

СЕКЦИЯ 6. «ЭКОНОМИКА»

ПОТЕНЦИАЛ СРЕДНИХ ГОРОДОВ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО И СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ СТРАНЫ

к.э.н., доцент Л. Н. Медведева.

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

Современная глобальная экономика — прежде всего экономика городов: ныне в городах проживает половина населения планеты, и каждый год городское население Земли увеличивается на 65 млн. человек. Развитие современных городов не обязательно проходит через дальнейшее увеличение их размера, и скорее всего можно вести говорить об усилении связей между различными типами поселений.

Выделение среднего города в объект исследования открывает возможности и указывает направления дальнейших исследований в области урбанистики: пространственного планирования, определения уровня конкурентоспособности и экологической устойчивости. Ценным уроком может оказаться сравнение средних городов с крупными городами, с их транспортной инфраструктурой и сферой услуг и полученные результаты не всегда указывают на преобладающие преимущества крупных поселений.

К принципиальным характеристикам средних городов можно отнести: численность населения, наличие Миссии – определение места города в мире множественных форм и отношений в соответствии с идеологической направленностью; присутствие множественности форм и отношений в городской жизни; наличие деятельности по поиску путей освобождения от форм закрепощения (родовых, сословных, экономических и т.д.).

Критическим противоречием в развитии городов является несоответствие форм управления городом достигнутым уровнем развития производительных сил, в большинстве случаев средний город - технополис, перешагнувший свои территориальные границы по производственным и коммерческим отношениям, в рамках существующей политики регионалистики, рассматриваются лишь как ресурс развития региона. На лицо наличие конфликта, когда значительная часть активного населения (городского) обеспечивает существования всего региона.

В городах формы человеческого общежития, такие как дом и семья, меняются в соответствии с социокультурными предпочтениями, проблемами и задачами, возникающими в экономике. Старые формы не отмирают с появлением новых – они взаимодействуют и изменяются, и зачастую трудно представить, что происходит с городом в целом.

Предлагая простые рецепты «правильных» форм, администрации городов зачастую, не представляют реакцию на последствия применяемых решений. Другой крайностью в управлении городами является стремление учесть все, что реально ведет к невозможности что-либо сделать из-за обилия результатов обследований и исследований, экспертиз и согласований.

Сегодня нужны механизмы регулирования социокультурных и экономических процессов, не упрощающие и не впадающие в чрезмерную усложненность. Как известно, что чем крупнее город, тем заметнее возрастает занимаемая им территория, усложняется планировочная структура, тем больше времени и энергии требуется для его самоопределения и воплощения в жизнь намеченного, тем выше уровень квалификация необходим у сотрудников органов управления.

Для того чтобы более объективно оценить процессы урбанизации и качества жизни населения Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в своих аналитических работах, посвященных региональному развитию, применила в 2010 году

новую типологию определения городского и сельского населения. Согласно этой методологии (использования критерия: *плотности и численности населения*), «преимущественно городскими» являются территории, на которых часть населения, проживающего в сельских административно-территориальных образованиях, не превышает 15%; «промежуточными», в которых доля населения, проживающего в сельских административно-территориальных образованиях, составляет от 15% до 50%; «преимущественно сельскими» регионы, в которых доля населения, проживающего в сельских административно-территориальных образованиях, составляет от 15% до 50%.

Данная методология позволила определить концентрацию городского населения в Евросоюзе – 43.91% и провести типологию городов. Так, к малым городам («small urban areas») относятся поселения с численностью населения менее 200 000 чел.; к *средним городам* («medium-sized urban areas»), с численностью населения 200000 – 500000 чел.; к городским агломерациям («metropolitan areas»), от 500000 до 1,5 млн. жителей; к крупным городским агломерациям («large metropolitan areas»), от 1,5 млн. чел. и более[5].

Из 1148 выделенных функциональных городских территорий в 28 странах-членах ОЭСР 74 являются крупными городскими агломерациями с населением более 1,5 млн. чел.; 190 - городскими агломерациями, 400 - средними городами и 484 – малыми городами.

Визуализация результатов исследования позволила установить следующую закономерность - численность населения удаленных районов увеличивается быстрее, чем в центре, подтверждая общую тенденцию суб-урбанизации или уплотнения пригородных районов («peri-urban areas»).

Наиболее быстрые темпы роста населения отмечены в пригородах крупных и средних городов. Ежегодный прирост населения в них за период с 2006 по 2011 гг. составил 2% (и около 1,8% за 1990-2006 гг.). Развитие пригородных территорий играет важную роль в улучшении качества жизни и доступности рабочих мест, но одновременно оказывает влияние на окружающую природную среду городов [1].

С социологической точки зрения *средний город* представляет исследовательский интерес, прежде всего, как специфическая форма общности людей и его целостность может быть раскрыта на основе понимания социальной и экономической сущности законов его развития [2].

Научные исследования заставляют понимать, что важно учитывать как средние города обеспечивает для себя сохранение и передачу экономического потенциала и социально необходимого опыта, позволяющего обеспечивать трансляцию необходимых видов жизнедеятельности, т.е. экономико-социокультурного комплекса города.

Для исследования процессов в современной среде средних городов становится предельно важной выработка конструктивных идей, раскрывающих траектории развития его процессов и потенциалов. Со временем приходит понимание того, что импульсы развития возникают в социальной среде, человеческой культуре, которая определяет пути дальнейших перемен и формирует образ будущего.

По мере нарастания в городе информационных процессов актуализируется проблема его дальнейшей идентичности. Для *среднего города*, как социокультурного феномена, обретение идентичности связано с таким понятием, как бренд города, который помогает городу в конкурентной борьбе и привлекает миграционные, финансовые, информационные потоки[3].

В разные годы жители города Волжского (Россия, Волгоградская область) гордились своим городом как городом химиков, энергетиков, машиностроителей, потом гордились им как самым зеленым и благоустроенным городом России[4].

Такие образы связывали прошлое, настоящее и будущее города, давали уверенность в завтрашнем дне. Использование социокультурного потенциала города Волжского для развития эффективно в силу его соразмерности с человеческими

возможностями: оптимальной плотности межличностных отношений, доступности большинства значимых мест, удобной инфраструктурой и т.д.

Более того, именно в условиях среднего города в полной мере раскрывается значение социокультурного потенциала как фактора устойчивого и гармоничного развития российских городов.

Среди факторов развития среднего города особую важность приобретает духовно-нравственное состояние горожан, особенно молодежи. Духовно-нравственные ценности затрагивают внутренний мир каждого человека, через призму которого формируются взгляды на жизнь, общество и государство.

Исследования последних пяти лет, проведенные в городе Волжском, выявили, что основные нравственно-духовные национальные ценности, доминирующие в сознании волжан, как и большинства россиян в целом, являются семейные и патриотические (табл. 1).

Таблица 1

Перечислите наиболее важные, по Вашему мнению, нравственно-духовные национальные ценности, доминирующие в настоящее время в сознании россиян

Ценности	Частота упоминаний, %
Семья	91,6
Патриотизм	85,6
Моральные принципы (честь, совесть, верность, уважение т.д.)	72,2
Религия	62,4
Культурные традиции	61,9
Профессиональная самореализация, трудолюбие	58,1
Гуманизм	55,8
Личные человеческие качества (порядочность, честность, принципиальность и т.д.)	53,8
Права и свободы, политические ценности (демократия и др.)	51,5
Социальная справедливость	45,6
Толерантность	42,2
Коллективизм	34,6
Материальные блага	32,8
Образование	32,8
Здоровье	23,2
Дружба	21,4
Национальные традиции	19,4
Безопасность личности, общества и государства	18,9
Жизненный оптимизм, способность к преодолению трудностей	18,4
Любовь к природе	12,8

Среди доминирующих нравственно-духовных ценностей, участники опроса указали на наличие «антиценностей», например, потеря общественных ориентиров (несоблюдение закона и общепринятых норм поведения), стяжательство, цинизм, равнодушие, безнравственность, культурная ограниченность, ксенофобия, экстремизм, национализм.

Большая часть опрошенных считает, что духовному сближению людей, прежде всего, способствуют общие культурные ценности и традиции и многие хотели бы жить по принципам социальной справедливости[3].

Волжане, как большинство жителей средних городов, достаточно терпимы «к условиям жизни» и хотели бы, чтобы изменения в экономической и социальной системах проходили путем реформ и демократических преобразований.

Средний город, как устоявшийся пространственный потенциал развития России, обладает определенными специфическими свойствами, которые формируют основы социально-экономической стабильности, культурных стандартов и традиций в обществе; являются механизмом самоорганизующегося взаимодействия социокультурных пространств социальных общностей; определяют условия для развития действующих городских сообществ на основах самоорганизации[4].

Средний город является площадкой, на которой могут реализовываться модели развития «оптимальных городов», создающих комфортную среду обитания (по сравнению с большими городами) – зеленую, экологичную, и лишенную стресса.

Список литературы

1. Старовойтов М.К. Особенности управления развитием среднего города в условиях становления социально ориентированной экономики и формирования информационно-индустриального общества: монография / М.К. Старовойтов, Л. Н. Медведева // – М.: МАКС Пресс, Москва 2008.- 264с.
2. Медведева, Л.Н. Средние города в модернизационном пространстве России / Л.Н. Медведева // Экономическое возрождение России. – 2011. – № 3 (29). – С. 150 – 154.
3. Медведева, Л.Н. Средний российский город: социокультурный потенциал как основа экономического развития / Л.Н.Медведева, С.О.Лебедева, Я.М.Старовойтова // Материалы XXXVII Международной научно-практической конференции «Формы социальных коммуникаций в динамике развития человеческого общества». 5 – 10 декабря 2012. – URL: [http://www. http://gisap.eu/ru/node/17001](http://www.http://gisap.eu/ru/node/17001) .
4. Медведева, Л.Н. Управление средними городами в урбанизированную эпоху (методология и практика) / Л.Н.Медведева // ВПИ (филиал) ВолгГТУ. – Волгоград: Издательство ВолгГТУ, 2011. – 222 с.
5. Eurostat - <http://europa.eu.int/comm/eurostat/> European Regional Yearbook 2010.

АУТСОРСИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА

О.А. Лапшова.

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

В общем смысле концепция часто понимается как система взглядов, способ представления тех или иных явлений в процессе организации и осуществления какой-либо деятельности. Нередко концепция рассматривается как система основных идей, общий замысел, идеология организации деятельности предприятия или отдельного предпринимателя, интегрированная целевая философия хозяйствования, склад мышления предпринимателя, направленность его действий.

Как видно, концепция предполагает научно обоснованную увязку таких ее компонентов, как идея, стратегия, инструментарий и цель. В этом контексте концепция маркетинга представляет собой научно обоснованный замысел (проект) организации деятельности вообще и/или маркетинговой деятельности в частности, который основывается на конкретной руководящей идее, эффективной стратегии, необходимом оперативном инструментарии осуществления предпринимательства в целях достижения результатов, определяемых стратегическим планом предприятия.

Концепция маркетинга должна разрабатываться на основе стратегического анализа планируемой или осуществляемой деятельности предприятия. Разработка концепции маркетинга обычно включает следующие этапы:

- осуществление стратегического анализа внутренней и внешней среды;

- определение целей предприятия и целей маркетинговой деятельности;
- обоснование маркетинговой стратегии;
- выбор инструментария маркетинговой деятельности в целях достижения запланированных результатов.

Реализация маркетинговых инструментов в сфере услуг аутсорсинга в организациях невозможна без использования передовых форм и методов логистики при выполнении сложных процессов производственно-технологической комплектации, материального обеспечения всего процесса и сбыта готовой продукции. Успех и результативность рыночного участия компаний во многом зависит от тщательного изучения и учета влияния внутренних и внешних факторов маркетинговой среды. В условиях современного рынка преимущество остается за компаниями, открытыми для инноваций, позволяющих им существенно повысить эффективность управления бизнесом и одной из управленческих инноваций, обеспечивающей конкурентное преимущество организации, является аутсорсинг. Стратегии аутсорсинга сводятся к сосредоточению всех ресурсов на том виде деятельности, который является основным для компании, а сфера услуг аутсорсинга функционирует на основе действия всей системы рыночных механизмов, которые вытекают из сущности товарно-денежных отношений.

На разных этапах развития компаний аутсорсинг маркетинговых функций целесообразен в следующих случаях:

1. Компания только начинает работать на рынке, реализуя единичные проекты. При этом она сталкивается с непростой проблемой создания отдела маркетинга, включая поиск специалистов и налаживание работы.

Аутсорсинг функций маркетинга позволяет сократить расходы на создание и содержание отдела маркетинга, снять с себя сложную задачу поиска специалистов, создания слаженной команды, контроля качества работы, проверки адекватности результатов и т.п.

2. У компании появляются новые проекты, требующие временного расширения отдела маркетинга.

В подобной ситуации аутсорсинг позволяет оперативно привлекать дополнительные квалифицированные ресурсы для решения избыточного объема задач, не расширяя при этом собственный штат. Ко всему прочему стоимость аутсорсинга, как правило, ниже затрат на расширение собственного отдела маркетинга.

3. Компания, давно работающая на рынке, регулярно сталкивается с тем, что отдел маркетинга все время перегружен и его необходимо постоянно усиливать новыми специалистами. В такой ситуации имеет смысл пересмотреть функции отдела маркетинга.

Скорее всего, за специалистами компании следует оставить только решение оперативных и координационных задач, а ряд функций по сбору и обработке данных передать на аутсорсинг.

В отличие от единовременной покупки внешних услуг, как в случае заказа в специализированном агентстве отдельной рекламной кампании или маркетингового исследования, аутсорсинг:

- имеет не разовый, а постоянный и долгосрочный характер;
- основан на постоянном обмене информацией, в том числе стратегической, и, следовательно, требует высокой степени доверия между компанией и аутсорсером;
- подразумевает самостоятельность аутсорсера при работе над текущими вопросами, и по мере роста доверия эта самостоятельность увеличивается.

Преимущества аутсорсинга маркетинговых функций:

- возможность для руководства сосредоточиться на основном виде бизнеса. За счет передачи функций внешнему подрядчику снижаются операционные издержки. Менеджмент не отвлекается на непрофильные виды деятельности;

- оптимизация численности персонала и, как следствие, сокращение части операционных издержек или перевод их из категории постоянных в переменные - не

требуется дополнительных затрат на отпускные, налоги с заработной платы сотрудников, нет необходимости вкладывать средства на организацию рабочих мест сотрудников;

- минимизация финансовых рисков и возможность перераспределить свои ресурсы, направляя их на процессы, которые, в первую очередь, увеличивают стоимость компании;
- возможность для маневра - в периоды увеличения количества маркетинговых задач вы можете оперативно привлечь команду специалистов, не расширяя при этом собственный штат, а потом, когда работы ста нет меньше, безболезненно сократить объем сотрудничества;
- аутсорсинговые компании инвестируют в совершенствование своих собственных технологий, методологий, а также в свой персонал. В первую очередь, они исследуют и внедряют у себя новейшие мировые инновационные методы управления бизнес-процессами.

Основная цель системы аутсорсинга в коммерческой структуре — снижение совокупных затрат, времени исполнения полученного заказа в режиме повышения качества. Благодаря использованию системы аутсорсинга становится возможным повысить эффективность управления компанией независимо от ее загруженности и в первую очередь в результате повышения качества исполнения. При этом происходит сокращение расходов на собственную инфраструктуру, так как оплачиваются только услуги аутсорсинговой фирмы. Делегирование вспомогательных процессов помогает менеджерам концентрировать внимание и ресурсы на основной деятельности. Концепция аутсорсинга является выражением корпоративной философии в виде целостной совокупности целей, задач, принципов организации, направленных на максимальное удовлетворение запросов потребителей и заказчиков в режиме высокого качества, своевременности исполнения и оптимизации затрат.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ПОЗИТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ ПРЕВЕНТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

д.ф.н., профессор Г.И. Лукьянов

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

Исследование управления как социального феномена является актуальной темой в социально-философском, экономическом аспекте, поскольку специфика научного познания предопределяет необходимость философского обобщения, только оно по словам М.Планк «обосновывает» фундаментальную предпосылку существования науки, не приняв которую, наука сама себе подписала бы смертный приговор» [Планк М. Единство физической картины мира. М.: Наука, 1996. С.85].

Знания об управлении на протяжении всей истории общества накапливались в обыденном опыте, в процессе практического применения, исследовались в различных отраслях научного знания, либо с позиции синтетического подхода, как анализ и описание видов управления и особенностей управления в специфических ситуациях, либо с позиции технологического подхода, при котором внимание сосредотачивается на приемах и техниках управления.

В условиях глобализации развитие мировой экономики усилило влияние нестабильности финансовых рынков на реальный сектор экономики и увеличило риски предпринимательской деятельности. Социокультурные перемены, происходящие на рубеже тысячелетий, имея динамический характер, инициируют создание различных смещений в структурной организации и функционировании социальных институтов в современном российском обществе. Возникающие в результате этого ситуации непредсказуемости и неопределенности создают для функционирования управления

неблагоприятные условия на всех уровнях. Многочисленные риски в условиях современной рыночной экономики, оказывая взаимное влияние друг на друга, порождают новые риски, и, в конечном итоге, вызывают финансовые потери, снижающие эффективность и конкурентоспособность предпринимательских структур.

Таким образом, детерминация социального пространства приобретает трудно прогнозируемый характер, провоцирует смен ценностных доминант, происходит трансформация нормативно-ценностной базы, формируются психологические аномалии, что негативно влияет на психосоциальный климат в обществе. В совокупности это приводит к возникновению управленческого кризиса. Сложность и многоаспективность категории «риск», случайный характер и взаимное влияние предпринимательских рисков затрудняют их прогнозирование, адекватную оценку и разработку эффективных методов управления.

Становится очевидным, что в условиях глобализации возрастает степень риска. Во многом это определяется спецификой нашего века, которая состоит не только в ставшей ныне очевидной глобализации экономических, социальных, информационных и других процессов, но и в отказе от устаревшего способа организации мирового сообщества и возрастании фактора степени риска. В связи с глобальными изменениями геополитической обстановки, новыми культурными ценностями, идет перегруппировка центров влияния и тяготения, возникают новые противоречия, часто уходящие корнями в глубинное прошлое, что ведет к дестабилизации ситуации в мире. Характерная для настоящего времени нестабильность мировой экономики обуславливает доминирующую роль превентивного управления рисками промышленного предпринимательства, позволяющего целенаправленно и с упреждением реагировать на возникающие риски, предотвращая угрозу недопустимого снижения эффективности предпринимательской деятельности под действием рисков.

Всякая деятельность включает в себя цель, средство, результат и сам процесс деятельности. Из несовпадения целей и средств, целей и результата вытекает момент риска, т.е. всегда существует возможность получения либо позитивных, либо негативных последствий. Поэтому риск является постоянным компонентом взаимодействия человека с миром, обусловленным объективными и субъективными факторами деятельности, и состоящий в вариативности её последствий, в результате чего невозможно предвидеть, предсказать, прочесть с абсолютной точностью результаты производимых действий.

Феномен риска есть результат вероятностной структуры среды, в которую постоянно «погружен» субъект с его статистическим характером и многовариантностью развития, присущим большинству явлений социума. Риски образуют систему взаимосвязанных рисков, управление которыми требует учета их взаимосвязей и разработку и реализацию превентивных мер, направленных на снижение тяжести негативных последствий их воздействия.

Риск представляет собой деятельность, связанную с преодолением неопределенности в ситуации неизбежного выбора, в процессе которой имеется возможность количественно и качественно оценить вероятность достижения предполагаемого результата, неудачи и отклонения от цели деятельности. Которая также обусловлена возникновением угрозы и протекающая в условиях неопределенности (хаотичности, неравновесности, нелинейности), вызванной во многом данной угрозой. Она служит средством преодоления тревоги и формой реализации заботы, свидетельствующей о наличии у субъекта решимости преодолеть угрозу.

Превентивное управление рисками промышленного предпринимательства подразумевает процесс на основе научного подхода разработки и реализации скоординированных действий, нацеленных на упреждающее предотвращение и минимизацию ущерба от воздействия рисков и максимизацию возможностей субъекта предпринимательства при позитивном воздействии рисков. Риски необходимо идентифицировать с учетом факторного анализа их взаимного влияния, предупреждать

риски ошибочных решений при решении главных задач управления экономической деятельностью и применять принципы и методы ситуационного моделирования. Риски промышленного предпринимательства должны классифицироваться по принципам, с учетом отражения экономической сущности; воздействия которых может нанести ущерб; внешние и внутренние риски и т.д. Классификация предпринимательских рисков образует пирамидальную структуру, обусловленную причинно-следственными связями между ними. Классификация рисков верхнего уровня представлена репутационными рисками (хозяйственные, финансовые, кадровые). Класс рисков нижнего уровня включает экологические, операционные, юридические, страновые и прочие риски.

Механизм воздействия управления рисками на эффективность промышленного предпринимательства обусловлен двумя основными подходами: смягчающий (нейтрализующий) и исключаящий (предотвращающий). Смягчающий подход, предполагает выполнение упреждающих действия, направленных на снижение тяжести последствий реализации риска. Исключающий подход, предполагает реализацию упреждающих действий, направленных на исключение реализации риска. Для решения задач идентификации и мониторинга рисков и оценки их влияния на эффективность предпринимательской деятельности необходимо сформировать показатели эффективности промышленного предпринимательства на принципах: адекватности системы показателей целям предпринимательства; соответствие показателей, общепринятому понятию «эффективность»; выделение основных и вспомогательных показателей эффективности предпринимательства; структурирование показателей по группам, соответствующим различным факторам эффективности предпринимательства. На основе исследования системы показателей можно построить систему показателей эффективности предпринимательства.

