNIKOVA Raisa Iliinichna – Doctor of Sociological Sciences, Professor, rector, VIESM, e-mail: viesm@vmail.ru

MESHERYAKOV Dmitriy Alekseevich – Doctor of Economics, Professor of the Chair «Regional Economy and Management», pro-rector, VIESM, e-mail: viesm_mda@rambler.ru

MOHAMMAD Haider A. Abbas – post-graduate student of the Chair of the «Automation of Productions», VSAFE, e-mail: mr_haider81@yahoo.com

MYAKININA Anastasia Dmitrievna – student of the Chair of the «World Economy and Economic Theory», VolgSTU, e-mail: 210471@mail.ru

NESTEROVA Tatyana Evgenievna – competitor of the Chair of the «Economic Theory and International Business», VSUET, e-mail: svsh1977@mail.ru

PETROVSKY Vladislav Sergeevich – Doctor of Technical Sciences, Professor, Head of the Chair of the «Automation of Productions», VSAFE, e-mail: vgltaapp@bk.ru

PODMOLODINA Irina Michailovna – Doctor of Economics, Professor, Head of the Chair of the «Economic Theory and International Business», VSUET, e-mail: Podmin@mail.ru

POZDNYAKOVA Larisa Nikolaevna – competitor of the Chair of the «Regional Economy and Management», VIESM, e-mail: viesm@vmail.ru

POLEVOY Anton Yurievich – post-graduate student of the Chair of the «Information Technologies and Mathematical Methods in Economy», VSU, e-mail: 210471@mail.ru

POPOVSKIY Sergey Nikolaevich – competitor of the Chair of the «Management», SSU, e-mail: 210471@mail.ru

STREBKOV Andrey Yurievich – post-graduate student of the Chair of the «Information Technologies and Mathematical Methods in Economy», VSU, e-mail: 210471@mail.ru

TRUHINA Natalia Igorevna – Doctor of Economics, Professor of the Chair of the «Construction Organization, Examination and Management of Real Estate», VSUCEA, e-mail: ntruhina@list.ru

UFIMTSEV Anton Aleksandrovich – post-graduate student of the Chair of the «Economy and Finance», SUSU, e-mail: aufimtsev@mail.ru

HITSKOV Andrey Ivanovich – Candidate of Economics, Leading research associate, State Scientific Institution Research and Development Institute EIA AIC BER RF, e-mail: upr-nii@yandex.ru

HITSKOV Ivan Fedorovich – Doctor of Economics, Professor, Academician of Russian Agricultural Academy, director of the State Scientific Institution Research and Development Institute EIA AIC BER RF, e-mail: upr-nii@yandex.ru

CHERNAYA Elena Grigorievna – senior professor at the Chair of «Finance and Credit», VSI (branch) SEI HPO VolSU, e-mail: tchornaja@mail.ru

CHOGUT Galina Ivanovna – Doctor of Economics, Professor, State Scientific Institution Research and Development Institute EIA AIC BER RF, e-mail: upr-nii@yandex.ru

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Методологический и научно-практический журнал «ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия» принимает к публикации материалы, содержащие результаты оригинальных исследований, оформленных в виде полных статей, кратких сообщений, а также обзоры (по согласованию с редакцией). Опубликованные материалы, а также материалы, предоставленные для публикации в других журналах, к рассмотрению не принимаются.

1.2. Полные статьи принимаются от 8 до 10 страниц рукописи и содержат до 6 рисунков, краткие статьи – до 5 страниц и до 4 рисунков.

1.3. Для публикации статьи авторам необходимо предоставить в редакцию:

1) подписанный всеми авторами текст статьи, УДК, таблицы, рисунки и подписи к ним (все в 2 экз.);

2) аннотацию и название статьи, ключевые слова и список литературы, инициалы и фамилию автора на русском и английском языках (в 2 экз.);

3) файлы всех предоставляемых материалов на электронном носителе;

4) сведения об авторах: их должности, ученые степени и научные звания, служебные адреса и телефоны, телефаксы и адреса электронной почты с указанием автора, ответственного за переписку с редакцией.