В конечном итоге реализация хозяйственных рисков порождает риски повышения общих издержек и снижения объемов реализации, которые вызывают снижение показателей прибыли и эффективности предпринимательства. Поскольку инновационное развитие предпринимательства невозможно вне рисковой среды, то уклонение от рисков в условиях инновационной экономики следует применить только в исключительных ситуациях. При финансировании развития хозяйственной деятельности необходимо решить задачу выбора наиболее приемлемого способа финансирования при минимизации расходов, связанных с привлечением финансовых ресурсов и рисков невыполнения обязательств.

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

З.А. Хворова

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

Современные предприятия и фирмы представляют собой сложные организационные системы, отдельные составляющие которых – основные и оборотные фонды, трудовые и материальные ресурсы и другие - постоянно изменяются и находятся в сложном взаимодействии друг с другом. Функционирование предприятий и организаций различного типа в условиях рыночной экономики поставило новые задачи по совершенствованию управленческой деятельности на основе комплексной автоматизации управления всеми производственными и технологическими процессами, а также трудовыми ресурсами.

Информационная система управления должна решать текущие задачи стратегического и тактического планирования, бухгалтерского учета и оперативного управления фирмой.

Информационные системы управления позволяют:

- повышать степень обоснованности принимаемых решений за счет оперативного сбора, передачи и обработки информации;
- обеспечивать своевременность принятия решений по управлению организацией в условиях рыночной экономики;
- добиваться роста эффективности управления за счет своевременного представления необходимой информации руководителям всех уровней;
- согласовывать решения, принимаемые на различных уровнях управления и в разных структурных подразделениях;
- за счет информированности управленческого персонала о текущем состоянии экономического объекта обеспечивать рост производительности труда, сокращение непроизводственных потерь и т. д.

Классификация информационных систем управления зависит от видов процессов управления, уровня управления, сферы функционирования экономического объекта, степени автоматизации управления [1,С.38].

Основными классификационными признаками автоматизированных информационных систем являются:

- уровень в системе государственного управления;
- область функционирования экономического объекта;
- виды процессов управления;
- степень автоматизации информационных процессов.

Множество фирм-разработчиков делового программного обеспечения, несколько классификаций программ (малые, средние и крупные; Unix и Windows-ориентированные; учетные и управленческие системы), а также различные подходы к формированию баз данных, заложенные в прикладные программные продукты, создают «пространство выбора» и обуславливают определенные трудности в выборе программного обеспечения для информационных систем управления. Ведь в случае неудачного внедрения или недостаточной функциональности программы расплачивается, как правило, заказчик. К тому же до настоящего времени не существует признанных методик выбора и сравнения финансово-экономических систем, крайне трудно найти независимых квалифицированных специалистов в этой области.

Выбор программного обеспечения для информационных систем управления следует производить на основе трех основных оценок:

- оценки возможностей предприятия;
- оценки возможностей системы;
- оценки фирмы-разработчика.

При разработке и совершенствовании информационных технологий на внутрихозяйственном уровне необходимо учитывать следующие факторы:

- учитывая изменчивость законодательства и возникающую при этом необходимость обновления программного обеспечения, информационные технологии следует ориентировать на отечественные разработки, так как только в этом случае можно рассчитывать на их постоянную адаптацию к изменениям в законодательстве и приведение в соответствие с действующими рыночными реалиями;
- при выборе программного продукта следует учитывать: его функциональные возможности, руководствуясь принципом оптимальной функциональной достаточности; интегрируемость с другими программными продуктами и возможность получения сопроводительных услуг в течение всего жизненного цикла программного продукта с учетом потенциала информационного роста пользователя;
- при выборе фирмы-разработчика необходимо учитывать такие ее характеристики, как открытая ценовая политика, рекламная активность, по которой можно судить

о стратегии фирмы на рынке, наличие/ отсутствие другой деятельности, наличие/отсутствие учебных центров, отзывы пользователей, поддержка информационных каналов и консультационная поддержка пользователей программных продуктов;

- при разработке конкретной информационной системы следует учитывать наиболее типичные особенности внутрифирменной организации хозяйствующего субъекта, от которых будет зависеть сложность информационного комплекса; масштаб модели «продвинутого» информационного менеджмента должен зависеть от масштаба деятельности хозяйствующего субъекта: очевидно, что информационную систему малого и крупного предприятий нельзя ориентировать на одно и то же программное обеспечение; выбор бухгалтерского или экономического варианта информационной системы финансового контроллинга в каждом конкретном случае должен зависеть от квалификационного уровня сотрудников[2,С.115].

Таким образом, при организации автоматизированной системы управления учитывается множество факторов. Реализованная автоматизированная система управления должна отвечать главному критерию эффективности – принятие своевременных, обоснованных управленческих решений менеджерами экономического объекта через использование разнообразных инструментов анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятий.

Литература

1. Информационные системы и технологии управления: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям "Менеджмент" и "Экономика", специальностям "Финансы и кредит", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" 3-е изд., перераб. и доп. / под ред. Титоренко Г.А. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. - 591 с.(МинОбр)
2. Информационные системы и технологии в экономике и управлении /под ред. В.В.Трофимова – Санкт-Петербург: ООО Издательство «Юрайт», 2011г.- 521с.

РОЛЬ АГЕНТСКОЙ СЕТИ В РАЗВИТИИ СТРАХОВОГО БИЗНЕСА

к.э.н., доцент Т.А. Филиппова

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

Актуальность темы исследования определяется высокими темпами развития страховой индустрии и происходящими изменениями в ее организации, а также объективной необходимостью развития агентских сетей в России, разработки новых подходов к построению агентских сетей и важностью данного направления развития для страхового бизнеса.

Развитие страхового рынка характеризуется внедрением новых видов страхования, страховых технологий, повышением качества страховых услуг, совершенствованием форм и методов страхового надзора. Вместе с тем, необходимо отметить относительно низкую конкурентоспособность российских страховщиков по сравнению с развитыми странами. Это проявляется в ограниченных возможностях отечественных страховых организаций и страхового рынка в целом по удержанию страховых рисков, вызывающих необходимость зарубежного перестрахования средних и крупных рисков.

Агентская сеть — организационно оформленная совокупность страховых агентов, заключивших договор со страховой компанией.

Страховой агент — физическое или юридическое лицо, действующее от имени страховщика и по его поручению в соответствии с предоставленными полномочиями. Он

занимается продажей страховых продуктов, инкассирует страховую премию, оформляет страховую документацию и в отдельных случаях выплачивает страховое возмещение (в пределах установленных лимитов). Основная функция страхового агента — продажа страховых продуктов. Взаимоотношения между страховыми агентами — юридическими лицами и страховщиками строятся на основе соглашений о сотрудничестве и контрактов (договоров) с работниками этих фирм, которые выступают в роли агентов-совместителей.

Посреднические услуги страховых агентов оплачиваются по фиксированным ставкам в процентах от объема заключенных договоров или страховых премий по ним.

Страховые агенты не состоят в штате страховой компании и образуют ее внешнюю службу, или агентскую сеть, работа которой должна быть определенным образом организована.

Развитие агентских продаж - кропотливый и трудоемкий процесс, требующий от специалистов по работе с агентами не только опыта работы, специальных знаний и больших временных затрат, но и в определенной степени системного подхода.

Цель агентской сети - создание оптимальной структуры, обеспечивающей:

- качественное удовлетворение потребностей клиентов;
- профессиональный уровень страховых консультантов;
- стабильный объем продаж;
- эффективный менеджмент.

Структура агентской сети:

- старший менеджер;
- менеджеры;
- страховые консультанты.

Опыт зарубежных стран показывает, что государственное регулирование деятельности, как самих страховых компаний, так и страховых посредников является необходимым условием успешного развития страхового рынка, так как без этого невозможно гарантировать защиту интересов потребителей страховых услуг.

Институт страхового посредничества в развитых странах оказывает положительное воздействие на рынок труда, так как открытие большого числа рабочих мест (штатных и внештатных) способствует росту занятости населения. В разных странах в страховании работает до 1-1,5 % населения, включая независимых агентов, совместителей и участников сетей многоуровневого маркетинга.

Построение эффективной агентской сети - один из ключевых факторов успеха страховой компании. Использование действенных управленческих методик при формировании новой агентской сети или совершенствовании существующей обеспечит страховщику стабильный прирост продаж.

Как правило, страховые агенты, например в Германии, являются частными предпринимателями, работающими с одной (если это агентство корпоративное) или несколькими (если агентство профильное) страховыми компаниями. В страховании путешественников и туристов преобладает профильный тип агентств, при котором одно агентство продает разные страховые продукты лицам, совершающим поездки за рубеж, но небольшого количества страховщиков. Обычно агент продает полисы одной основной компании и добавляет к своему «прилавку» только те страховые продукты, которые у нее отсутствуют, но по согласованию с основным партнером.

Отечественный рынок породил своеобразную форму деятельности агента, которую можно назвать «свободным поиском». Российские страховые агенты имеют договора с множеством страховых компаний и продают продукты тех компаний, которые в данный момент дают возможность получить большее комиссионное вознаграждение. Такая ситуация резко снижает эффективность работы агентских сетей. Кроме того, крупные страховщики вынуждены нести большие расходы на воспроизводство агентских кадров, которые в результате оказываются в других страховых компаниях.

Практика показывает, что из десяти лиц, обучаемых в центрах крупных страховых компаний, по истечении первого года работы остаются максимум три, остальные либо вообще покидают страховой рынок, не найдя своего призвания, либо (большая часть) уходит работать к другим страховщикам. Возможно, со временем эта ситуация изменится, но пока страховщики в значительной мере страдают от такого рода «свободы». Страховщики регулярно проводят анализ эффективности работы агентов. Этот анализ включает в себя как прямые показатели, главные из которых – рост числа заключенных договоров страхования и рост числа собранной премии, так и косвенные – участие в маркетинговых и рекламных мероприятиях и т. п.

Агенты – прочная опора страхового бизнеса во всем мире. Отечественные страховые компании в поисках результативных решений по развитию агентских сетей. Все понимают, что хорошая агентская сеть однозначно увеличит продажи и даст новый импульс развитию компании.

Выбор модели агентской сети (централизованной или децентрализованной) зависит от сегмента, в котором работает страховая компания: корпоративного или розничного.

Выстраивание модели агентской сети зависит от региона, в котором работает страховая компания. К примеру, в Москве конкуренция достаточно сильная – здесь работает 350-400 страховых компаний. Но с другой стороны, в столице высока концентрация потенциальных клиентов и нет проблем с поиском офиса.

Особенность развития агентских сетей в филиалах заключается в том, что в регионе гораздо сложнее найти агентов и хороших специалистов по работе с ними.

Список использованной литературы:

1. Кушак А. В. Агенты [Электронный ресурс] //www.prezcons.ru (дата доступа 10.01.2013)
2. Меркулов О. Агентские сети в страховании: сложности, тенденции, перспективы [Электронный ресурс] // www.slou.ru (дата доступа 10.01.2013)
3. Таврель В.С. Основные проблемы развития страхового рынка [Текст] //Страховое дело, 2009. - №1. – С. 5

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

С. А. Мироседи, М. В. Алпатова, Т. Г. Мироседи

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

На сегодняшний день в условиях постоянно усиливающейся конкуренции обеспечить эффективное функционирование и устойчивое развитие предприятия достаточно сложно без формирования социальной ответственности и активной социальной политики. И если в среде крупного и среднего бизнеса понятие «социальная ответственность» в определенной мере уже сформировалось, то для большинства предприятий малого бизнеса оно пока не является фактором, которому необходимо уделять должное внимание. Между тем, социальная ответственность приносит выгоду всем без исключения рыночным субъектам, в том числе и малым предприятиям, которые сегодня нуждаются в социальном позиционировании.

Актуальность рассматриваемой проблемы заключается в необходимости выстраивания конструктивных отношений между малым предприятием и общественностью, органами власти, собственным персоналом, основываясь на принципах социальной ответственности, как важном факторе гармоничного взаимодействия и функционирования, который в значительной степени влияет на уровень конкурентоспособности предприятий. Большинство работ, посвященных исследованию в данной области, достаточно широко освещают вопросы корпоративной социальной ответственности. При этом термин «корпорация» в России и некоторых других странах, используется главным образом, применительно к акционерным обществам, являющихся в большинстве своем крупными бизнес-образованиями, с большой концентрацией материальных и интеллектуальных ресурсов. Проблема социальной ответственности и ее влияние на уровень конкурентоспособности малого предприятия является недостаточно изученной, что определило выбор темы исследования.

Цель работы заключается в обосновании влияния социальной ответственности на конкурентоспособность и эффективность деятельности предприятия малого бизнеса. Предметом исследования является система добровольных взаимоотношений, складывающихся между работниками, работодателем и обществом, в процессе обеспечения конкурентоспособности малых предприятий на основе фактора социальной ответственности.

Социальная ответственность – это не абстрактная социально-экономическая категория, а вполне конкретная реакция бизнес-сообщества на происходящие изменения в трудовых коллективах, окружающем сообществе, национальном и международном развитии.

Ассоциация менеджеров России считает, что «Социальная ответственность бизнеса – это добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума». Основными принципами, на основе которых формируется социальная ответственность, являются добровольность, направленность внепроизводственных мероприятий на решение проблем в различных сферах жизнедеятельности общества, сопряженность мероприятий с основной деятельностью компании и больший по сравнению с действующим законодательством спектр социально ответственной деятельности.

Любое самое малое предприятие имеет право называть себя социально ответственным, и действовать на основе принципов социальной ответственности, осуществляя комплекс социальных программ в приоритетных для неё направлениях. Официально сформулированная позиция предприятия в отношении своей социальной политики определяется как его миссия. Зафиксированные в документальном виде

основные направления реализации социальных программ компании представляют собой приоритеты социальной политики.

Социальная политика на предприятии означает деятельность работодателей, менеджмента и наемных работников по удовлетворению социальных потребностей, согласованию социальных интересов, реализации социальных прав и социальных гарантий, социальной защите персонала [2]. Существует множество подходов к классификации социальной ответственности. Важным представляется разделение социальной ответственности и соответствующей ей политики на внутреннюю и внешнюю.

Внутренняя социальная политика – политика, проводимая для работников предприятия, а потому ограниченная рамками данного предприятия. Субъектом внутренней социальной политики выступают собственники предприятия, руководители, менеджмент. В качестве объекта выступают работники, вступившие в трудовые отношения с работодателем.

Внешняя социальная политика – политика, проводимая для местного сообщества на территории деятельности предприятия [1].

Внутренняя социальная политика основывается на сложившемся мнении общества о необходимости предприятия не только обеспечивать прибыль и платить налоги, но и заботиться о своих работниках. Однако общество посылает бизнесу не совсем четкие сигналы, относительно своих пожеланий. Поэтому предприятие зачастую формирует социальную политику исходя из собственных представлений о данном процессе. Обычно программы «внутренних» инвестиций не выходят за рамки следующих расходов:

- 1) развитие персонала, повышение профессионально-квалификационного уровня работников;
- 2) формирование корпоративной культуры;
- 3) оздоровление работников и членов их семей;
- 4) привлечение и поддержка молодежи, в том числе и в образовательных программах;
- 5) спортивные программы;
- 6) оказание материальной помощи;
- 7) помощь ветеранам;
- 8) реализация разнообразных детских программ.

Внутренняя социальная политика направлена, как правило, как на развитие социального капитала, путем укрепления связей, в том числе и неформальных, между работниками, а также между руководством и работниками, так и на увеличение человеческого капитала (здоровье, образование) сотрудников.

Внутренние социальные инвестиции – это материальные, технологические, управленческие, финансовые и иные ресурсы, направляемые на реализацию социальных программ, осуществление которых в стратегическом отношении предполагает получение предприятием определенного экономического эффекта. Многие предприятия осознают сегодня важность внутренних социальных программ как своего конкурентного преимущества. Дальнейшее развитие в социальной практике предприятий получили следующие достаточно стандартные программы: добровольного медицинского страхования; жилищного кредитования; негосударственного пенсионного обеспечения.

Помимо перечисленных программ предприятия осуществляют также программы, направленные на охрану здоровья сотрудников, продвижение здорового образа жизни и организацию отдыха персонала и членов их семей независимо от отраслевой принадлежности. В области здравоохранения предприятия реализуют следующие меры:

- 1) контролируют и стремятся постоянно улучшать санитарно-гигиенические условия труда;
- 2) регулярно проводят медицинские осмотры и вакцинацию сотрудников;
- 3) принимают программы дополнительного медицинского страхования;
- 4) обеспечивают сотрудников бесплатным питанием;

- 5) обеспечивают доставку сотрудников на работу;
- 6) организуют спортивные мероприятия, спартакиады, формируют корпоративные спортивные команды и др.

Внешняя социальная политика включает в себя участие в развитии местного сообщества, в решении социально значимых проблем, стоящих перед страной. Многие предприятия имеют опыт реализации внешних социальных программ, включая различные благотворительные программы. На настоящий момент благотворительные программы, работающие в соответствии с новыми социальными технологиями, можно разделить на следующие основные направления:

- 1) грантовые конкурсы;
- 2) целевые и комплексные программы (включая наиболее распространенный вид - стипендиальные программы - которые сегодня имеют в своем арсенале почти 40% предприятий);
- 3) участие сотрудников предприятия в благотворительных программах (волонтерство, софинансирование).

Социальная ответственность является сложной многогранной экономической категорией, включающей в себя целый комплекс различных понятий. Эффект, достигаемый предприятием, которое проводит активную социальную политику, безусловно, существует, однако его оценка представляет собой достаточно сложный процесс. Активная социальная политика дает возможность каждому предприятию изыскать собственные уникальные резервы, занять определенную нишу на рынке. Это приводит к заключению, что активная политика социальной ответственности влияет практически на все ключевые показатели конкурентоспособности предприятия. В России пока эта взаимосвязь не так очевидна, что обуславливается недостаточной проработанностью данной проблемы. Именно поэтому авторами было проведено исследование влияния социальной ответственности на конкурентоспособность предприятий малого бизнеса, действующих на рынке производителей оконных блоков из поливинилхлорида в Волгоградской области. Было выделено восемь предприятий, занимающих на рынке долю от 0,9% до 10% (ТДС – 9,98%, Регион-пласт – 8,11%, Окна Макс – 8,02%, Городские окна – 7,98%, Окна Лига – 6,44%, Европейские окна – 6,03%, Окна райтер – 5,01%, Флария – 0,78%), что в данном случае рассматривалось в качестве индикатора их конкурентоспособности.

Далее был проведен анализ внешней социальной политики предприятий, включающий обзор прессы, средств массовой информации и киберпространства на предмет соответствия предприятий вышеприведенным направлениям социальной политики.

Проводимая предприятиями внутренняя социальная политика была проанализирована на основе информации сайтов предприятий, их отчетности. В результате было выявлено, что социальная ответственность предприятия открывает следующие перспективы:

1. Улучшение финансовых показателей – активная социальная политика, прозрачность предприятия в отношении охраны окружающей среды и взаимоотношений с персоналом могут влиять на финансовые показатели. Исследование показало прямую связь между качеством политики социальной ответственности предприятий и улучшением его финансовых показателей. Финансовые показатели предприятий, проводящих активную социальную политику, оказались на 10% выше, чем у других предприятий. В рамках исследования оценивались восемь ключевых показателей, включая рост оборота, рост продаж, повышение валовой прибыли за периоды 1 год и 3 года. Оценивались также прирост чистой прибыли.

2. Сокращение операционных расходов – помимо улучшения финансовых показателей, политика социальной ответственности позволяет снижать операционные

расходы. В частности, к таким результатам приводят инициативы, направленные на повышение экологической безопасности производства.

3. Улучшение имиджа и репутации брэндов – большие возможности выбора на рынке создают условия, при которых на выбор потребителей того или иного товара или брэнда влияют не только цена товара и его качество, но и десятки других факторов. Одним из факторов влияния, как показывает исследование, является и репутация предприятия как социально ответственного субъекта. Факторы, наиболее влияющие на общественное мнение о предприятии: социальная ответственность предприятия (49%), качество и репутация брэнда (40%), бизнес-показатели предприятия (32%). Социальная ответственность вышла на первое место как фактор, формирующий мнение потребителей.

4. Повышение продаж и лояльность потребителей – успешная и продуманная политика социальной ответственности может существенно влиять на уровень продаж предприятий и лояльность потребителей. Следует отметить намечающуюся взаимосвязь между поведением потребителей и репутацией предприятия как социально ответственного.

5. Снижение текучести кадров, повышение лояльности персонала, повышение мотивации сотрудников – предприятия, которые проводят активную политику социальной ответственности, легче привлекают профессионалов, снижают текучесть кадров, сокращают расходы на обучение работников в связи с низкой текучкой. В 2010 году более половины выпускников престижных вузов предпочитали выбирать предприятия, которые известны своим ответственным отношением к обществу, существенными социальными программами.

6. Сокращение давления со стороны проверяющих органов – публикация принципов и политики в отношении работников, окружающей среды, в отношениях с поставщиками дает ответ и государственным органам, каким является подход предприятия к этим вопросам. Важную роль играет проводимый регулярно социальный аудит.

7. Доступ к капиталу – одна из тенденций последних лет – рост так называемых социально ответственных инвестиций.

Подводя итоги, следует отметить, что в России в сфере малого бизнеса присутствуют отчётливые тенденции к тому, что в ближайшее время социально ответственные предприятия получают значительно большие конкурентные преимущества на рынке, чем предприятия с традиционным подходом к взаимоотношениям с обществом. Влияние социальной ответственности на конкурентоспособность постоянно возрастает. На примере Волгоградского региона можно сделать вывод о том, что в скором времени социальная ответственность займет ключевые позиции среди факторов, определяющих конкурентные преимущества предприятия малого бизнеса. Социальная ответственность является мощным и всеобъемлющим инструментом управления. Более того, менеджерам и собственникам предприятий необходимо уже сейчас осуществлять социальные инвестиции, чтобы в будущем получить достойный эффект и усилить свои конкурентные позиции на рынке.

Литература

1. Брусиловский, Б. И. Социальная ответственность бизнеса. / [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://brusilovskiy.ru/point/social_otv_biznes/ (дата обращения 08. 01. 2013)
2. Константинов, Н. И. Социальная ответственность малого бизнеса в условиях трансформирующейся экономики. / Н. И. Константинов. – Социально-экономические проблемы развития России и процессы глобализации: потенциал возможного [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ibl.ru/konf/061207/28.html> / (дата обращения 06. 01. 2013)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА НЕЧЕТКИХ МНОЖЕСТВ ПРИ ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

к.э.н., доцент Н.И. Ломакин.

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

Исследования показывают, что в условиях повышения неопределенности на рынке банковских услуг, с ростом применения информационных технологий, особенно актуальным становится использование программного продукта fuzzy в вопросах оценки конкурентоспособности кредитных организаций. Данный тезис имеет важное значение, особенно в условиях посткризисных трансформаций в финансовой сфере.

Динамика внешней среды финансовых учреждений сопровождаются процессами глобализации финансовой сферы, широким использованием интернет-технологий в банковских расчетах, появлением принципиально новых продуктов и услуг, возрастанием всех видов риска, поэтому возникает необходимость пересмотра тех или иных подходов в вопросах оценки конкурентоспособности кредитных организаций.

По состоянию на 1 января 2011 года банковская сеть Волгоградской области представлена 4 коммерческими банками, 58 филиалами и 7 представительствами инорегиональных банков. Кроме того, в городе и области функционируют 271 дополнительный офис, 31 кредитно-кассовый офис, 299 операционных касс вне кассового узла, 45 операционных офисов и 5 передвижных пунктов кассовых операций банков и филиалов региональных и инорегиональных банков[1]. Из общего количества кредитных институтов региона, по состоянию на 1 января 2011 года сеть Сбербанка России в общем количестве представлена 10 филиалами, 135 дополнительными офисами, 296 операционными кассами вне кассового узла и 5 передвижными пунктами кассовых операций.

Сумма зарегистрированного уставного капитала 4 действующих коммерческих банков составила 619,7 млн. рублей, в т.ч. 1 банк - от 30 до 60 млн. рублей и 3 банка – от 150 до 300 млн. рублей.

Количество банковских учреждений в Волгоградской области увеличилось с 614 в 2006 г. до 720 в 2011 г. Известно, что население области по итогам [Всероссийской переписи населения 2010 года](#) составляет 2 611 156 человек. Таким образом, количество кредитных учреждений в расчете на 100 тыс. жителей возросло с 23,5 в 2006 г. до 27,6 в 2011 г.

Несмотря на рост числа банковских учреждений и показателей эффективности их работы, регион отстал от соседей по обеспеченности населения банковскими услугами. По этому показателю Волгоградская область занимает в ЮФО 8-е место и уступает Ростовской области и Краснодарскому краю. Индекс обеспеченности населения банковскими услугами учитывает три аспекта: степень охвата населения, финансовую обеспеченность услугами (по активам банков и по кредитам), а также состояние сберегательного дела. Важное значение в условиях вступления России в ВТО проблема повышения уровня конкурентоспособности российских коммерческих банков. В целях исследования путей решения данной проблемы важную роль играет разработка методов исследования факторов, а также методик оценки конкурентоспособности.

Метод нечетких множеств в условиях неопределенности можно рассматривать как эффективный инструмент оценки факторов в формировании критерия и оценки конкурентоспособности банка. Интерес к теории нечетких множеств постоянно усиливается, о чем свидетельствует экспоненциальный рост публикаций в этой области за последние тридцать лет.

Применение теории нечетких множеств началось в середине семидесятых, когда Мамдани (Mamdani) и Ассилиан (Assilian) из Лондонского колледжа Королевы Мэри построили первый нечеткий контроллер для лабораторной модели парового двигателя[2].

Концепцию первого нечеткого контроллера составляют идеи нечеткого логического вывода и нечеткого алгоритма, изложенные Заде в 1973 году. Поначалу, европейские и американские инженерные и научные сообщества весьма скептически восприняли новую теорию.

Практические успехи нечеткого управления получили теоретическое обоснование. Сегодня нечеткая логика рассматривается как стандартный метод моделирования и проектирования. В январе 1997 года язык нечеткого управления FCL FuzzyControlLanguage внесен в Международный стандарт программируемых контроллеров ИЕС 1131-7. Системы на нечетких множествах разработаны и успешно внедрены в таких областях, как: медицинская диагностика, техническая диагностика, финансовый менеджмент, управление персоналом, биржевое прогнозирование и других.

Спектр приложений очень широкий от бытовых видеокамер, пылесосов и стиральных машин до разработки стратегии игры на бирже. Среди стран лидирует Япония, в которой выпущено свыше 4800 «нечетких» патентов (в США около 1700 патентов).

Представляется целесообразным использование модели нечетких множеств в разработке методологии оценки конкурентоспособности коммерческих банков в условиях неопределенности. Нечеткий логический вывод для задач классификации применим для отнесения коммерческого банка по величине выбранных четырех признаков в одном из классов (уровней) конкурентоспособности.

Задача классификации состоит в отнесении объекта, заданного вектором информативных признаков $X = (x_1, x_2, \dots, x_n)$, к одному из наперед определенных классов $\{d_1, d_2, \dots, d_m\}$ т.е., состоит в выполнении отображения вида:

$$X = (x_1, x_2, \dots, x_n) \rightarrow y \in \{d_1, d_2, \dots, d_m\}, \quad (1)$$

Классификация на основе нечеткого логического вывода происходит по базе знаний вида:

$$\bigcup_{p=1}^{k_j} \left(\bigcap_{i=1}^n x_i = a_{i,jp} \text{ с весом } w_{j,p} \right) \rightarrow y = d_j, \quad j = \overline{1, m}. \quad (2)$$

Степени принадлежности объекта классификации, информативные признаки которого заданы вектором $X^* = (x_1^*, x_2^*, \dots, x_n^*)$, классам d_j из базы знаний, рассчитываются так:

$$\mu_{d_j}(X^*) = \bigvee_{p=1, k_j} w_{j,p} \cdot \bigwedge_{i=1, n} [\mu_{j,p}(x_i^*)], \quad j = \overline{1, m}, \quad (3)$$

где $\bigvee (\bigwedge)$ - операция из s-нормы (t-нормы), т.е. из множества реализаций логической операций ИЛИ (И). Наиболее часто используются следующие реализации: для операции ИЛИ - нахождение максимума и для операции И - нахождение минимума.

В качестве решения выбирают класс с максимальной степенью принадлежности:

$$y^* = \arg \max_{\{d_1, d_2, \dots, d_m\}} \{\mu_{d_1}(X^*), \mu_{d_2}(X^*), \dots, \mu_{d_m}(X^*)\} \quad (4)$$

Таким образом, если известна нечеткая база знаний:

Если x_1 (сегмент рынка) = низкий И x_2 (капитализация) = низкий, то y (конкурентоспособность) = класс 1;

Если x_1 (сегмент рынка) = средний И x_2 (капитализация) = высокий, то y (конкурентоспособность) = класс 2;

Если x_1 (сегмент рынка)= высокий И x_2 (капитализация)= высокий, то y (конкурентоспособность)= класс 3;
 Если x_1 (сегмент рынка)= высокий И x_2 (капитализация)= низкий, то y (конкурентоспособность)= класс 2.

Функции принадлежности термов входных переменных показаны на рисунке 1.

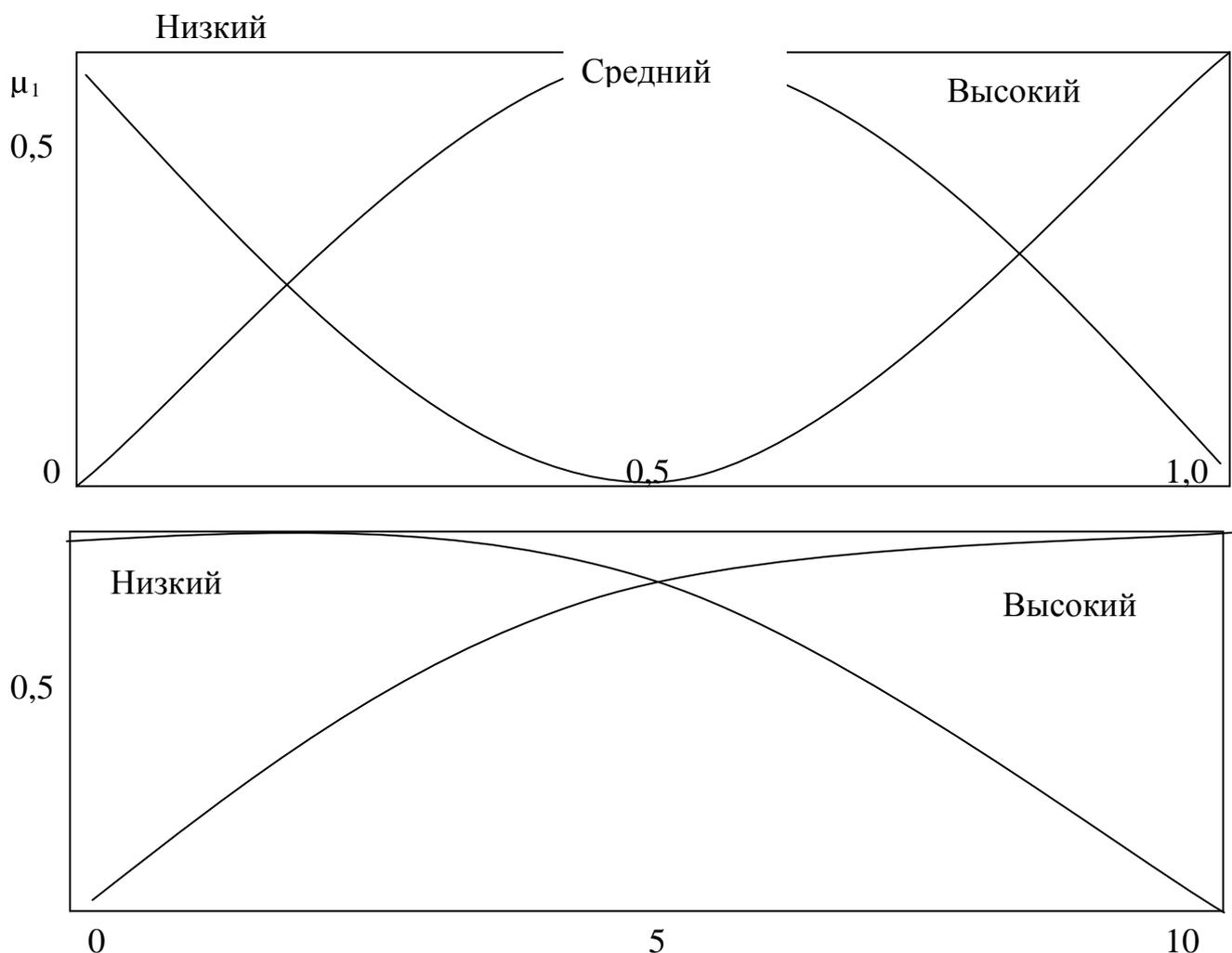


Рисунок 1 - Функции принадлежности термов входных переменных

Результаты классификации совокупности 720 объектов для приведенной нечеткой базы знаний при реализации t-нормы операцией минимума и s-нормы операцией максимума. Области, соответствующие первому, второму, третьему и четвертому правилам базы знаний обозначены на рисунке символами #1, #2, #3 и #4. Таким образом, применение метода нечетких множеств может быть успешно использовано для исследования конкурентоспособности коммерческих банков.

Анализ тенденций развития банковской сферы Волгоградской области свидетельствует о том, что наблюдается усиление конкуренции, в том числе в сегменте интернет-банкинга, интернет-трейдинга, повышение всех видов риска[3]. Совершенствование стратегии развития российской банковской системы может быть осуществлено по нескольким направлениям. Приемлемыми можно считать различные пути, обеспечивающие повышение конкурентоспособности. Предполагается целесообразным внедрение системы мер, направленных на повышение конкурентоспособности коммерческих банков:

- осуществить оптимизацию организационной структуры банков путём выделения инновационных бизнес-направлений, в базовые «векторы» стратегического развития, уменьшения количества точек принятия решений;
- организовать систему управления банками с усилением экономических рычагов управления и оптимальным распределением полномочий;
- построить систему взаимоотношений банков с клиентами, сочетающую в себе стандартные технологии и индивидуальный подход;
- совершенствовать маркетинговые политики банков, таким образом, чтобы они отвечали предпочтениям и потребностям целевых групп существующих и потенциальных клиентов, с учетом региональных особенностей;
- повысить уровень информационно-технологической поддержки бизнеса банков;
- принять меры по оптимизации структуры и численности банковского персонала, обеспечить формирование коллективов профессионалов, способных успешно решать современные задачи;
- довести качественно-технические характеристики банков до уровня современных кредитно-финансовых институтов, осуществлять дальнейшее развитие региональной сети по пути максимального приближения к пользователям услуг.

Список использованных источников:

1. Банковская сеть Волгоградской области по состоянию на 1 января 2011 года// <http://www.34banki.ru/articles/item/377>
2. Волгоградская область // <http://ru.wikipedia.org/wiki/%C2%EE%EB%E3%EE%E3>
3. Ломакин, Н.И. Совершенствование стратегии развития российской банковской системы // V Международные философско-экономические чтения «Философия финансовой цивилизации: человек в мире денег». Ирпень-Львов 28-29 мая 2012 г.

КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД КАК МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ СТРУКТУРЫ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РЕГИОНЕ

С. А. Мироседи, Т. Г. Мироседи, М. В. Алпатова

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

Малое предпринимательство (МП) является важнейшим сектором экономики, без которого невозможно ее полноценное существование и развитие. Несмотря на то, что основной научный, технический и производственный потенциал страны определяется крупными предприятиями, МП чаще являются источником инновационных производственных открытий, отличаются высокой адаптацией к изменениям рыночной конъюнктуры, быстро реагируют на колебания потребительских предпочтений, заполняя потребительские ниши. МП также вносит вклад в социальную сферу государства: создаются дополнительные рабочие места, снижается уровень безработицы, открывается возможность раскрытия творческого потенциала предпринимателя. Зарубежный опыт подтверждает, что МП является локомотивом финансового благополучия государства и его граждан, однако в России это «...неиспользованный до сих пор в полной мере резерв» [1, с. 72], для успешного развития которого необходима эффективно функционирующая система инфраструктурной поддержки.

По данным сплошного наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства, проведенного Федеральной службой государственной статистики в 2010 году, в России насчитывается 4,6 млн. хозяйствующих субъектов. Большинство

ученых-экономистов и политических деятелей считают, что отраслевая структура МП, представленная на рисунке 1, является нерациональной.

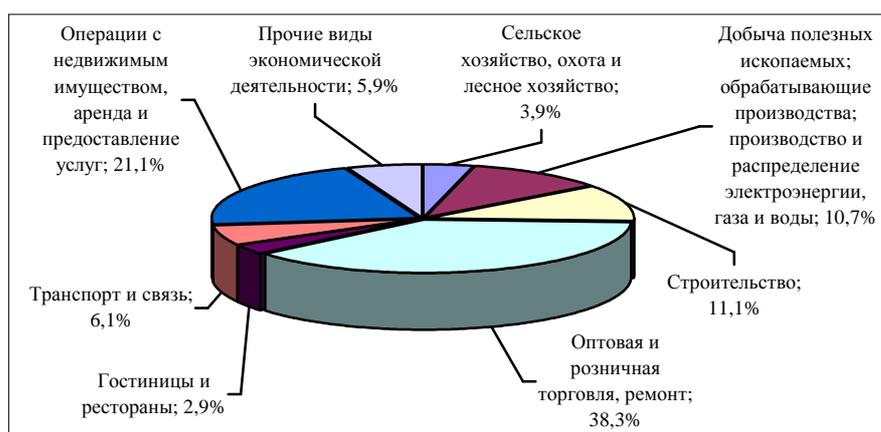


Рисунок 1 – Отраслевая структура малого предпринимательства России

Анализируя рисунок 1, видно, что в отраслевой структуре МП России преобладает оптовая и розничная торговля, которая удерживает лидирующие позиции на протяжении последних десяти лет. Доля отраслей «Строительство» и «Добыча полезных ископаемых, обрабатывающие производства, производство и распределение электроэнергии, газа и воды» находится на уровне 11,1 % и 10,7 % соответственно, «Транспорт и связь» - 6,1 %. Отраслевая структура МП в разрезе регионов выглядит примерно также. Например, в Волгоградской области доля отрасли «Оптовая и розничная торговля, ремонт» составляет 36,3 %, «Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг» - 20,3 %, «Строительство» - 11,6 %, «Добыча полезных ископаемых, обрабатывающие производства, производство и распределение электроэнергии, газа и воды» - 9,7 %, «Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство» - 7,3 %, «Транспорт и связь» - 5,6 %, «Гостиницы и рестораны» - 3,3 %.

В развитии экономики государства, безусловно, важны все отрасли народного хозяйства, но все же, фундаментом ее является промышленность. Кроме того, именно промышленное производство и строительство концентрируют в себе основную долю инноваций в малом предпринимательстве. Однако, для развития малого инновационного предпринимательства, нерешенными вопросами остаются нестабильная экономическая и политическая ситуация в стране, несовершенство нормативно-правовой базы, проблемы защиты прав на интеллектуальную собственность, недостаточная развитость инфраструктуры поддержки МП, в функции которой, среди прочих, входит регулирование структуры МП. Формирование структуры малых предприятий требует эффективных механизмов, методов и инструментов, одним из которых является кластерный подход. В связи с этим, целью данной работы является исследование кластерного подхода как механизма формирования структуры малых предприятий в регионе.

Согласно определению М. Портера, кластер (от английского «скопление») - это сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем ведущих совместную работу. Кластерная теория управления экономикой находит отражение в работах М. Портера, М. Энрайта, С. Розенфельда, М. Лоренцена, Дж. Даннинга, Р. Каплински, Дж. Хамфри и др.

Кластер - объединение различных организаций (промышленных компаний, высших учебных заведений, технопарков и бизнес-инкубаторов, научно-исследовательских центров и лабораторий, банковских и небанковских кредитных организаций, венчурных фондов, органов государственного управления, общественных

организаций и т.д.), сочетающее в себе преимущества внутрифирменной иерархии и рыночного механизма. Это дает возможность более быстро и эффективно распределять новые знания, научные открытия и изобретения с целью повышения конкурентоспособности участников кластера, а, соответственно, и региона. Такая форма хозяйственно-правовой, коммерческо-экономической интеграции предприятий разного профиля и отраслевого назначения, как кластер, несет в себе двойной эффект. Выгода для администраций территорий состоит в увеличении количества налогоплательщиков и налогооблагаемой базы, появлении удобного инструмента для взаимодействия с бизнесом, появлении основания для диверсификации экономического развития территории. С другой стороны, положительный эффект кластерной политики для малых предприятий заключается в улучшении кадровой структуры, создании инфраструктуры для исследований и разработок, снижении издержек, возможности более успешного выхода на международные рынки. Наряду с вышеперечисленными преимуществами, кластеры стимулируют инновационную активность входящих в него компаний. Участие в кластере дает компаниям преимущество в получении первичных факторов производства, более свободный доступ к информации, технологиям и высококвалифицированным специалистам, для осуществления инновационной деятельности. Инновационную активность стимулирует также здоровая конкуренция, которая помогает компаниям выделиться из общей массы конкурентов, находящихся в кластере в равных условиях. Таким образом, кластерный подход благоприятно влияет на экономику региона не только за счет высокой адаптации к быстро изменяющейся внешней среде, но и стимулирует инновационную активность предприятий, входящих в кластер, тем самым позволяя формировать рациональную отраслевую структуру МП.

В настоящее время в мировой практике кластеры приобрели широкую популярность и используются практически во всех отраслях и сферах стран с развитой и развивающейся экономикой: в США, Европе, странах юго-восточной Азии, Китая. В странах ЕС существуют две модели кластеров: шотландская, при которой ядром такого совместного производства становится крупное предприятие, объединяющее вокруг себя небольшие фирмы, и итальянская, представляющая собой более гибкое и «равноправное» сотрудничество предприятий малого, среднего и крупного бизнеса. В Германии кластерный подход используется для ключевых отраслей промышленности – химической и машиностроительной, в Финляндии высоко развит лесопромышленный кластер, в Норвегии знаменитым является кластер «морское хозяйство», Швейцария известна тремя фармацевтическими кластерами, расположенными в городе Базель. В публикациях последних лет обращается особое внимание на успешный опыт кластеров Силиконовой долины, Бостона, Китая (биотехнологии), Ирландии (информатика), Израиля (венчурное финансирование) в основу развития которых, были положены высокие технологии. Однако, в разных странах различна степень централизации кластерной политики: в США, Германии, Индии и Китае в её основе лежат инициативы, предпринимаемые региональными властями, а во Франции, Великобритании, скандинавских странах, а также в большинстве стран с переходной экономикой, кластерная политика формируется преимущественно на федеральном уровне.

Анализируя вышеперечисленные выгоды кластерной политики и успешное ее использование в мировой практике, можно констатировать, что развитие региональных отраслевых кластеров окажет положительный эффект на повышение конкурентоспособности и инновационного потенциала предприятий и отдельных отраслей, развитие малого и среднего бизнеса и содействие диверсификации экономики региона. Это позволяет использовать кластерный подход как эффективный механизм формирования структуры предприятий в регионе.