1.4. В течение недели со дня поступления рукописи в редакцию авторам направляется уведомление о ее получении с указанием даты поступления и регистрационного номера статьи. Оплата за публикацию статьи с аспирантов не взимается.

1.5. Статьи, направляемые в редакцию, подвергаются рецензированию и, в случае положительной рецензии, научному и контрольному редактированию. В статье приводятся первоначальная дата поступления рукописи в редакцию и дата принятия рукописи к печати после переработки.

2. СТРУКТУРА ПУБЛИКАЦИЙ

2.1. Публикация полных статей, кратких сообщений и обзоров начинается с индекса УДК, затем следуют инициалы и фамилии авторов, заглавие статьи, развернутые названия научных учреждений, страна. Далее приводятся краткие аннотации и ключевые слова на русском и английском языках.

2.2. Редколлегия рекомендует авторам структурировать предоставляемый материал, используя подзаголовки: ВВЕДЕНИЕ, МЕТОДИКА ЭКСПЕРИМЕНТА, ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ, СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.

3. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РУКОПИСИ

3.1. Текст статьи должен быть напечатан через полтора интервала, на белой бумаге формата А4, с полями – 2,5 см с левой стороны, размер шрифта 14 (Times New Roman Cyr).

3.2. Все страницы рукописи следует пронумеровать, включая список литературы, страницы с таблицами, рисунками и подписями. Каждая таблица должна иметь тематический заголовок.

3.3. Уравнения, рисунки, таблицы и ссылки на источники нумеруются в порядке их упоминания в тексте.

3.4. Рисунки прилагаются отдельно. Формат рисунка должен обеспечивать ясность передачи всех деталей. Надписи на рисунках даются на русском языке; размерность величин на осях координат обычно указывается через запятую (например, U, В; t, с). Подрисуночная подпись должна быть самодостаточной, без апелляции к тексту. На обратной стороне рисунка следует указать его номер, фамилию первого автора, пометить, если требуется,«верх» и «низ».

3.5. Ссылка на использованную литературу дается в тексте цифрой в квадратных скобках. Если ссылка на литературу есть в таблице или подписи к рисунку, ей дается порядковый номер, соответствующий расположению данного материала в тексте статьи. Ссылки на неопубликованные работы не допускаются. Список литературы оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1 2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание, ссылки располагаются в порядке цитирования.

4. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ЭЛЕКТРОННОЙ ВЕРСИИ

4.1. В состав электронной версии должны входить: файл, содержащий текст статьи в формате Microsoft Word с точным указанием версии редактора и иллюстрации, и файлы, содержащие иллюстрации.

4.2. Текст статьи должен быть набран шрифтом Times New Roman Cyr, 14-й кегль, через 1,5 интервала, с одинарными пробелами (многократные пробелы не должны использоваться для создания абзацных отступов и расширения междусловных промежутков); абзацный перевод строки (клавиша Enter) используется только для создания нового абзаца, и НЕ применяется для принудительного перевода строк внутри абзаца.

4.3. При подготовке графических объектов в растровом формате желательно использовать форматы TIFF, BMP; допустим JPEG хорошего качества (с умеренным сжатием), и придерживаться следующих требований: для сканирования штриховых рисунков – 300 dpi (точек на дюйм); для сканирования полутоновых рисунков и фотографий – не менее 200 dpi (точек на дюйм).

4.5. Имена приложенных графических файлов должны содержать цифру, совпадающую с номером рисунка в статье.

4.6. Таблицы являются частью текста и не должны создаваться как графические объекты.

4.7. К комплекту файлов должна быть приложена опись (возможно в виде файла) с указанием названия и версии текстового редактора, имен файлов, названия статьи, фамилий и инициалов авторов.