Рассматривая проблему региональной кластеризации на примере Волгоградской области, можно отметить, что кластерная политика выступает одним из приоритетных направлений стратегии социально-экономического развития региона. Так, Стратегия

социально-экономического развития Волгоградской области до 2020 года, гласит, что за счет проведения эффективной кластерной политики Волгоградская область должна занять лидирующие позиции по инвестиционной и инновационной привлекательности с развитой многоотраслевой, сбалансированной экономикой, основу которой составляют высокотехнологичные отрасли промышленности и сельского хозяйства, использование нанотехнологий в отраслях [2]. В настоящее время в Волгоградской области создаются условия по формированию следующих кластеров:

- ИТ-кластера, который должен стать катализатором в продвижении инфокоммуникационных технологий во все сферы деятельности, обслуживать государственный сектор, бизнес структуры и население региона, а при благоприятном развитии выйти и на рынок соседних регионов;

- фармацевтического кластера, основными задачами которого являются: создание высокотехнологичного фармацевтического производства, соответствующего стандарту GMP; формирование базы для разработки и внедрения инновационных лекарственных средств; создание комплекса инновационных технологий разработки и внедрения в промышленное производство отечественных лекарственных средств; обеспечение населения стратегически важными и жизненно необходимыми лекарственными средствами;

- текстильного кластера, целью которого является внедрение новых производств высококонкурентной продукции: смесовой сорочечной ткани; махровых тканей и изделий; технических тканей, обладающих специальными защитными свойствами; кольцевой, кардонной и гребенной высокономерной ткацкой и трикотажной пряжи и других.

Кроме того, планируется создание кластера транспортного машиностроения на основе "Волжского автобусного производства «Волжанин», Волгоградского инновационного территориального кластера по производству современных строительных материалов и высокочистых химических продуктов на основе Светлоярского и Наримановского месторождений хлористого магния. Утверждено создание туристического кластера с целью восстановить утерянный туристический поток в регион, и в дальнейшем развивать туристическую инфраструктуру в регионе, увеличивая тем самым приток инвестиций. По словам первого заместителя председателя правительства региона, Программа развития сельского хозяйства до 2020 года также основана на кластерном принципе.

При условии, что в ходе программы кластеризации Волгоградской области будет осуществлено создание всех вышеперечисленных кластеров, отраслевая структура региона претерпела бы существенные изменения. На рисунке 2 отражена прогнозируемая методом экспертной оценки отраслевая структура МП Волгоградской области к 2020 году, которая может быть сформирована при эффективной реализации кластерной политики и других программ, предусмотренных стратегией социально-экономического развития региона.

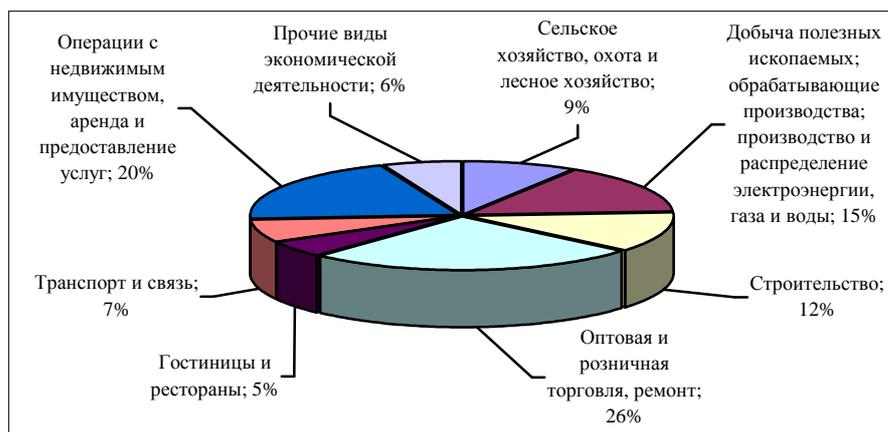


Рисунок 2 – Прогнозирование отраслевой структуры малого предпринимательства в Волгоградской области к 2020 году

Успешно реализуемая кластерная политика позволит снизить долю отрасли «Оптовая и розничная торговля, ремонт» до 26 %, увеличить отрасль «Добыча полезных ископаемых, обрабатывающие производства, производство и распределение электроэнергии, газа и воды» до 15 % за счет создания текстильного, машиностроительного, ИТ-кластера и других промышленных кластеров, ИТ-кластер поможет отрасли «Транспорт и связь» достичь показателя 7 %, а туристический кластер, с учетом проводимого Чемпионата Мира по футболу 2018 года, даст возможность отрасли «Гостиницы и рестораны» занять 5 % структуры МП.

Использование кластерного подхода способно стратегически изменить структуру региона и выявить основные направления развития отраслей, с учетом имеющегося ресурсного, экономического и интеллектуального потенциала. Однако, успешная реализация кластерной политики невозможна без поддержки региональных и муниципальных органов власти, которые должны использовать долгосрочные целевые программы в качестве одного из инструментов, посредством которых осуществляется финансирование наиболее важных мероприятий из областного бюджета. Крайне существенной является деятельность, направленная на формирование инфраструктуры поддержки малого предпринимательства, а также взаимодействие бизнеса и власти, их совместная инициатива и высокий уровень доверия.

Литература:

1. Мироседи, С. А. Малое предпринимательство – стратегический ресурс российской экономики / С. А. Мироседи // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2009.– №2(38). – С. 232–240.
2. Стратегия социально-экономического развития Волгоградской области (проект) // Официальный портал Министерства экономики, внешнеэкономических связей и инвестиций Волгоградской области [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://economics.volganet.ru/folder_2/folder_3/ (дата обращения 16. 01. 2013)

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

С. А. Мироседи, А. В.Щедрина.

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

Оценка кадрового потенциала для многих предприятий является проблемной, что отрицательно сказывается на результатах их деятельности. Методов оценки разработано достаточно много. Основной их задачей является улучшение результатов работы, как отдельных исполнителей, так и отделов, подразделений, предприятия в целом. Результаты

оценки могут иметь далеко идущие последствия для организации: сокращения, увольнения, либо расширение штата сотрудников, изменения в организационной структуре, изменения в системе нормирования и оплаты труда, изменения организационного климата, степени удовлетворения работников условиями и результатами труда, увеличение, или снижение конфликтности. Оценка обеспечивает руководство предприятия важными для управления статистическими данными. В целом процесс оценки решает задачи улучшения текущей деятельности работников, определения перспектив и стратегии развития персонала предприятия и создания благоприятного социально-психологического климата на предприятии. Не смотря на значительное множество методов, они не являются идеальными, имеют определенные достоинства и недостатки, что послужило основанием для их исследования.

Основными принципами эффективной оценки считаются направленность на улучшение работы; тщательная подготовка; конфиденциальность; всестороннее непредвзятое обсуждение итогов работы (или испытания), деловых и личных качеств человека, их соответствие должности; разумное сочетание похвалы и критики; надежность и унифицированность критериев, достоверность методов. К показателям предъявляются такие требования, как полнота и достоверность отражения результатов, конкретность, обеспечение сопоставимости, как с предыдущим периодом, так и с достижением других лиц (предприятий) [1, с. 166]. На рисунке 1 представлены рассматриваемые подходы и методы оценки кадрового потенциала.

Первый подход - общенаучный. Из существующего множества общенаучных методов познания, в оценке кадрового потенциала предприятия используются:

1) индукция - позволяет предвосхищать результаты наблюдений и экспериментов на основе данных прошлого опыта. Индукция означает, что оценка инструментов, методик, способов, то есть всего того, что применялось в процессе работы кадровой службы предприятия в прошлые периоды, позволит сделать выводы об уровне эффективности проведенной работы;

2) дедукция – переход по тем или иным правилам логики от некоторых данных предложений к их следствиям. Применение дедукции в оценке кадрового потенциала позволит сделать выводы об эффективности использования инструментов оценки;

3) аналогия - подобие, сходство явлений в каких-либо свойствах, а также познание путём сравнения. Метод позволяет, например, выявить наиболее эффективный способ подбора и расстановки персонала за счет сравнения положительных и отрицательных сторон того или иного способа;

4) систематизация - процедура объединения изучаемых объектов по группам однородных сведений. Метод используется на завершающем этапе оценки кадрового потенциала предприятия, когда необходимо сделать окончательные выводы;

5) анализ – позволяет изучить составные части, элементы исследуемой системы, выявить сущности, закономерности, тенденции экономических и социальных процессов, хозяйственной деятельности на всех уровнях и в разных сферах экономики. Служит исходной отправной точкой прогнозирования, планирования, управления кадровым потенциалом предприятия и его развитием.

Использование методов системного подхода в оценке кадрового потенциала предполагает, прежде всего, применение метода декомпозиции, позволяющего разделять сложные явления на более простые, чем облегчает их изучение. Так система управления персоналом может быть разделена на подсистемы, подсистемы – на функции, функции – на процедуры, процедуры – на операции, операции – на элементы. После разделения происходит процесс изучения каждой части, а затем их моделирование и синтез.

С методом декомпозиции тесно связан метод последовательной подстановки, позволяющий, в частности, изучить влияние на кадровый потенциал персонала каждого фактора в отдельности, исключая влияние других факторов. В результате факторы ранжируются и отбираются наиболее существенные из них.

Экономико-математический подход включает в себя следующие методы.

Экспертный метод, использующий профессиональные тесты способностей или личностные опросники. Только в руках обученного и опытного специалиста (эксперта) тесты служат инструментом, позволяющим проанализировать и спрогнозировать поведение человека в различных ситуациях, а также кадрового потенциала предприятия в целом. Чтобы получить достоверный результат необходимо соблюсти все условия и стандарты процедуры тестирования: необходима мотивация персонала, снятие эмоционального напряжения. Кроме того, интерпретация результатов требует не только профессиональной подготовки, но и практического опыта, особенно если необходимо совместить результаты различных тестов [2]. Недостатком метода является нехватка специалистов для грамотного подбора тестов и верной интерпретации результатов. Достоинство: большая вероятность получения результатов, которые в последствие окажут положительное влияние на повышение кадрового потенциала предприятия.

Имитационное моделирование предполагает использование кейс метода или метода конкретных ситуаций. Достоинство метода: возможность проверки, справляется ли тот или иной специалист с выполнением поставленных перед ним задач (управленческих, аналитических, стратегических). Это позволяет узнать, на сколько персонал способен решать различные бизнес-ситуации, для избегания в дальнейшем ошибок в принятии решений, а значит и неоправданных рисков для предприятия. Эта методика способствует определению неквалифицированных специалистов, которых необходимо уволить или недостаточно квалифицированных, которых необходимо направить на обучение.

б) SWOT-анализ - один из распространенных видов управленческого анализа, позволяющего с учетом конкретной ситуации выявлять и структурировать сильные и слабые стороны фирмы, ее потенциальные возможности и угрозы. Устанавливать связи между ними и делать необходимые выводы с последующим принятием решений для устранения слабых сторон кадрового потенциала предприятия [3]. Недостаток метода: сложность в правильном разграничении показателей или критериев, которые можно считать сильными или слабыми сторонами, в кадровом потенциале предприятия, а также в определении угроз и возможностей.

Методы, применяемые кадровыми службами в оценке потенциала системы управления персоналом и потенциала самого персонала можно разделить на две группы:

1) количественные методы, которые можно охарактеризовать как формализованные и массовые. Формализация выражается в направленности на изучение строго определенных анализируемых переменных, заданных заранее, и их количественном измерении. Высокий уровень формализации количественных методов связан с их статистической обработкой [4].

Одним из таких подходов является оценка потенциала всего персонала предприятия как совокупного общественного работника, эффективность трудовой деятельности которого определяется конечными результатами работы предприятия в оцениваемом периоде. В качестве показателей предлагается использовать объемы товарной, реализованной, чистой продукции, ее качество, прибыль, себестоимость продукции, рентабельность, доход, коэффициенты экономической эффективности, срок окупаемости капиталовложений дивидендов на одну акцию и другие. Подход имеет свои преимущества, поскольку результативность труда персонала в первую очередь определяется конечными результатами деятельности предприятия в целом. Но он не учитывает того, как, какими способами и средствами достигнуты конечные результаты.

Метод, основанный на критериальных показателях результативности и качества живого труда. В качестве показателей можно использовать продуктивность труда и динамику ее изменений, удельный вес оплаты труда в себестоимости продукции, процент выполнения норм выработки, трудоемкость продукции, фондовооруженность труда, потери рабочего времени, качество труда, коэффициенты сложности работ, уровень производственного травматизма и т. д.

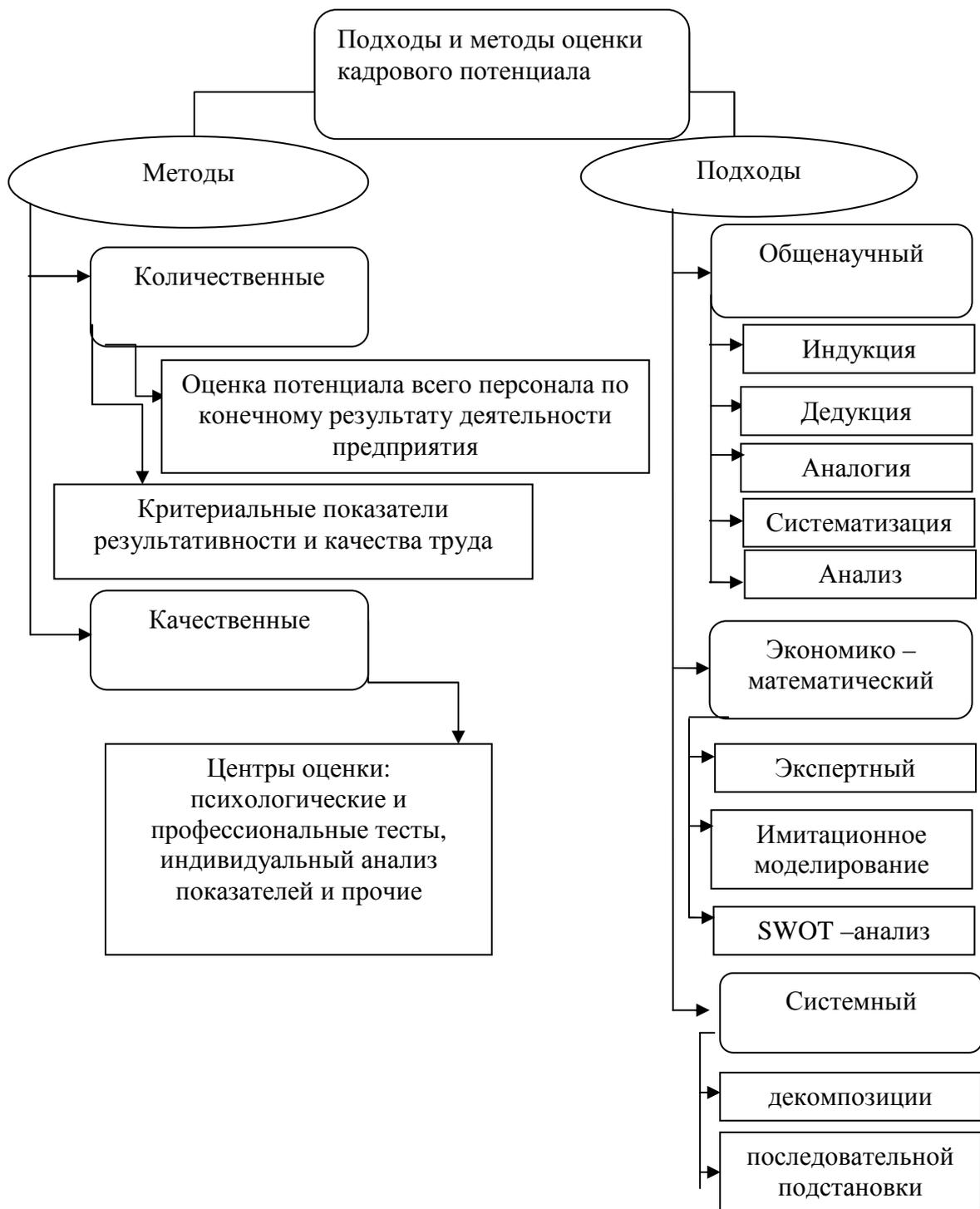


Рисунок 1 – Подходы и методы оценки кадрового потенциала предприятия

Если первый подход агрегирует весь персонал до совокупного работника, то вторая концепция неизбежно использует дифференциацию живого труда по изделиям и видам работ. При таком подходе не учитывается рыночный компонент деятельности предприятия, поэтому только трудовых показателей недостаточно;

2) качественные методы являются неформализованными и нацелены на получение информации путем глубинного исследования небольшого по объему материала. Данный подход предлагает, оценивать эффективность работы системы управления персоналом в зависимости от форм и методов работы с кадрами, то есть от организации работы персонала, его мотивации, социально-психологического климата в коллективе. В этом случае критериальными показателями являются: структура персонала, уровень

квалификации, текучесть кадров, дисциплина, использование фонда рабочего времени, равномерность загрузки персонала, затраты на одного работающего, выполнение плана социального развития, социально-психологический климат в коллективе и т. д. Подход отличается большей дифференциацией в отношении живого труда, т. е. учетом индивидуальных особенностей исполнителей и их совместимости в группах [5, с. 532].

Конкретным примером такой методики служит процедура центра оценки или ассесмент-центра, которая широко применяется в зарубежных компаниях для оценки потенциала персонала. Данная методика позволяет наиболее точно спрогнозировать успешность деятельности сотрудника, опираясь на наблюдения, полученные в ходе оценки, это является главным достоинством метода.

В центрах оценки используются различные технологии, позволяющие произвести комплексную оценку не только потенциала самого персонала, но и организации в целом: психологические и профессиональные тесты; экспертное наблюдение; индивидуальный анализ конкретных ситуаций; анализ основных показателей (производительность труда, текучесть кадров и прочие). Метод представляет собой комплексное всестороннее исследование потенциала системы управления персоналом на уровне высшего руководства, службы управления персоналом и линейного руководства, включающее анализ и оценку кадрового потенциала, функций управления персоналом, организационной структуры и функционального разделения труда, потенциала системы управления персоналом, а также разработку рекомендаций по его повышению [4]. Недостатки метода: большие финансовые затраты и трудоемкость процесса оценки.

Исследование показало множество подходов и методов к оценке кадрового потенциала. Предприятие выбирает один из них или использует несколько методов одновременно для более эффективной оценки. В зависимости от того, какой метод будет выбран, и насколько качественно его используют, будет зависеть его эффективность, а значит и правильность принятых управленческих решений, основанных на результатах оценки.

Литература

1. Шамина, Л. К. Методология и методы управления адаптацией инновационных процессов на промышленном предприятии / Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. – Санкт – Петербург. – 2012. – 36 с.
2. Александрова В., Оценка персонала: роскошь или необходимость? [Электронный ресурс] / URL: <http://www.classs.ru/digest/management/management74/> (дата обращения 15.01.2013).
3. Кузьмина Н., Гурьянова А., Кадровый аудит в ЗАО «САЕНКО» [Электронный ресурс] / URL: <http://www.hr-portal.ru/article/kadrovyyi-audit-v-zao-saneko> (дата обращения 22.12.2012).
4. Гаврилова О. Обзор систем, методов и методик оценки персонала [Электронный ресурс] / URL: <http://www.library.ru/help/docs/n76575/4.rtf> (дата обращения 15.01.2013).
5. Тебекин, А. В. Управление персоналом: учебник. – М.: КНОРУС – 2009. – 624 с.

К ВОПРОСУ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЦЕССНО-РЕСУРСНОГО УПРАВЛЕНИЯ С ОРИЕНТАЦИЕЙ НА РЕЗУЛЬТАТ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

к.ф.н., И. А. Чередниченко.

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

Управление ресурсами – это деятельность, носящая процессный характер, по целевому изменению траектории движения управляемого объекта. Современная политика

в области управления ресурсами должна базироваться на известной формуле: «Управлять, совершенствуя и совершенствуясь». При этом надо учитывать, что системы управления ресурсами являются социально-экономическими, т.к. в них для достижения общих целей применяется совместный труд людей.

Современная ресурсно-инновационная технологическая стратегия России опирается на более полное использование отечественного ресурсного и инновационного потенциала за счёт поддержки длинных технологических цепочек. Всё это требует новых подходов к управлению ресурсами в народном хозяйстве страны, например, развития процессно-ресурсного управления по результатам.

Подобная концепция управления исходит из понимания того, что хозяйственная деятельность, как система, состоит из трёх взаимосвязанных элементов: 1) процессы; 2) применяемые и потребляемые ресурсы; 3) результат.

Само процессно-ресурсное управление есть последовательность и комбинаций действий, из которых формируется воздействие, которое должно осуществляться на принципе: «Оптимум затрат ресурсов при реализации фазовых процессов» плюс «Максимум выпуска при минимуме ограниченных ресурсов», – т.к. одна из неотъемлемых частей успеха любой компании – это лидерство по оптимизации издержек (затрат ресурсов) и выпуска.

Объект процессно-ресурсного управления представляет собой единый, т.е. неделимый, трёхфазный процесс, связанный с накоплением, перемещением и преобразованием ресурса (ресурсов), носящего потоковый характер и обладающего определённой частотой по фазе и амплитуде. Как таковая система процессно-ресурсного управления есть тот механизм, который и обеспечивает протекание этого процесса как сложно организованной системы.

В системе процессно-ресурсного управления субъект – это носитель целенаправленного воздействия, а объект то, на что действие было направлено. Сама система должна быть построена таким образом, чтобы она в любой ситуации стремилась к динамическому равновесию с внутренней и внешней средой.

К применяемым и потребляемым ресурсам предприятия как социально-экономической системы относят: материально-вещественные, финансовые, информационные, трудовые, энергетические ресурсы.

Под материально-вещественным ресурсом в системе управления следует понимать не только предметы труда, незавершённое производство, готовую продукцию, товары, предметы потребления, но и средства труда, отнесённые к определённому временному интервалу. Надо также отметить, что материально-вещественный ресурс после фазы преобразования имеет совершенно другие номенклатурные, количественные, весовые, временные, местностные, владенческие, габаритные, физико-химические или качественные параметры.

Финансовый ресурс делится на: производственный (текущий), инвестиционный и чисто финансовый.

Текущий финансовый ресурс связан с получением выручки от реализации продукции, выполнения работ и оказания услуг, а также авансов от покупателей и заказчиков; уплаты по счетам поставщиков и прочих контрагентов; выплаты заработной платы работникам; отчисления в фонды социального страхования и обеспечения; расчёты с бюджетом по причитающимся к уплате налогам.

Инвестиционный финансовый ресурс связан с преобразованием (реализацией) имущества, имеющего долгосрочное использование, в основном касается поступления (выбытия) основных средств и нематериальных активов.

Чисто финансовый ресурс связан, в основном, с притоком средств, вследствие получения долгосрочных и краткосрочных кредитов и займов и их выбытием в виде выплаты дивидендов и погашением задолженности по полученным ранее кредитам. Сам

по себе этот ресурс зависит от эффективности использования материально-вещественного ресурса.

Трудовой ресурс – это не только количество работников, но и «человеческий капитал», т.е. квалификация, компетенция, знания и навыки рабочей силы. Именно поэтому при интеграции трудового ресурса применяются единые стандарты подготовки персонала.

Информационный ресурс должен быть релевантен следующему тезису: «верен» – соответствует уверенности человека в его верности; «правилен» – соответствует правилам и нормативам; «правдив» – соответствует освоенному миру.

Информация – это совокупность устойчивых связей в системе, которая позволяет ей оставаться тождественной самой себе. Объем информации системы зависит от числа её элементов. При этом максимум производства информации для одной группы условий функционирования элементов совместим с её минимумом для другой.

Энергетические ресурсы представляют собой внешние по отношению к другим ресурсам и предназначены для функционирования механизированных и автоматизированных средств труда, а также внутренних и внешних сетей инфраструктуры хозяйствующих субъектов.

Снижение затрат ресурсов ведёт к снижению себестоимости продукции (услуг), представляющую собой выраженные в денежной форме текущие затраты компании на производство и реализацию продукции (услуг). По сути, себестоимость есть ограничение диапазона затрат ресурсов. При этом снижение себестоимости продукции можно производить или по элементам затрат, или по статьям затрат, или по ресурсным центрам ответственности.

Используемость ресурсов может быть экстенсивной, т.е. за счёт роста их количественных показателей, либо интенсивной, т.е. за счёт роста качественных показателей использование ресурсов: производительность труда, материалоотдача и фондоотдача, количество оборотов оборотных средств.

Мобилизация и перераспределение ресурсов всегда было и есть главный элемент русской модели управления и это надо учитывать в функционировании процессно-ресурсного управления в современных условиях в России.

Возможный распад хозяйственной микросистемы из-за недостатка ресурсов, как правило, продолжается до появления устойчивых структурных образований, которые обладают обязательным (адаптационным) ресурсным потенциалом. Адаптивность есть уровень (релейный порог), при котором предприятие как система реагирует на изменения её внутренней и внешней среды. Для внутренней среды – это min 10% наличия ресурсов, для внешней – более 90%. Последнее ставит проблему возможности дальнейшего развития системы, так снижение ресурса на 1% ниже минимума уменьшает производительную деятельность системы на 30%.

Как таковые ресурсы в процессе накопления – перемещения – преобразования при реализации хозяйственной деятельности носят потоковый характер, что, в свою очередь, предполагает и придание организации производственно-коммерческой деятельности также форм процессов потокового характера.

Поток представляет собой совокупность его элементов, воспринимаемую как единое целое, существующее как процессы накопления, обмена и преобразования ресурса на некотором граничном пространстве и временном интервале и измеряемое в абсолютных единицах.

В социально-экономических системах потоки материально-вещественных и финансовых ресурсов направлены от входа к выходу. Поток трудовых ресурсов направлен от выхода к входу системы. Такое же направление движения имеет и поток информационного ресурса, т.к. он характеризует фактическое наличие конкретного вида другого ресурса и направлен на проверку его наличия и состояния.

Длительным фактором стратегического успеха предприятия в условиях современной рыночной экономики может и должно служить приоритетная ресурсная ориентация, т.е. правильный выбор и комбинирование разных видов ресурсов на основе синхронизации, оптимизации и интеграции ресурсных потоков. Интеграция при этом осуществляется сопряженностью ресурсных потоков, связи между которыми в процессе производственной деятельности могут быть, например, оптимизированы по В.Парето.

Необходимо также учитывать, что потокам различных ресурсов присущи определенные ограничения. Так, например, внутрисистемный материально-вещественный поток, выходящий из начальной точки, не может превышать размера наличного его запаса, а входящий в эту точку поток ограничен технологическими возможностями системы. Внутрисистемный финансовый поток, выходящий из начальной точки, не может превышать сумму средств, находящихся на данном отрезке времени на банковском счете предприятия. Для трудового ресурса, выразителем которого является работник, также свойственны вполне конкретные физиологические и биологические ограничения. Так энергетические потребности человека определены в 9983,6 кДж в сутки с оптимальным расходом порядка 17,5 кДж/мин. Оптимум воспринимаемой, т.е. перерабатываемой на сознательном (гностическом) уровне, информации человеком составляет порядка $5 \cdot 10^8$ бит, минимальный же уровень этого ресурса $0,62 \cdot 10^5$ бит.

Для социально-экономических систем в соответствии с идеей энергетического всеединства, энергия как функция состояния системы начинает служить мерилom и количества, и состояния используемых ресурсов, а ее оптимизация есть интегральный критерий оценки этих систем.

Подобная оценка разных видов ограниченных ресурсов хозяйствования, представленных в виде единого потока, позволит, как минимум, обосновывать и принимать эффективные решения, связанные с затратами ресурсов, а также использовать факторные математические модели для оптимизации издержек посредством снижения части из них.

Для эффективного управления ресурсами предприятия можно рассматривать два критерия:

- в целях нормативности (оптимизации) реализации целей хозяйственной деятельности предлагается использовать критерий отношения результата к затратам ресурсов;
- для повышения устойчивости функционирования микрохозяйственной системы следует применять критерий отношения фактического результата к целевому нормативу.

При этом нормативы должны носить индикативный характер, должны быть динамическими, т.е. непрерывно прогрессировать за счёт постоянного внедрения инноваций и соответствовать временным рамкам и конкретному критерию соответствовать временным рамкам и конкретному критерию.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ НЕОДНОРОДНОСТИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ РЕГИОНА

В.А. Экова

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

С момента выделения региональной науки в самостоятельную область знаний прошло довольно много времени, но до сих пор существует множество определений ее предмета, которые в принципе не противоречат друг другу, но делают особый упор на те или иные аспекты пространственного развития общества. Следует признать утверждение о том, что одной из проблем спецификации предмета региональной экономики является

«параллельное сосуществование и взаимное дистанцирование целого ряда методологических подходов в общей регионалистике и региональной экономике» [1, с. 2].

Неоднородность социально-экономического развития российских регионов, актуализирует решение проблемы повышения эффективности управления региональным развитием на основе применения существующих теоретических и методологических подходов в региональной экономике. Несмотря на многообразие мнений и выводов по проблемам пространственной неоднородности, особо следует отметить наличествующую точку зрения о том, что «под неоднородностью (дифференциацией) ... обычно понимают межрегиональные различия общих уровней экономического развития (экономической активности) и уровней (качества) жизни» [2]. Другими словами, большинство отечественных авторов в области региональных исследований ограничиваются изучением взаимодействий между субъектами РФ. Но, муниципальные образования является важнейшей критической точкой в формировании регионального экономического пространства посредством создания совокупности условий функционирования участников регионального воспроизводственного процесса на территории данного региона. Необходимо отметить имеющиеся в настоящее время результаты исследований регионального управления на уровне муниципальных образований, которые можно дифференцировать на группы по сферам исследования:

- группа исследований, прямо или косвенно затрагивающих проблемы *пространственной неоднородности муниципальных образований по уровню социально-экономического развития*;

- группа исследований по *информатизации* процесса управления муниципальными образованиями (Е.А. Артемова, Л.И. Хайруллина, Т.В. Емельянова, Е.А. Салихов);

- группа исследований методики *распределения финансовой помощи* муниципальным образованиям (М.С. Ракитина, А.М. Назифуллин, О.В. Вильгинская, Л.А. Тарханова);

- группа исследования теоретических аспектов и практической реализации *мониторинга* отдельных аспектов управления муниципальными образованиями (В.В. Дидык, Э.Н. Рычихина, Д.П. Тоглоева);

- группа исследований теоретико-методологических вопросов *управления, планирования развития и стратегического управления* муниципальными образованиями региона (В.Е. Рохчин, С.А. Ткачев, Е.В. Нестерова, А.Б. Тутуков, И.Д. Закиров, И.А. Тажитдинов, В.В. Казаков, Т.Б. Иванова, И.Г. Сангадиева, Т.Б. Дугаева, В.Л. Берсенева, В.В. Литовский, Е.М. Петрова);

- группа исследований по формированию *конкурентных преимуществ и кластеризации* муниципальных образований региона (В.В. Гладун, Е.А. Кобец, А.С. Маршалова, А.С. Новоселов, В.В. Суворова, В.А. Камаев, М.В. Щербаков, А.С. Аль-Катабери, А.В. Дейнеко) (табл. 1).

Таблица 1 - Области исследования отдельных аспектов регионального управления на уровне муниципальных образований региона

Авторы (год издания)	Исследуемые области
Е.В. Глухова (2005 г.), Ю.Д. Шмидт, В.А. Денисенко (2008 г.), Е.Г. Коваленко, О.Ю. Якимова (2005 г.), Е.А. Юмаев (2006 г.), Е.В. Куратченко (2008 г.), Д.С. Вишневский, А.В. Харченко, В.Д. Хижняк (2009 г.), Н.И. Шапхарова, Е.Ю. Чемезова (2009 г.), Е.С. Никифорова (2009 г.), Т.Г. Краснова, Е.А. Балабанова (2010 г.), И.В. Сидельников (2010 г.), А.В. Янгиров, Э.Х. Самигуллина (2011 г.), А.И. Евстафьев, Т.Г. Авдеева (2011 г.), А.В. Зверев (2011 г.), А.В. Шулешко (2011 г.)	Выявление пространственной неоднородности муниципальных образований по уровню социально-экономического развития
Е.А. Артемова (2006 г.), Л.И. Хайруллина (2006 г.), Т.В. Емельянова (2008 г.), Е.А. Салихов (2010 г.)	Информатизация процесса управления муниципальными образованиями

М.С. Ракитина (2010 г.), А.М. Назифуллин (2010 г.), О.В. Вильгинская, Л.А. Тарханова (2010 г.)	Методика распределения финансовой помощи муниципальным образованиям
В.В. Дидык (2008 г.), Э.Н. Рычихина (2008 г.) Д.П. Тоглоева (2011 г.)	Мониторинг: оценка теории и практики управления муниципальными образованиями
В.Е. Рохчин (2005 г.), С.А. Ткачев, Е.В. Нестерова (2009 г.), А.Б. Тутуков (2009 г.), И.Д. Закиров, И.А. Тажитдинов, В.В. Казаков (2009 г.), Т.Б. Иванова (2010 г.), И.Г. Сангадиева, Т.Б. Дугаева (2010 г.) В.Л. Берсенев, В.В. Литовский (2011 г.), Е.М. Петрова (2011 г.)	Теоретико-методологических аспектов управления, планирования развития и стратегического управления муниципальными образованиями региона
В.В. Гладун (2008 г.), Е.А. Кобец (2008 г.), А.С. Маршалова, А.С. Новоселов (2009 г.), В.В. Суворова (2010 г.), В.А. Камаев, М.В. Щербаков, А.С. Аль-Катабери (2010 г.), А.В. Дейнеко (2010 г.)	Формирование конкурентных преимуществ и кластеризация муниципальных образований

Источник: сост. авт.

По результатам проведенных исследований, можно выделить следующие недостатки в теоретико-методологических подходах к исследованию неоднородности социально-экономического развития муниципальных образований региона:

- не отслеживается роль муниципальных образований региона в сглаживании пространственной неоднородности регионального социально-экономического развития;

- выделение отдельных составляющих уровня социально-экономического развития муниципальных образований без учета всей совокупности человеческого, природного, организационного, технико-технологического, институционального и информационного факторов;

- заострение внимания на свойствах асимметричности, поляризации, неравномерности социально-экономического развития региона без заострения должного внимания свойству пространственной неоднородности экономического пространства.

В подведении итогов, можно отметить следующее. Пространственная неоднородность социально-экономического развития муниципальных образований является значимым показателем, характеризующим социально-экономическое развитие региона в целом. Степень различия муниципальных образований по наличию в них условий, ресурсов, факторов и продуктов во многом определяет общий характер социально-экономических процессов в регионе и особенности управления этими процессами на региональном уровне.

Преимущественная роль в управлении социально-экономическим развитием региона принадлежит регулированию пространственной неоднородности социально-экономического развития муниципальных образований в регионе. Единство и целостность регионального экономического пространства будет достигаться в результате эффективного управления социально-экономическим развитием региона, где объектом управления выступают муниципальные образования региона, входящие в его состав.

Литература

1. Фролов, Д.П. Проблема спецификации предмета региональной экономики / Д.П. Фролов, В.С. Трубина // Региональная экономика: теория и практика. - 2011. - №5 (188) . - С. 2 - 11.
2. Бартанов, С.А. Влияние энергетического потенциала на экономику регионов Приволжского федерального округа // Регионология. – 2009. - №4. Режим доступа: <http://regionsar.ru/node/417>.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОРОДА ВОЛЖСКОГО

старший преподаватель А.В. Александров.

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

По данным рейтингового агентства «Эксперт РА» Волгоградская область – один из наиболее экономически развитых регионов России со сбалансированной структурой хозяйства. Многоотраслевое сельское хозяйство сочетается с разнообразной промышленностью, запасами нефти и газа. По территории области протекают две крупнейшие судоходные реки, соединенные Волго-Донским каналом. Инвестиционный рейтинг области по методике оценки рейтингового агентства «Эксперт РА» – 2В, что означает средний инвестиционный потенциал региона и умеренный инвестиционный риск. Наименьший инвестиционный риск – финансовый, наибольший – управленческий. Наибольший инвестиционный потенциал региона – потребительский, производственный, финансовый, институциональный [1].

На территории Волгоградской области можно выделить несколько групп предприятий, локализованных на одной территории и имеющих прочные хозяйственные связи: машиностроительная, химическая, металлургическая и прочие. Основная их часть сосредоточена территории Волгограда и Волжского.

Город Волжский является развитым промышленным центром Волгоградской области, вторым по величине после Волгограда. Основу промышленного потенциала города составляют гидроэнергетика, строительная индустрия, предприятия химической, металлургической, машиностроительной промышленности. Волжский имеет выгодное географическое положение. Через станцию «Волжский» проходит железная дорога, связывающая город со странами Средней Азии – Казахстаном, Узбекистаном, Таджикистаном, Кыргызстаном. В городе существует многопрофильная автомобильная сеть. Ещё одна удобная транспортная магистраль – это речной путь по Волге. Река выходит в Каспийское море и дает возможность связи как с Северо-Кавказским округом России, так и со странами ближнего зарубежья: Азербайджаном, Туркменией, Ираном.

В городе Волжском сосредоточено около 34% промышленного потенциала и собирается 40% налогов области. Промышленный комплекс города обладает значительными производственными мощностями и реализует автомобильные шины, стальные трубы различного назначения и сортамента, роликовые подшипники, синтетический каучук, абразивно-шлифовальные материалы и изделия, метионин, спандекс, запасные части к автомобилям и разнообразные товары народного потребления. Широкий ассортимент и большие объемы производства продукции объясняются значительным количеством промышленных предприятий, функционирующих на территории города. В настоящий момент таковых насчитывается более пятисот единиц. География продаж предприятий города Волжского охватывает практически все регионы России. Кроме того, продукция поставляется в более чем 40 стран мира.

Промышленность Волжского представлена главным образом предприятиями химической отрасли. Наибольшее развитие получили нефтехимические предприятия и предприятия органической химии. В число крупнейших входят:

- ОАО «Волжский оргсинтез» - крупный производитель химической продукции.
- ОАО «Волжский азотно-кислородный завод» (ВАКЗ) – производство и поставки на химические предприятия региона кислорода и азота, а также другой химической продукции (входит в состав холдинга СИБУР);
- ОАО «Сибур-Волжский» - одно из крупнейших предприятий по выпуску химических волокон (входит в состав холдинга СИБУР);
- ОАО «Каучук» - предприятие по выпуску нефтехимической и полимерной продукции производственно-хозяйственного назначения;

- ОАО «Волжский завод асбестовых изделий» - крупнейший производитель фрикционных изделий, универсальных прокладочных, уплотнительных и теплоизоляционных материалов на асбестовой и безасбестовой основе.

Черная металлургия города Волжского представлена в основном ОАО «Волжский трубный завод» - одним из крупнейших производителей труб в России (входит в состав Трубной металлургической компании).

В составе энергетического комплекса города Волжского можно выделить следующие предприятия: Волжская ГЭС, ТЭЦ -1 и ТЭЦ-2. Главным энергетическим предприятием Волжского является Волжская ГЭС – крупнейшая гидроэлектростанция в Европе. Электроэнергия, вырабатываемая Волжской ГЭС, направляется на ФОРЭМ (Федеральный Оптовый Рынок Электроэнергии и Мощностей), откуда уже распределяется по различным регионам и потребителям. По сути же, энергия направляется на удовлетворение потребностей энергоемких предприятий города Волгограда, как наиболее близко расположенных потребителей. Нужды же промышленности города Волжского удовлетворяют другие представители топливно-энергетического комплекса города - предприятия ТЭЦ-1 и ТЭЦ-2. Однако их мощности также не хватает на удовлетворение потребностей таких энергоемких предприятий города, как ОАО «Волжский трубный завод» и ОАО «Волжский абразивный завод» [2; 3; 4].

В городе Волжском сформировался химический комплекс из заводов синтетического каучука, синтетического волокна, органического синтеза и резинотехнических изделий. Связывающее звено комплекса — шинный завод, выпускающий покрышки для легковых и грузовых автомобилей, тракторов и сельскохозяйственных машин. Завод синтетического волокна выпускает капрон, который перерабатывается в кордную ткань и шелковое волокно для текстильной промышленности, капроновый штапель и другую продукцию.

Размещение предприятий, производственно связанных между собой, в одном месте сокращает транспортные затраты и период самого производства, приносит экономический эффект. Концентрация промышленных производств в Волжском обусловлена дешевой электроэнергией и обилием воды, так как производство данных видов продукции отличается большой энерго- и водоемкостью.

При анализе конкурентоспособности предприятий и выработке обоснованных управленческих решений необходимо использовать широкий набор показателей, характеризующих хозяйственную деятельность и являющихся индикаторами эффективной работы и взаимодействия всех подразделений. В целом предприятия города Волжского обладают достаточно высоким уровнем конкурентоспособности, в некоторых случаях являясь монополистами по производству отдельных видов продукции или одними из лидеров своей отрасли. Существенное влияние на эффективность деятельности многих предприятий оказал мировой финансовый кризис, особенно это касается предприятий группы СИБУР, испытавших наибольший спад. К числу лидеров можно отнести ОАО «Волжский абразивный завод», ОАО «Волжский Оргсинтез» и ОАО «Волжский трубный завод». Предприятия, обладавшие до кризиса достаточным запасом финансовой прочности и долгосрочной стратегией развития, смогли удержать завоеванные позиции и с достойным финансовым результатом закончить 2009 год. Влияние кризиса сказалось и на их деятельности, но в сравнении с другими предприятиями г. Волжского оно оказалось минимальным.

Литература

1. О регионе Волгоградская область [Электронный ресурс] // Рейтинговое агентство Эксперт РА. Режим доступа: <http://www.raexpert.ru/database/regions/volgograd/>.
2. Производство и потребление электроэнергии в Волгоградской области : Статистическое обозрение / Росстат. – Волгоград. – 2009. – 23 с.

3. Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации. 2008 : стат. сб. / Росстат. – М. – 2008. – 668 с.
4. Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации. 2009: стат. сб. / Росстат. – М. – 2009. – 654 с.

ИНВЕСТИЦИИ В СФЕРЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Гончарова Е. В.

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

В настоящее время наиболее динамичным элементом структуры хозяйственной деятельности является малый бизнес, так как он способствует инновациям и расширяет экспортные возможности региона, стимулирует конкуренцию, обеспечивает диверсификацию экономики на региональном уровне. Эффективное функционирование малого предпринимательства снижает риски осуществления инвестиционной деятельности.

В экономике Волгоградской области малый бизнес играет важную роль как основной структурообразующий фактор рыночной экономики, важная движущая сила ее развития, выполняя социально значимые функции по обеспечению оперативного использования высвобождаемых и неиспользуемых трудовых ресурсов.

Волгоградская область входит в число наиболее динамично развивающихся регионов России и обладает уникальными преимуществами для локализации инвестиционных проектов в различных отраслях экономики. Одним из основных направлений развития инвестиционной политики является Стратегия социально-экономического развития Южного федерального округа до 2020 года, утвержденная 7 сентября 2011 г. распоряжением Правительства Российской Федерации. В разработке стратегии участвовали все субъекты ЮФО, представляя перспективные инвестиционные проекты, предложения по точкам роста, развитию кластеров, отраслей, а также определяя результативность предлагаемых мер (занятость населения, заработную плату, повышение налогового потенциала). Минрегион России проводил анализ состояния территорий, экспертизу представленных проектов, закрепление за федеральными министерствами и ведомствами. В стратегию вошли все предложения Волгоградской области. В анализе экономического потенциала в стратегии сделан вывод, что среди субъектов ЮФО только у Краснодарского края и Волгоградской области уровень конкурентоспособности выше средне-российского показателя.

Малое предпринимательство присутствует практически во всех отраслях экономики региона. На протяжении последних нескольких лет экономика Волгоградской области демонстрировала устойчивые темпы пророста инвестиций. Ежегодные темпы прироста инвестиций в основной капитал за последние годы составляет 35–55%. По показателю объема инвестиций Волгоградская область занимает третье место в Южном федеральном округе, уступая лишь Краснодарскому краю и Ростовской области. Основные объемы инвестиций направляются на развитие обрабатывающих производств, транспорта и связи. Рост инвестиционной привлекательности Волгоградской области, позитивные тенденции экономической и финансовой стабильности подтверждаются российскими и международными рейтинговыми агентствами.

Целенаправленная политика поддержки малого предпринимательства в Волгоградской области в последние годы стала самостоятельным системным направлением социально-экономической политики Волгоградской области. Она строится на принципе создания благоприятных условий для развития малого предпринимательства. Применяется программно-целевой метод – один из ключевых экономических инструментов государственной поддержки малого предпринимательства.

В нашем регионе реализовывались три областные программы государственной поддержки малого предпринимательства: на 2001-2005 годы, на 2005-2010 годы и 2007-2010 годы. В 2005 году Администрацией области были выделены стратегические приоритеты развития малого предпринимательства, определившие направления поддержки малого предпринимательства в Волгоградской области в последующие годы. Это шесть И: Информация – Интеграция – Инновации – Импортозамещение – Инфраструктура – Инвестиции.

С 2006 года Администрация Волгоградской области ежегодно принимает участие в конкурсах Минэкономразвития России, что позволяет привлекать на поддержку предпринимателей региона дополнительные финансовые средства. В 2009 г. трижды осуществлено участие в конкурсах Минэкономразвития России. В результате Управление выиграло 290,6 млн.рублей федеральных средств на поддержку малого предпринимательства региона [1].

Оказание государственной поддержки малому предпринимательству позволило в последние годы обеспечить ежегодную финансовую адресную помощь субъектам малого предпринимательства, развить инфраструктуру поддержки малого предпринимательства, обеспечить участие предпринимателей в областных и муниципальных совещательных органах, предоставлять им своевременную и актуальную информацию, провести обучение и переподготовку работников.

С целью снижения издержек на ведение предпринимательской деятельности Управление развития предпринимательства предоставляет субъектам малого предпринимательства Волгоградской области целый комплекс мер финансовой поддержки. Ежегодно проводится анализ эффективности предоставляемых видов поддержки и разрабатываются новые механизмы. С 2009 года предоставляется 12 видов прямой финансовой поддержки:

1. Субсидирование процентной ставки по кредитам, полученным в банках СМП
2. Субсидирование процентной ставки по кредитам, полученным СКПК в банках
3. Субсидирование части затрат на плату по договорам финансовой аренды (лизинга)
4. Субсидирование части затрат на сертификацию
5. Субсидирование части затрат на аренду земельных участков
6. Субсидирование части затрат субъектам малого предпринимательства на проведение землеустроительных работ
7. Субсидирование части затрат по договорам аренды помещений и объектов капитального строительства
8. Субсидирование части затрат, связанных с выплатой вознаграждения по договорам поручительства
9. Субсидирование части затрат на оплату образовательных услуг
10. Субсидирование части затрат, связанных с участием в выставочно-ярмарочных мероприятиях
11. Субсидирование части затрат на приобретение и внедрение инновационных технологий, оборудования и материалов по программам энергосбережения
12. Оказание поддержки начинающим субъектам малого предпринимательства [2].

Большое значение для получателей финансовой поддержки является ее комплексность, т.е. предприниматели могут получить поддержку по ряду произведенных затрат. За опытом в реализации данных механизмов финансовой поддержки обращаются многие регионы Российской Федерации.

Учитывая негативное влияние кризиса на предпринимательскую среду (снижение ликвидности, неплатежи, снижение спроса на продукцию, сокращение доступа к дополнительным финансовым возможностям, с высокой арендной платой и др.) Администрация Волгоградской области принимает дополнительные меры направленные на минимизацию затрат предпринимателей на ведение бизнеса.

На решение одной из главных проблем, влияющих на развитие малого предпринимательства – недостаточность финансовых средств на ведение бизнеса, направлен еще один вид финансовой поддержки (13 вид) – предоставление поручительств банкам по кредитам, получаемым субъектами малого предпринимательства, не имеющим достаточного залогового обеспечения. Поручительства предоставляет созданное в 2007 году Управлением развития предпринимательства некоммерческое партнерство «Региональный гарантийный фонд». Учредителем партнерства также выступила Областная общественная организация «Волгоградский Центр защиты и развития бизнеса «Дело». Администрация Волгоградская область стала лидером в ЮФО, создав данный фонд первой. За опытом по созданию данного механизма обращались такие регионы как Ростовская область, Воронежская область, Республика Дагестан и другие.

В результате в рамках реализации областных программ поддержки малого предпринимательства финансовую поддержку смогли получить более 1500 предпринимателей Волгоградской области.

Управление развития предпринимательства намерено продолжить работу, направленную на расширение доступа малых предприятий к финансированию путем разработки новых механизмов поддержки, в том числе развития системы микрокредитования.

До 2005 года существенную роль в поддержке малого предпринимательства в Волгоградской области играли муниципальные фонды, созданные при непосредственном участии Администрации Волгоградской области. Поддержку в организации деятельности получили Палласовский, Городищенский, Камышинский, Котельниковский, Руднянский, Дубовский, Новоаннинский, Старополтавский, и Суровикинский муниципальные фонды поддержки предпринимательства.

С целью формирования имущественной инфраструктуры поддержки субъектов малого предпринимательства, с 2006 года велась работа по созданию регионального бизнес-инкубатора в городе Волжском. На его создание и оснащение были выделены средства областного и федерального бюджета. Открытие бизнес-инкубатора состоялось 7 октября 2008 года. На его площади создано более 150 рабочих мест [1].

В бизнес-инкубаторе так же размещены такие объекты инфраструктуры поддержки малого предпринимательства как:

- некоммерческое партнерство «Региональный гарантийный фонд», предоставляющее поручительства по банковским кредитам субъектам малого предпринимательства;

- некоммерческое партнерство «Волго-Донская Ремесленная Палата», оказывающее методическую поддержку хозяйствующим субъектам, осуществляющим свою деятельность в сфере бытового обслуживания населения и ремесленничества;

- ЕвроИнфоЦентр, обеспечивающий доступ к информационным ресурсам Евросоюза и возможность найти партнеров и иную информацию, необходимую для экспорта продукции;

- филиал Волжского многофункционального центра;

- Центр субконтракции при областном Агентстве инвестиций и развития.

Они предоставляют свои услуги не только резидентам бизнес-инкубатора, но и всем предпринимателям Волгоградской области. Расположение объектов инфраструктуры поддержки предпринимательства на одной территории способствует получению предпринимателями комплексной поддержки по ряду направлений. Аналогичные бизнес-инкубаторы планируется создать в городских округах Камышине и Урюпинске.

Внимание Администрации Волгоградской на протяжении последних лет было направлено на содействие развитию инноваций в малом предпринимательстве. В этом направлении перед Администрацией области стоят две задачи: повышение восприимчивости к инновациям существующих малых предприятий и появление новых

инновационных предприятий. Время и практика подтверждает важность серьезной государственной поддержки малого инновационного бизнеса.

С 2005 года Управление развития предпринимательства Администрации Волгоградской области предоставляет субъектам малого предпринимательства финансовую поддержку. На сегодняшний день это реализация мероприятий по субсидированию субъектов малого предпринимательства и организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства. Порядок и условия предоставления субсидии субъектам малого и среднего предпринимательства регламентирует Постановление Администрации Волгоградской области от 13 июля 2009 г. №246-п «О субсидировании субъектов малого и среднего предпринимательства и организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства» [2].

Волгоградская область является одним из первых регионов России, где последовательно разрабатывается и реализуется комплекс мероприятий, направленных на создание региональной инновационной системы [1]. Развитие инноваций в регионе способствует созданию новых предприятий и дополнительных рабочих мест. Венчурное финансирование изначально направлено на поддержание малого и среднего бизнеса в научно-технической сфере, который является опорой государства в большинстве развитых стран. Базовыми элементами создаваемой системы поддержки малых и средних предприятий в Волгоградской области стало открытие бизнес-инкубатора - центра трансфера технологий, а также запуск финансирования инновационных проектов Фондом содействия развитию венчурных инвестиций малых предприятий.

В перспективе планируется:

- создание коучинг-центра Волгоградской области, направленного на подготовку и переподготовку управленческих кадров, заинтересованных в реализации перспективных инновационных проектов в области малого бизнеса (При поддержке Российской ассоциации венчурного инвестирования);

- создание посевного фонда Волгоградской области, ориентированного на финансирование работ по изготовлению прототипа продукта, проведения его испытаний, патентования, подготовки бизнес-плана ит.д. (При поддержке Российской венчурной компании);

- создание системы финансирования предприятий малого и среднего бизнеса частными инвесторами на ранних стадиях развития проектов (при поддержке Российской ассоциации бизнес-ангелов России);

- финансовая поддержка инновационных фирм, находящихся на ранних этапах развития; масштабирование программы СТАРТ Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере [2].

В настоящее время в Волгоградской области созданы все экономические условия, необходимые для реализации инвестиционных проектов в различных секторах экономики (в первую очередь по созданию новых промышленных производств) и для локализации производства комплектующих на региональных предприятиях.

Литература

1. Материалы Агенства инвестиций и развития Волгоградской области [Электронный ресурс] / <http://www.airvo.ru>.
2. Материалы Управления развитием предпринимательства Администрации Волгоградской области [Электронный ресурс] / <http://www.volganet.ru>

СТРАТЕГИРОВАНИЕ ГОРОДСКИХ ТЕРРИТОРИЙ С УЧЕТОМ СТАНОВЛЕНИЯ «ЗЕЛеной ЭКОНОМИКИ»

к. э.н., докторант, доцент Л. Н. Медведева,
к. э. н., ст. преподаватель Е. В. Гончарова,

Концепция Федеральной целевой программы экономического и социального развития Российской Федерации до 2020 года позволит создать основу для развития разных по статусу российских городов.[1]. Реализация Концепции позволит существенно повысить уровень социально-экономического развития городского населения и значительной массы сельского населения прилегающих территорий. Модернизация промышленных предприятий является важным эндогенным фактором их развития и способствует становлению нового производственного менеджмента, использованию новых сбытовых технологий и технологий работы с персоналом, а также внедрению инноваций.

Управление регионами с позиции структурно-функционального подхода породило ряд негативных последствий. Поскольку, каждый элемент системы управления выполняет только закрепленные за ним функции, то он не мотивирован на установление дополнительных связей с другими элементами системы. Во-вторых, в российских условиях иерархичность интересов приводит к централизации ресурсов в Центре и заставляет регионы, города и районы конкурировать за эти ресурсы, вместо конкуренции с внешними экономическими агентами, находящимися в других странах и регионах мира, *российские города сосредоточены на конкуренции между собой за обладание ограниченными национальными (бюджетными) экономическими ресурсами.*

Города во всем мире играют большую роль в создании материальных благ, поскольку являются центрами инноваций и инвестиций. В то же время, как отмечают авторы доклада ЮНЕП «Навстречу зеленой экономике», опубликованном в апреле 2011 года, происходящее глобальное неконтролируемое перемещение населения оказывает сильнейшее отрицательное воздействие на всю социальную ситуацию в мире [2]. Так, социальная система крупных городов не выдерживает возросшей нагрузки и снижает качество предоставляемых услуг, что в свою очередь, отрицательно сказывается на здоровье и качестве жизни горожан.

В Российской Федерации сейчас насчитывается 1100 городов, а доля городского населения составляет 73,75%. Число больших городов – 165, в них проживает 45% населения страны – почти половина России [3]. Результаты последней переписи показывают усиление процесса роста крупнейших городов за счет сокращения численности мелких поселений. Городская среда становится решающим фактором, обеспечивающим привлекательность территорий для капиталов и людей. Одной из главных задач управления страной в этой связи становится повышение эффективности использования городского пространства, реорганизация данного пространства таким образом, чтобы оно работало более производительно.

Города – это понятие, включающее в себя множество различных составляющих самого разнообразного характера – геополитических, исторических, природно-климатических, политических, экономических, демографических, экологических, социальных, инфраструктурных. Особая роль в развитии страны, обеспечении ее устойчивого развития принадлежит профессионалам в этой области человеческой деятельности градостроителям, значение и возможности которых до последнего времени обществом недооценивались.

Государство сосредоточивает свои усилия и ресурсы на приоритетных направлениях устойчивого развития, в частности:

- «повышение качества жизни российских граждан путем гарантирования личной безопасности, а также высоких стандартов жизнеобеспечения;
- экономический рост, который достигается, прежде всего, путем развития национальной инновационной системы и инвестиций;
- наука, технологии, образование, здравоохранение и культура, которые развиваются через систему государственно-частного партнерства;

- рациональное природопользование, которое достигается за счет сбалансированного потребления, развития прогрессивных технологий и целесообразного воспроизводства природно-ресурсного потенциала;

- стратегическая стабильность, которая укрепляется на основе активного участия государства в развитии многополярной модели мироустройства» [2].

Одним из основополагающих принципов обеспечения перехода страны к устойчивому развитию, как главной цели на ближайшие десятилетия, является взаимодействие и учет интересов органов государственного управления различных уровней, местного самоуправления, частных компаний, общественных организаций и населения в процессе выработки стратегии развития.

Ключевым фактором развития инновационной системы в целом становится доступность рынков информации и финансов, а потому – плотность контактов, коммуникационная близость центров принятия решений. Это невозможно без наличия структурообразующего пространственного каркаса страны, основными составными частями которого являются транспортная, энергетическая и информационная инфраструктуры, система расселения, система особо охраняемых природных территорий и памятников истории и культуры.

Очевидно, что стратегия инновационного развития России должна базироваться на принципиально новой каркасной структуре пространственной организации страны, которая должна явиться, «материальной основой поддержания целостности государства и интенсификации развития его территории в новых геополитических условиях» с раскрытием возможностей использования практически всех потенциальных ресурсов и богатств страны.

Психологически большинство людей воспринимает экономический рост как нечто позитивное и желаемое. Однако он, решая одни проблемы, порождает другие. Более того, люди, как правило, не задумываются, что наша планета имеет вполне определенные физические пределы, которые требуют соотнесения экономического роста с возможностями Земли к самоподдержанию.

Комиссия ООН по охране окружающей среды под «зеленой» экономикой понимает хозяйственную деятельность, направленную на повышение благосостояние людей и обеспечение социальной справедливости, при этом существенно снижающей риски для окружающей среды и обеднения природы [4]. К «зеленой» экономике относятся виды и результаты деятельности, которые наряду с модернизацией и повышением эффективности производства, способствуют улучшению качества жизни и среды проживания. Согласно подготовленному экспертами ООН докладу «Переход к зеленой экономике: выгоды, вызовы и риски с точки зрения устойчивого развития», концепцию «зеленой» экономики следует рассматривать в увязке с более широкой концепцией устойчивого развития [3].

Сегодня уже можно с уверенностью сказать, что развитие «зеленой» экономики и расширение рынков экологически чистых продуктов и технологий становятся важнейшими факторами развития мировой экономики и научно-технического прогресса. Роль и значение «зеленой» экономики в мире с каждым годом возрастают.

По оценкам экспертов ООН, уже к 2020г. следует ожидать, как минимум, удвоения мирового рынка экологически чистых и утроения рынка низкоуглеродных технологий. Вклад «зеленой» экономики в мировой ВВП составит 4–5% [4].

В качестве примера – система субсидий Чешской Республики при строительстве биогазовой станции: государство гарантирует выгодные закупочные цены на электроэнергию из возобновляемых источников. Кроме того, можно использовать инвестиционные субсидии из нескольких источников:

- для фермеров – из программы развития сельской местности, до 30% субсидий, для избранных технологий – до 60%;

- для промышленных предприятий – из операционной программы «Предпринимательство и инновации» до 30% субсидий на строительство биогазовой станции;

- для населенных пунктов – из операционной программы «Окружающая среда». В соответствии с Новой экономической стратегией ЕС «Европа–2020» главной стратегической целью определено «формирование низкоуглеродной, ресурсоэффективной и конкурентоспособной экономики, основанной на принципах устойчивого развития» [2].

Одним из наиболее эффективных способов сохранения природы, создания комфортной среды для жизни и устойчивого развития является создание экологического каркаса территорий.

Особые правовые условия ресурсо- и природопользования, требования к экологизации производства и среды жизни, основанные на соответствующих международных правовых нормах и соглашениях, обеспечат необходимые институциональные условия для разработки и внедрения «зеленых» технологий и переход к устойчивому развитию (см. табл. 1).

Создание экологических каркасов территорий, разработки и внедрение новой «инфраструктурной» модели развития территорий взаимно дополняют друг друга. Первый – за счет формирования в России институциональной среды, восприимчивой к внедрению «зеленых» технологий и инноваций, и создания эффективной пространственной организации экологической и природоохранной деятельности.

Второй – за счет создания рынка и стимулирования спроса на «зеленые» инновации, повышения их инвестиционной привлекательности и обеспечения условий рационального использования пространственного и ресурсного потенциала регионов.

Реализация пилотных проектов в городах позволит создать необходимый научно-методологический, технологический экономический и экологический фундамент для формирования национальной стратегии перехода к «зеленой» экономике.

Таблица 1 – Типы технологий с точки зрения инновационной экологической Безопасности

Технологии автономного энергообеспечения	Технологии альтернативной энергетики	Биоэнергетические технологии	«Зеленые» технологии в строительстве и энергообеспечении
<ul style="list-style-type: none"> - биогазовые реакторы и модульные котельные; - когенерационные установки; - мобильные электроаккумулирующие станции и установки. 	<ul style="list-style-type: none"> - ветровая энергетика (имеет огромный потенциал в Арктике); - производство топлива на основе переработки отходов деревообработки (топливных пелетов и гранул); - производство фрезерного торфа и торфяных пелетов; - развитие малой гидроэнергетики. 	<ul style="list-style-type: none"> - фотобиореакторы и плавающие вихревые аква реакторы и установки по переработке биомассы микроводорослей для получения биогаза и биодизельного топлива (имеют большой потенциал применения в северных морях, на городских и промышленных очистных сооружениях); - биогазовые реакторы и 	<ul style="list-style-type: none"> - (технологии «экодом») использование природных материалов с низкой удельной теплопроводностью (деревянные конструкции, талькохлорит и др.); - сочетание традиционных технологий с инновационными материалами; - производство экологически чистых стройматериалов на основе фрезерного торфа (теплоизоляционных и конструкционных блоков); - использование технологии тепловых насосов (воздушных, геотермальных, на

		<p>биоэнергетические установки по переработке сельскохозяйственных отходов, отходов рыбоводческих комплексов.</p>	<p>вторичном тепле); -технологии очистки бытовых стоков и «замкнутого цикла» водоснабжения; - технологии теплоаккумулирования; - солнечная энергетика (имеет большой потенциал в северных регионах с резко континентальным климатом).</p>
--	--	---	--

Литература

1. Доклад Подготовительного комитета Конференции ООН по устойчивому развитию. Первая сессия (17–19 мая 2010 г.) [Электронный ресурс] – URL: <http://www.unepcom.ru/unep/gei/215-aconf216pc5.html>.
2. Навстречу «зеленой» экономике: Пути к устойчивому развитию и искоренению бедности. Обобщающий доклад для представителей властных структур. – ЮНЕП, 2011 [Электронный ресурс] – URL: www.unep.org/greenecomony.
3. Порфирьев Б.Н. «Зеленая» экономика: общемировые тенденции развития и перспективы // Вестник РАН. 2012. Том 82, №4. С. 323-344.
4. Модернизация России: территориальное измерение. / Колл. науч. монография под ред. А.А. Нещадина, Г.Л. Тульчинского. СПб.: Алетейя, 2011.

СТРАТЕГИРОВАНИЕ ГОРОДСКИХ ТЕРРИТОРИЙ С УЧЕТОМ ТРЕНДОВ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

М. К. Старовойтов, д. э. н., профессор, зав. кафедрой ВЭМ
С.А. Берзина, к. э. н., МВА, Исполнительный директор Управления
государственных и муниципальных проектов и программ ОАО «СБЕРБАНК РОССИИ» г.
Москва.

Я. М. Старовойтова, к. х. н., доцент ВолгГТУ, г. Волгоград

Переход российской экономики к инновационному социально-ориентированному типу развития¹ предполагает принципиально новые требования к системе стратегического планирования и координации действий органов государственной власти, местного самоуправления и бизнеса.

Основой системы стратегических ориентиров развития территорий является так называемое «стратегическое видение». Понятие «видение», как и многие другие воспринятые отечественной практикой понятия в сфере стратегического планирования, представляет собой использование английских терминов. Заимствование зарубежного опыта планирования позволяет местным властям по своему трактовать процесс стратегического планирования. Поэтому, в одних случаях формулировка стратегии занимает несколько строчек, в других – занимает достаточно длинное описание. Тем не менее, неизменным остается суть - описание *образа городской территории в будущем*.

В большинстве случаев, процесс выработки Стратегии городской территории состоит из несколько этапов. На рисунке 1 представлена общая схема процесса разработки Стратегии.

Первый блок: сбор и анализ информации. Второй блок: проведение анализа состояния территориального образования на основе использования модели SWOT-анализа, определение горизонтов планирования. Третий блок: определение на основе проведенной оценки стратегических ориентиров: видения, миссии, стратегической цели и задач; формирование системы альтернативных сценариев развития территориального образования. Четвертый блок: разработка системы мониторинга, механизма и оценки реализации Стратегии. Подходы, отраженные в представленной схеме, можно признать оптимальными для российской практики в сфере управления.

¹ Принятие Концепции Федеральной целевой программы экономического и социального развития Российской Федерации до 2020 года.

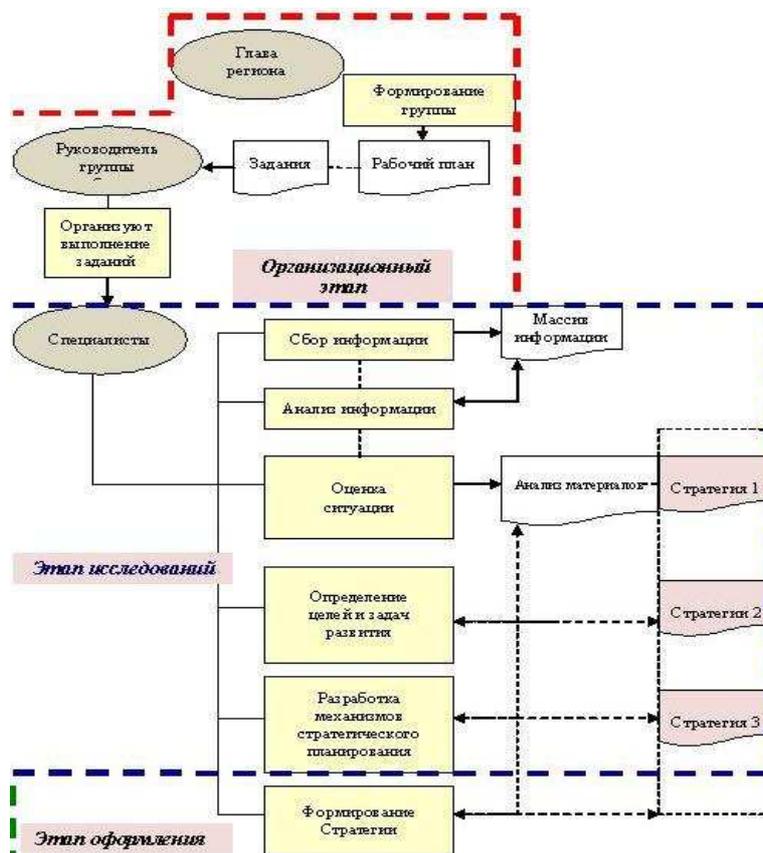


Рисунок 1 – Схема процесса разработки Стратегии городской территории

Наиболее значимыми причинами неудач в стратегическом планировании можно назвать: отсутствие преемственности в целеполагании, формах и методах перспективного развития при смене управляющих элит в городе; недостаток опыта в прогнозировании развития социально – экономических систем городов; отсутствие культуры участия негосударственных организаций и объединений в обсуждении планов и программ социально – экономического развития.

Муниципальные образования, и прежде всего, – города, составляющие реальный «опорный каркас» государства в промышленной, инновационной, культурной сферах жизни; они представляют собой центры деловой активности, задающие, при правильной организации, основы функционирования и развития страны. Таким образом, перед городскими властями при стратегировании стоит задача – консолидации конструктивных сил в целях организации процессов планомерного, научно обоснованного социально – экономического развития. Такая консолидация, например, может быть достаточно оправданной при разработке форм и методов развития **Волгоградско – Волжской агломерации** в Южном федеральном округе.

В настоящее время такие понятия, как «постиндустриальная экономика» и «постиндустриальное общество» стали вполне расхожими. В общественном сознании они обозначают некий качественный рубеж в развитии, через который уже прошли экономики ведущих стран мира. Однако, этот рубеж достаточно условный, и бывает достаточно трудно, оценить на какой стадии развития находится та или иная городская экономика. Сильный спад в промышленном производстве ведущих стран мира в конце XX века вызвал волну инноваций в развитии городских экономик, а главное изменил облик человека труда в городе. Например, в таких городах как Питсбург, Кливленд, Чикаго, Филадельфия, Ньюарк, Балтимор (США) доля занятых в промышленности упала с 80 -

60% до 20 -9%². В Великобритании сокращения рабочих мест в промышленности были наибольшими: в Бирмингеме – на 75%, в Шеффилде и Лидсе – на 80%, в Манчестере, Ливерпуле и Глазго – на 85%³.

Столь быстрая и огромная по масштабам утрата рабочих мест и налогооблагаемой базы поставила городские власти мобилизоваться в поисках новых, альтернативных ресурсов выживания. Наиболее очевидным выходом для большинства городов стало: развитие сферы услуг и сервисной экономики, которая позволяла развивать местные рынки и привлекать инвесторов и туристов. Но занять эту нишу городам с индустриальным прошлым оказалось не так просто. Результатов добились лишь те власти, которые взяли на вооружение процесс стратегирования.

В принятых Стратегиях экономика городов была представлена не промышленным сектором. Она состояла: из экономики сферы услуг (консалтинг, финансовые услуги, управление, реклама, программное обеспечение, администрирование); из индустрии туризма, как отрасли, способной «впитать» квалифицированную рабочую силу, попавшую под сокращение в промышленности, индустрии. Из культуры и развлечений (музеев, выставочных и концертных залов, галерей, аквапарков, спортивных сооружений, ресторанов, ночных клубов и развлечений). Из строительства качественного, но не дорогого жилья, чтобы удержать от отъезда представителей рабочего класса, потерявших работу, и привлечь «белые воротнички». Из обеспечения комплексного благоустройства городских зон (создание «эпицентров» общественной жизни в городе – пешеходных улиц, парков отдыха); развития общественного транспорта с измененными маршрутами и дорожной сети).

Вызовы постиндустриальной экономики заставили города «создавать себя заново». В мире появились города, которые специализируются на «событийной экономике»: Давос, проводящий экономические форумы. Берлин, Канны, Венеция, Москва, организующие кинофестивали. Ле-Бурже, Фарнборо, Абу-Даби, организующие международные авиасалоны. Юрмала и Сан-Ремо - музыкальные фестивали; Рио-де-Жанейро и Венеция – карнавалы.

С каждым годом все сильнее разгорается конкуренция между городами за право проводить у себя престижные мероприятия мирового уровня: Всемирную выставку технических достижений (World EXPO), Олимпийские игры. Даже те города, которым не удавалось победить в конкурсе за проведение Игр, получают достаточно дивидендов по итогам проведения своей рекламной компании. Многие российские города также осознали прелесть и выгоду «событийной экономики» и стали организовывать Дни города, смотры художественной самодеятельности.

В Российской Федерации насчитывается 1100 городов, а доля городского населения составляет 73,75%.⁴ Число больших городов – 165, в них проживает 45% населения страны – почти половина России. Результаты последней переписи показывают усиление процесса роста крупнейших городов за счет сокращения численности мелких поселений. Городская среда становится решающим фактором, обеспечивающим привлекательность территорий для капиталов и людей.

Одной из главных задач управления страной в этой связи становится повышение эффективности использования городского пространства, реорганизация данного пространства таким образом, чтобы оно работало более производительнее. Ключевым фактором устойчивого развития, как главной цели, является взаимодействие и учет интересов органов государственного управления различных уровней, местного самоуправления, частных компаний, общественных организаций и населения в процессе выработки Стратегии.

² USBC, Country and City Data Book, Washington DC, 1994.

³ Office of Population Census and Surveys, UK, London, 1994-96.

⁴ По переписи населения РФ 2010г.

Очевидно, что стратегия инновационного развития России должна базироваться на принципиально новой каркасной структуре пространственной организации страны, которая должна явиться, «материальной основой поддержания целостности государства и интенсификации развития его территории в новых геополитических условиях» с раскрытием возможностей использования практически всех ресурсов и богатств. В стране в конце двадцатого века управление территориальными образованиями с позиции структурно-функционального подхода породило ряд негативных последствий. Каждый элемент системы управления выполнял только те функции, которые были за ним закреплены и не был мотивирован на установление дополнительных связей с другими элементами системы. Во-вторых, в российских условиях иерархичность интересов привела к централизации ресурсов в Центре и заставила регионы, города жестко конкурировать эти ресурсы; вместо конкуренции с внешними экономическими агентами, находящимися в других странах и регионах мира, *российские города и регионы сосредоточились на конкуренции* между собой за обладание ограниченными национальными (бюджетными) экономическими ресурсами.

Психологически большинство людей воспринимает экономический рост как нечто позитивное и желаемое. Люди, как правило, не задумываются, что планета имеет вполне определенные физические пределы, которые требуют соотнесения экономического роста с возможностями Земли к самоподдержанию. Комиссия ООН по охране окружающей среды под «зеленой» экономикой понимает «правильную» хозяйственную деятельность, направленную на повышение благосостояние людей и обеспечение социальной справедливости, при существенном снижении давления на окружающую среду. Одним из таких направлений является - «зеленая» экономика, которая наряду с модернизацией и повышением эффективности производства, способствует улучшению качества жизни и среды проживания. Согласно подготовленному экспертами ООН докладу «Переход к зеленой экономике: выгоды, вызовы и риски с точки зрения устойчивого развития», концепцию «зеленой» экономики следует рассматривать в увязке с более широкой концепцией устойчивого развития. Сегодня уже можно с уверенностью сказать, что развитие «зеленой» экономики и расширение рынков экологически чистых продуктов и технологий становятся важнейшими факторами развития мировой экономики и научно-технического прогресса. Роль и значение «зеленой» экономики в мире с каждым годом возрастают. В соответствии с Новой экономической стратегией ЕС «Европа–2020» главной стратегической целью определено «формирование низкоуглеродной, ресурсоэффективной и конкурентоспособной экономики, основанной на принципах устойчивого развития». Одним из наиболее эффективных способов сохранения природы, создания комфортной среды для жизни и устойчивого развития является создание экологического каркаса территорий. Особые правовые условия ресурсо- и природопользования, требования к экологизации производства и среды жизни, основанные на соответствующих международных правовых нормах и соглашениях, обеспечат необходимые институциональные условия для разработки и внедрения «зеленых» технологий и переход к устойчивому развитию.

Создание экологических каркасов территорий, разработки и внедрение новой «инфраструктурной» модели развития территорий взаимно дополняют друг друга. Первый – за счет формирования в России институциональной среды, восприимчивой к внедрению «зеленых» технологий и инноваций, и создания эффективной пространственной организации экологической и природоохранной деятельности. Второй – за счет создания рынка и стимулирования спроса на «зеленые» инновации, повышения их инвестиционной привлекательности и обеспечения условий рационального использования пространственного и ресурсного потенциала регионов.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ ПОСРЕДСТВОМ АКТИВИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ВОЗОБНОВЛЯЕМОЙ ЭНЕРГЕТИКИ

старший преподаватель О. Н. Шиповская

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

В качестве одного из приоритетов социальной и экономической политики в рамках реализации второго этапа «Стратегии социально-экономического развития Волгоградской области до 2025 г.», намеченного на период 2013-2020 гг., обозначена комплексная задача по внедрению в электроэнергетику новых ресурсосберегающих технологий. А также по расширению производства электроэнергии на основе использования возобновляемых источников и разворачиванию новых инфраструктурных проектов, направленных на развитие альтернативных видов топлива и энергии.

Повышенное внимание Администрации Волгоградской области к энергетической проблеме, равно как и ставка в ее решении на ресурсосбережение и возобновляемую энергетику, обусловлены рядом обстоятельств:

1. Высокий уровень энергоемкости промышленного производства. Потребление электроэнергии предприятиями промышленной сферы Волгоградской области составляет порядка 60% всей электроэнергии региона. Наиболее энергоемкими являются химические, металлургические и нефтеперерабатывающие производства – энергозатраты на предприятиях данных отраслей составляют 30-40% от себестоимости продукции. В современных условиях хозяйствования предприятия, преимущественно промышленного сектора, вынуждены по понятным причинам сокращать объемы производимой продукции. Нести при этом обязательства перед компаниями-поставщиками электроэнергии по долгам за то количество электроэнергии, которое потреблялось при прежних объемах производства и, соответственно, при прежних прибылях – становится делом непосильным. Впервые за последние десять лет энергетики из-за долгов начали ограничивать промышленные предприятия в электроэнергии. Общая сумма долгов за поставленные ресурсы перед энергораспределительными компаниями в настоящее время составляет около 5 млрд. руб.

2. Низкая надежность регионального энергетического комплекса, являющаяся следствием высокого износа основных фондов электростанций и сетей. Из суммарного объема мощностей 70% оборудования и сетей – с истекшим сроком эксплуатации и (или) в аварийном состоянии. Суммарная стоимость инвестиционных проектов по реконструкции и восстановлению действующих и введению новых энергетических мощностей, ввиду роста количества потребителей электроэнергии, соизмерима с суммой долга перед энергораспределительными компаниями Волгоградской области и выходит за обозначенные рамки расходования средств. Сказывается на энергетической безопасности региона и отсутствие резервных источников энергии на случай «непредвиденных» аварийных отключений.

3. Высокие тарифы на отпускную электроэнергию. Предназначением существующих в регионе источников энергии, таких как Волгоградская ГРЭС и ТЭЦ-2, Камышинская, Михайловская и Волжская ТЭЦ-1 и ТЭЦ-2, является производство тепловой энергии. Электрическая энергия не является основным продуктом деятельности, производится попутно и уже изначально обладает сравнительно высокими стоимостными характеристиками. Не говоря уже о том, что с каждым годом на протяжении 12 лет происходит рост тарифов на электроэнергию.

4. Неравномерность покрытия территории энергораспределительной сетью. Значительная часть территории Волгоградской области находится в зоне децентрализованного энергоснабжения или так называемых «удаленных территориях», не

присоединенных к общей энергосети или имеющих перебои с поставками электроэнергии. Организация системы подачи электроэнергии в зону децентрализованного снабжения по стоимостным показателям отличается от создания автономных систем энергообеспечения, уступая последним в разы.

Сегодня предпринимательство в области возобновляемой энергетики – это перспективное, прибыльное и активно развивающееся направление бизнеса, позволяющее достигать странам, в которых осуществляется его поддержка, ошеломляющих результатов в экономии ресурсов. Одним из ярких примеров является достижение в Германии доли возобновляемых источников в суммарном энергобалансе страны в 20%. Примечателен факт, что мировой рынок ВИЭ имеет тенденцию к расширению – разведываются новые запасы, совершенствуются технологии, находят новые способы применения. По прогнозным оценкам к 2050 г. объем мирового рынка возобновляемой энергетики должен составить около 50 млрд. долл. Бизнесмены во всем мире адекватно оценивают текущую ситуацию и перспективы развития отрасли и уже сегодня в данной сфере счет малых, средних и крупных фирм идет за сотни. Более того, ВИЭ-компании расширяют свое присутствие не только на местных рынках возобновляемых источников энергии, но и на рынках других стран. Так, в развивающуюся «зеленую» энергетику Китая инвестируют General Electric (США, объем инвестиций – 15 млрд. долларов), Caterpillar (США, прибыль в 2010 г. – 4 млрд. долларов), First Solar Inc из (Аризона) и Vestas Wind Systems A/S (Дания) и пр.

В нашей стране процесс освоения возобновляемых источников энергии осуществляется весьма непросто. Препятствием на пути развития ВИЭ в России, и в частности в Волгоградской области, являются сразу три группы проблем:

1. Отсутствие адекватной нормативно-правовой базы, системы государственной поддержки и плановых документов в области возобновляемой энергетики. До сих пор остаются неразработанными программы по продвижению использования ВИЭ в хозяйственной деятельности на территории регионов, городов, поселений и России в целом. Отсутствует комплекс мер по развитию малого и среднего предпринимательства в ВИЭ-отрасли и, соответственно, действенный механизм по их претворению на всех уровнях (государственном, региональном, местном). В то время как в отсутствие системного подхода к такой глобальной проблеме как переориентирование, будь то частичное, или полное, энергетической отрасли на неуглеводородный путь развития не представляется возможным ни через 10, ни через 15, ни через 100 лет.

2. Отсутствие мотивации или слабая заинтересованность предпринимателя в ведении бизнеса в данной сфере: нет реального наглядного примера объекта инвестирования (в ведущих зарубежных странах демонстрационные центры, центры роста, инкубаторы). Отсутствие информации, подготовка специалистов-практиков – важная основа продвижения научно-технических разработок по ВИЭ. Трудности в оценке целесообразности вложений; отсутствие информации о затратах, инициированных данным видом предпринимательской деятельности; недостаток маркетинговых исследований в данной области, а отсюда – сомнения в востребованности товара рынком; неопределенность в правах принадлежности интеллектуальной собственности; инертность человеческого сознания и определенная боязнь перемен; отсутствие производственных мощностей энергоустановок в России.

3. Отсутствие достаточного собственного инвестиционного капитала на полную самостоятельную реализацию предпринимательских проектов: недоступность долговременных кредитов, неблагоприятные экономические условия и деловой климат, высокая стоимость специального оборудования, сомнительная доходность и рискованность инвестиций в ВИЭ. Многие виды ВИЭ-бизнеса, позволяющие получить высокую норму прибыли, требуют значительных сумм вложений и характеризуются наличием длительных временных лагов от момента инвестирования до момента возврата

средств, которые выходят далеко за рамки временных горизонтов доступных кредитных программ.

Все эти факторы, в сочетании с отсутствием рынка возобновляемой энергетики как такового в России, ведут к слабой заинтересованности предпринимателей в развитии данного вида бизнеса. В то время как ВИЭ востребовано к жизни и как полноценное направление бизнеса и как его составляющая в качестве составного подразделения предприятия. Расширение использования источников возобновляемой энергетики ведет к получению ряда преимуществ, как для региона, так и для бизнеса:

- экономия ресурсов (денежных, энергетических, трудовых), снижение себестоимости продукции и увеличение нормы прибыли;
- автономность и независимость от централизованной энергетической системы;
- формирование положительного имиджа предприятия и повышение конкурентоспособности предприятия;
- использование экологически чистого источника энергии, снижение антропогенной нагрузки на окружающую среду и, как следствие, снижение штрафов, получение льгот и субсидий;
- извлечение дополнительных доходов за счет отпуска излишней энергии в сеть;
- дополнительные денежные средства для развития бизнеса (на предприятии с оборотом в 2,5 млн. руб. с затратами на энергию в 252 тыс. руб., это дает экономию средств в 66 тыс. руб. Если предприятие работает с прибылью 10% (250 тыс. руб.), прибыль увеличится на 15% каждый год).

Волгоградская область – идеальный полигон для продвижения возобновляемой энергетики. Количество солнечных дней в регионе достигает 120, а по величине среднегодовой скорости ветров и их продолжительности область занимает 2-е место в стране. Волгоградская область, со своей спецификой, включающий ряд удалённых точек, прежде всего – небольших посёлков и скотоводческих хозяйств, является ярким примером региона, нуждающегося в оснащении большим количеством небольших автономных источников энергии. Непосредственной реализацией в регионе политики энергосбережения занимается ГУ «Волгоградский центр энергоэффективности», основной задачей которого является осуществление практических мер по переводу экономики Волгоградской области на энергосберегающий путь развития и снижение потребления энергоресурсов. За время существования ГУ «Волгоградский центр энергоэффективности» реализованы следующие проекты:

- ветро (2×5кВт)-дизельная (5,2кВт) установка. с. Голубинское, Калачевский район;
- ветро (2×5кВт)-дизельная (5,2кВт) установка. с. Голубинское, Калачевский район;
- ветро (2×5кВт)-солнечно(1,2кВт)-дизельная(8кВт) установка. Суровикинский район;
- ветро (5кВт)-солнечно(1,8кВт)-дизельная(5кВт) установка. Николаевский район;
- солнечная водонагревательная установка, 15 куб. м./сут. г. Ленинск, Ленинский район;
- фотоэлектрическая станция. МУ «Ленинская ЦРБ», г. Ленинск, Ленинский район;
- солнечная водонагревательная установка, 20 куб. м./сут. МУЗ «Еланская центральная районная больница», г. Елань, Еланский район;
- солнечная водонагревательная установка, 2,5 куб. м./сут. МУЗ «Голубинская районная больница», ст. Голубинская, Калачевский район.

Кроме того, были претворены в жизнь еще несколько разработок. Например, для освещения еще одного удаленного от централизованных электрических сетей объекта – наплавного моста через реку Хопер в Урюпинском районе – используется миниГЭС волнового типа. Станция дает энергию для освещения моста ночью. В школе с. Каршевитое Ленинского района установлено 8 тепловых насосов, отбирающих

низкопотенциальное тепло из атмосферы. Эти насосы позволили отказаться от дорогостоящей системы отопления с использованием электрического котла.

Эффективность вышеперечисленных объектов уже оценили как население, так и представители региональных властных структур. Средний срок окупаемости реализованных предпринимательских проектов в сфере возобновляемой энергетики составляет около трех лет. Всего же экономический эффект от реализации программы по энергосбережению ежегодно составляет несколько десятков млн. руб. При этом наибольший эффект от применения энергосберегающих технологий обеспечивается в сфере теплоснабжения.

Таким образом, основными потребителями энергии, генерируемой возобновляемыми источниками энергии, в Волгоградской области выступают представители сельскохозяйственных бизнес-единиц и объекты здравоохранения. В то же время следует отметить, что ряд промышленных предприятий намерены диверсифицировать свою деятельность в данном направлении. В частности строительство второй очереди Волжского абразивного завода предполагает создание новой производственной площадки с целью увеличения объемов выпуска карбида кремния, который применяется, в том числе и при изготовлении элементов солнечных батарей – энергетических установок, источников возобновляемого вида энергии. Расширение производства карбида кремния гарантированно послужит импульсом к развитию возобновляемой энергетики, что является перспективным для Волгоградского региона, с учетом его климатических особенностей, и перспективно для страны в целом. Волгоградская область в качестве полигона для развития возобновляемой энергетики интересна и для представителей государственных корпораций. В частности, компания «Ростехнологии», совместно со стратегическими партнерами «РусГидро» и «Siemens» выбрала Волгоградскую область для запуска первого в России ветропарка. На данном этапе производится расчет параметров энергопарка и адаптации его к производственным площадкам региона.

Резюмируя вышесказанное: в Волгоградской области уже делаются практические шаги в направлении активизации предпринимательства в сфере возобновляемой энергетики, с целью социально-экономического развития региона. В регионе создаются предприятия возобновляемой энергетики преимущественно малых форм организации, предприятий при крупных энергетических компаниях или реализуются в виде отдельных ограниченных предпринимательских проектах. Тем не менее, в последние 2 года процесс развития возобновляемой энергетики в Волгоградской области идет неутешительными темпами. Такое положение дел обусловлено, главным образом, отсутствием собственной производственной базы в регионе, неэффективностью используемых средств популяризации данного направления бизнеса и отсутствием сервисного обслуживания и ремонта поврежденных установок возобновляемой энергетики. Пока эти и другие проблемы остаются без решения.

Литература

1. Сажин, А.Н. Природно-климатический потенциал Волгоградской области: Научное исследование природно-климатических ресурсов области за 100-летний период / А.Н. Сажин ; Волгогр. с.-х. ин-т. – Волгоград, 1993. – 28 с.
2. Шиповская, О.Н. Экологический менеджмент и возобновляемая энергетика как основа создания региональных промышленных кластеров / О.Н. Шиповская, М.К. Старовойтов, С.А. Мироседи, А.В. Александров // Актуальные проблемы современной науки. - 2010. - № 2. - С. 12-14.
3. Шиповская, О.Н. Исследование проблем инновационного предпринимательства в энергетической сфере / О.Н. Шиповская, М.К. Старовойтов, С.А. Мироседи, А.В. Александров // Вопросы экономических наук. - 2010. - № 1. - С. 95-96.

4. REN21. 2011. Renewables 2011: Global Status Report – Paris: Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, 2011. – 116 p.

ПРИНЦИПЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

О.А. Гаврилова

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

В ранний период зарождения отечественного бизнеса, одной из самых злободневных проблем, было непонимание принципов его ведения. Первым принципом наших менеджеров (тогда это слово не было распространено) был - "надо крутиться". После "раскрутки", предприниматели вставали перед вопросом "куда идти" или погрязали в рутинном учете "гвоздей", а затем вытеснялись более сильными конкурентами или исчезали вместе с формированием рынка, тенденции которого не учитывались. Четкая, продуманная и эффективная стратегия - редкость на большей части наших предприятий и по ныне.

В условиях оперативного управления необходимо понять характер организационно-управленческих механизмов подчинения производства потреблению, удовлетворения рыночного спроса. Особенно важно понимать концепцию стратегического управления, которая строится на системном и ситуационном подходах. Это позволяет понять структуру процесса планирования стратегии, роль и методологию стратегической сегментации рынка; разобраться в новом методическом инструментарии, используемом при анализе стратегических альтернатив и выборе стратегий наметить и спроектировать систему управления реализацией стратегии и организационные структуры управления, позволяющие достичь стоящие перед ней цели в условиях стратегических изменений.

Принципы системности предполагают рассмотрение современной организации, в первую очередь, как социально-экономической системы, обладающей рядом специфических, присущих только ей особенностей:

- целостностью, когда все элементы и части системы служат достижению общих целей, стоящих перед организацией в целом. Это не исключает возможности возникновения неантагонистических противоречий между ее отдельными элементами (подразделениями);
- сложностью, которая проявляется в большом количестве обратных связей, в том числе и в процессе стратегического планирования и управления;
- большой инерционностью, что предопределяет возможность с высокой степенью достоверности предсказывать развитие организаций в будущем;
- высокой степенью надежности функционирования, которая предопределяется взаимозаменяемостью компонентов и способов жизнедеятельности организации, возможностью использования альтернативных технологий, энергоносителей, материалов, способов организации производства и управления;
- параллельным рассмотрением натуральных и стоимостных аспектов функционирования системы. Это позволяет постоянно соизмерять и оценивать эффективность деятельности организации, системы управления и реализации ее стратегии.

Через ситуационный подход реализуется принцип адаптивности, являющийся основополагающим принципом стратегического управления. Его суть состоит в том, что все внутриорганизационные построения (культура организации, оргструктура, система планирования и т.д.) являются реакцией организации на соответствующие изменения во внешнем окружении и некоторые изменения во внутренней среде.

Например, если внешняя среда относительно стабильна, руководство организации стремится к большей централизации управления, созданию жесткой организационной структуры управления, ориентированной на управленческий контроль по всей

технологической цепочке. Когда внешнее окружение нестабильно и в нем происходят постоянные изменения, таящие опасности и несущие новые возможности для организации, – руководство вынуждено больше заботиться о проблеме выживания организации, большей гибкости системы управления. Организационные структуры становятся более децентрализованными, гибкими, позволяющими быстро и адекватно реагировать на происходящие изменения.

Различная реакция организаций на происходящие изменения предопределяет и различные стили их поведения на рынке. Коммерческие и некоммерческие организации демонстрируют большое разнообразие поведенческих стилей. Они являются производными от двух типичных стилей – приростного и предпринимательского.

Приростный стиль поведения организации, как показывает само название, характеризуется постановкой целей "от достигнутого". Он направлен на минимизацию отклонений от традиционного поведения, как внутри организации, так и в ее взаимоотношениях с окружающей средой. Организации, придерживающиеся этого стиля поведения, стремятся избежать изменений, ограничить их и минимизировать. При приростном поведении действия предпринимаются в том случае, если необходимость изменений стала настоятельной. Поиск альтернативных решений ведется последовательно и принимается первое удовлетворительное решение.

Такое поведение исповедуют большинство длительное время успешно работающих коммерческих организаций и фактически все некоммерческие организации в области образования, здравоохранения, религии и т. п. Многие коммерческие организации, придерживающиеся приростного стиля, одновременно стремятся к эффективности своей деятельности, к обеспечению рационального использования ресурсов. В то время как некоммерческие организации склонны к бюрократизации, к сохранению определенного статус-кво.

Предпринимательский стиль поведения характеризуется стремлением к изменениям, к предвосхищению будущих опасностей и новых возможностей. Ведется широкий поиск управленческих решений, когда Разрабатываются многочисленные альтернативы и из них выбирается оптимальная. Предпринимательская организация стремится к непрерывной цепи изменений, поскольку в них она видит свою будущую эффективность и успех.

Коммерческие и некоммерческие организации гораздо реже используют предпринимательский стиль поведения, чем приростный. Некоммерческие организации используют предпринимательский стиль только на ранних стадиях своего развития, когда они определяют круг своих задач, формируют организационную структуру, т. е. в тот период, когда они конституируют свою социальную значимость. На следующем этапе они, как правило, переходят к приростному стилю поведения.

Предпринимательского стиля поведения чаще придерживаются частные коммерческие организации, эффективность деятельности которых прямо связана с влиянием рыночной динамики. Частные коммерческие организации постоянно ведут предпринимательский поиск возможностей роста за счет изменений.

Организации, придерживающиеся разных стилей поведения, существенно отличаются по своим характеристикам. Например, организация, придерживающаяся приростного стиля поведения, видит свою цель в оптимизации прибыльности. Ее организационная структура сравнительно стабильна, работа ведется в соответствии с ходом технологического процесса переработки ресурсов, экономия на масштабах производства считается главным фактором эффективной деятельности, а сами ее виды слабо увязаны между собой, управленческие решения представляют собой реакцию на возникшие проблемы с запаздыванием по отношению к моменту их появления. Те же характеристики у организации, придерживающейся предпринимательского стиля поведения, выглядят по-другому: цель – оптимизация потенциальной прибыльности, организационная структура гибкая, изменяющаяся адекватно условиям среды,

управленческие решения принимаются через активный поиск возможностей путем предвидения проблем. Существенные отличия имеют и другие организационные характеристики.

Опыт реорганизации систем управления коммерческими организациями показывает, что переход от одного стиля поведения к другому связан с глубокими изменениями и значительными затратами времени и средств, психологически чрезвычайно труден для людей, так как требует перераспределения власти. В свою очередь, перераспределение власти в организации связано с необходимостью перестройки ее организационной структуры, изменением должностных функций, перераспределением прав и ответственности принимать решения между разными уровнями управленческой иерархии. Попытки соединить оба стиля поведения в одной организации ведет к возникновению напряженности внутри нее и к конфликтным ситуациям. Очевидно, что в каждом конкретном случае необходимо решать задачу, какому стилю поведения следует отдать предпочтение.

Стратегическое планирование является системным подходом к предпринимательскому стилю поведения. Современное толкование представляет природное поведение как консервативное, а предпринимательское как агрессивное, ориентированное на рост. Вместе с тем природный стиль поведения является более органичным и естественным для крупных организаций. Например, если крупная многоотраслевая организация, придерживающаяся природного поведения, успешно функционировала на протяжении ряда лет, то с большой степенью вероятности можно предположить, что и на будущее ее руководство предпочтет тот же стиль организационного поведения. На изменения руководители могут пойти лишь в том случае, если организация столкнется с непреодолимыми проблемами во внешней среде, и эти проблемы вынудят их искать новые возможности поддержания эффективности организации.

Если до настоящего времени считалось, что стили организационного поведения могут последовательно сменять друг друга, то, вероятно, в будущем коммерческие организации должны будут научиться применять оба типа одновременно. Это актуальная задача, так как два стиля поведения лежат в основе соответствующих режимов управления (стратегического и оперативного), реализуемых в современной организации.

Преимуществами стратегического управления предприятием для достижения желаемого результата являются:

- обеспечение направленности всей деятельности предприятия на реализацию его миссии и стратегических целей развития в ближней и дальней перспективе;
- необходимость и обязательность для менеджеров четко реагировать на появляющиеся перемены, новые возможности и угрозы;
- возможность оценивать альтернативные варианты капитальных вложений (инвестиций) и своевременно переориентировать ресурсы (в том числе персонал) в стратегически обоснованные привлекательные сферы бизнеса (высокоэффективные отрасли, проекты);
- возможность объединить решения руководителей всех уровней управления, связанных с обеспечением успешной (эффективной) деятельности предприятия, для целенаправленной выработки и реализации его стратегических целей, в максимальной степени учитывающих возможности предприятия и сложившуюся конъюнктуру рынка;
- создание среды (инфраструктуры), благоприятствующей активному руководству предприятием, направленному на разработку стратегий, которые ведут к улучшению результатов деятельности конкретного предприятия в долгосрочной перспективе.

Стратегическое управление базируется на ряде принципов, которые необходимо учитывать в процессе его осуществления.

Основными из них являются следующие:

1. Научность в сочетании с элементами искусства. Менеджер в своей деятельности использует данные и выводы множества наук, но в то же время должен постоянно импровизировать, искать индивидуальные подходы к ситуации. Реализация этой задачи предполагает помимо знаний владение искусством ведения конкурентной борьбы, умение найти выход из самой затруднительной ситуации, сосредоточиться на ключевых проблемах, выделить главные достоинства своей организации.

2. Целенаправленность стратегического управления. Стратегический анализ и формирование стратегии должны подчиняться принципу целенаправленности, т.е. быть всегда ориентированы на выполнение глобальной цели организации. В противоположность свободной импровизации и интуиции стратегическое управление призвано обеспечить осознанное направленное развитие организации и нацеленность управленческого процесса на решение конкретных проблем.

3. Гибкость стратегического управления. Подразумевает возможность внесения корректив в ранее принятые решения или их пересмотра в любой момент времени в соответствии с изменяющимися обстоятельствами. Реализация данного принципа предполагает оценку соответствия текущей стратегии требованиям внешней среды и возможностям предприятия, уточнение принятой политики и планов в случае непредвиденного развития событий и усиления конкурентной борьбы.

4. Единство стратегических планов и программ. Для достижения успеха стратегические решения разных уровней должны быть согласованы и тесно увязаны между собой. Единство стратегических планов коммерческих организаций достигается посредством консолидации стратегий структурных подразделений, взаимного согласования стратегических планов функциональных отделов, увязки покупателей всех разработанных программ.

5. Создание необходимых условий для реализации стратегии. Стратегический план не обеспечивает его обязательного успешного выполнения. Процесс стратегического управления должен включать создание организационных условий для осуществления стратегических планов и программ, то есть формирование сильной организационной структуры, разработку системы мотивации, совершенствование структуры управления.

Таким образом, компания, опираясь на принципы стратегического управления, сможет реализовать гипотезу стратегического успеха, а, следовательно, повысить эффективность менеджмента, что в свою очередь, отразится на рентабельности и, как следствие, стоимости бизнеса.

СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК БАЗОВЫЙ КОМПОНЕНТ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ И УСТОЙЧИВОСТИ

О.А. Гаврилова

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

Действия организаций и их руководителей не могут сводиться к простому реагированию на происходящие перемены. Все шире признается необходимость сознательного управления изменениями на основе научно обоснованной процедуры их предвидения, регулирования, приспособления к целям организации, к изменяющимся внешним условиям. Точно так же и сама организация должна адекватно реагировать на изменения во внешней среде.

Современным инструментом управления развитием организации в условиях нарастающих изменений во внешней среде и связанной с этим неопределенности является методология стратегического управления.

Практика показывает, что те организации, которые осуществляют комплексное стратегическое планирование и управление, работают более успешно и получают прибыль

значительно выше средней по отрасли. Многие руководители, имеющие опыт планирования, и просто энергичные люди не добиваются желаемого успеха из-за того, что распыляют свои силы, стремясь охватить как можно больше рынков, произвести как можно больше разнообразных продуктов и удовлетворить потребности различных групп клиентов. Для успеха необходимо целенаправленная концентрация сил и правильно выбранная стратегия. Иными словами: кто лучше планирует свою стратегию, тот быстрее достигает успеха.

Слово "стратегия" означает "искусство развертывания войск в бою". За последние 20 лет это понятие широко вошло в обиход специалистов, теорию и практику менеджмента как набор правил, которыми руководствуется организация при принятии управленческих решений. Вместе с тем стратегию рассматривают и как общий комплексный план, обеспечивающий осуществление миссии и достижение хозяйственных целей организации. Стратегия определяет цели и основные пути их достижения так, что организация получает единое направление действий. Таким образом, стратегия определяет границы возможных действий организации и принимаемых управленческих решений.

Стратегия организации – это генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей. Главная задача стратегии состоит в том, чтобы перевести организацию из ее настоящего состояния в желаемое руководством будущее состояние.

Возникновение и практическое использование методологии стратегического управления вызваны объективными причинами, вытекающими из характера изменений, в первую очередь во внешней среде организации. Суть стратегического управления заключается в том, что, с одной стороны, существует четко организованное комплексное стратегическое планирование, с другой – структура управления организацией отвечает "формальному" стратегическому планированию и построена так, чтобы обеспечить выработку долгосрочной стратегии для достижения ее целей и создание управленческих механизмов реализации этой стратегии через систему планов.

По содержанию стратегия предприятия должна охватывать решения в области структуры и объемов производства, поведения предприятия на рынках товаров и факторов, стратегические аспекты внутрифирменного управления и т.п. Верхний уровень составляют восемь следующих относительно самостоятельных направлений (видов) стратегии.

1. Товарно-рыночная стратегия – совокупность стратегических решений, определяющих номенклатуру, объем и качество выпускаемой продукции и способы поведения предприятия на товарном рынке.

2. Ресурсно-рыночная стратегия – совокупность стратегических решений, определяющих поведение предприятия на рынке производственно-финансовых и иных факторов и ресурсов производства.

3. Технологическая стратегия – стратегические решения, определяющие динамику технологии предприятия и влияние на нее рыночных факторов.

4. Интеграционная стратегия – совокупность решений, определяющих интеграционные функционально-управленческие взаимодействия предприятия с другими предприятиями.

5. Финансово-инвестиционная стратегия – совокупность решений, определяющих способы привлечения, накопления и расходования финансовых ресурсов.

6. Социальная стратегия – совокупность решений, определяющих тип и структуру коллектива работников предприятия, а также характер взаимодействия с его акционерами.

7. Стратегия управления – совокупность решений, определяющих характер управления предприятием при реализации избранной стратегии.

В последнее время многие предприятия перестраивают свою внутреннюю производственно-технологическую и организационно-управленческую структуру,

осуществляют перераспределение прав и обязанностей различных подразделений и подсистем. В связи с этим представляется целесообразным на данном этапе развития экономики выделить дополнительный раздел стратегии.

8. Стратегия реструктуризации – совокупность решений по приведению производственно-технологической и организационно-управленческой структуры в соответствие с изменившимися условиями и стратегией функционирования предприятия.

Для стратегического планирования характерно использование типовых классификационных группировок отдельных частных вариантов выбора направлений и характера развития. Формирование стратегий предполагает выбор одного из нескольких (обычно не более десяти) заранее разработанных вариантов в той или иной сфере в зависимости от внешних стратегических факторов и сделанного ранее выбора.

В целом комплекс стратегического планирования включает в себя следующие элементы:

- определение классификационных признаков стратегических вариантов;
- классификацию стратегий;
- формирование элементарных (базисных) стратегических вариантов;
- определение структуры множества базисных вариантов для их комбинирования при создании комплексных вариантов;
- формирование комплексных стратегических вариантов;
- определение критериев сравнения вариантов;
- анализ и сравнение комплексных вариантов для определения осуществимости и эффективности;
- выбор комплексной стратегии;
- определение критериев для пересмотра принятой стратегии;
- создание упрощенных версий принятой стратегии для информирования различных категорий заинтересованных в деятельности предприятия лиц;
- разработка механизмов реализации стратегии;
- разработка механизмов контроля соответствия принимаемых на предприятии решений избранной стратегии.

На практике разработка стратегии – это выполнение следующих этапов:

- уточнение границ предприятия, его идентификации в хозяйственной, деловой, административной и иных средах в системе рыночной экономики;
- анализ стратегического потенциала предприятия;
- определение в соответствии с потенциалом предприятия возможных зон хозяйствования;
- анализ рынка продукции в сфере, определяемой стратегическим потенциалом предприятия, – зоне хозяйствования;
- позиционирование предприятия в зоне хозяйствования;
- определение технологической стратегии;
- формирование вариантов и выбор товарно-рыночной стратегии предприятия;
- формирование вариантов и выбор ресурсно-рыночной стратегии предприятия;
- анализ возможностей создания интеграционной зоны предприятия, определение интеграционной стратегии предприятия;
- разработка финансово-инвестиционной стратегии предприятия;
- разработка вариантов и выбор социальной стратегии предприятия;
- определение стратегии управления.

Эти этапы могут повторяться и корректироваться в ходе формирования стратегии. Однако хотелось бы подчеркнуть следующий принципиальный момент: в первоначальной, базовой последовательности этапов анализ потенциала предприятия должен предшествовать анализу рынка. Это связано с тем, что без знания потенциала невозможно определить, какая именно часть рынка должна подвергнуться наиболее

детальному исследованию. Понятно поэтому, как важен процесс анализа потенциала предприятия.

Как видно из приведенного перечня этапов, создание и внедрение стратегии – достаточно трудоемкая процедура. Однако значимость для предприятия этого процесса намного превосходит затраты на его реализацию. Дело в том, что сам по себе процесс осмысления ситуации, ее коллективное обсуждение, разбор различных вариантов действий в тех или иных сферах деятельности предприятия приносят огромную пользу, повышают степень системности и обоснованности принятия решений и управления предприятием в целом. Немаловажно и то, что в процессе обсуждения стратегии улучшается менеджмент, консолидируется коллектив, снижается уровень противоречий в интересах собственников, менеджеров, работников предприятия.

Уточнив, таким образом, понятие комплексной стратегии предприятия и описав общую картину формирования стратегии, можно остановиться на роли стратегии в жизни предприятия. Эта роль, как показывает исследование работы наиболее продвинутых фирм развитых зарубежных стран, неоднозначна. Выделяются следующие грани этой роли.

1. «Стратегия как образец»

Эта точка зрения на стратегию рассматривает ее в ретроспективе. В определенном смысле это наиболее важный взгляд на стратегию, потому что стратегии, которые фактически реализованы, объединяют результаты всех планов, решений и действий, выполняемых предприятием.

2. «Стратегия как власть»

С этой точки зрения стратегия рассматривается как результат политического процесса взаимодействия всех заинтересованных в производстве лиц, дающий чрезвычайные полномочия тем, кто призван реализовывать эту стратегию. В общем смысле и те, кто имеет власть, и те, кто хотел бы ее иметь, оказывают влияние на производство. Во многих случаях фактическая власть на предприятиях неизбежно разделена, и это разделение произведено независимо от интересов, принципов развития предприятия или степени демократии при принятии решений. Власть дробится просто потому, что никто из индивидуумов не может контролировать все желаемые аспекты деятельности организации. Это требует, чтобы лидеры контролировали структуру изменения власти – способ замены через некоторое время людей, контролирующих основные ресурсы предприятия.

3. «Стратегия как конкурентная позиция предприятия»

Одна из основных целей предприятия состоит в том, чтобы занять привлекательную и продуктивную позицию в непосредственном окружении – позицию, обеспечивающую приток капитальных, человеческих и других ресурсов и облегчающую «отток» (реализацию) изделий и услуг заказчикам и другим клиентам. При этом приемлемый выпуск должен осуществляться наряду с обеспечением необходимых для протекания внутренних процессов средств и возможностей поддержания внешней жизнеспособности. Такие теоретики конкурентной стратегии, как М.Портер, видят основные задачи стратегии менеджмента в том, чтобы выбирать и поддерживать «выигрышные» позиции в рыночной среде (Porter, 1985). Взгляд на поиск конкурентных преимуществ как на основную цель управления предприятием приобрел все более возрастающее влияние за последнее десятилетие. Ключ к стратегическому успеху с этой позиции – это превышение средней отдачи от инвестиций посредством разработки и внедрения конкурентных стратегий.

4. «Стратегия как система мотивации и контроля персонала»

Здесь стратегия рассматривается как квинтэссенция особенностей перспективной системы мотивирования персонала, причем акцент делается на динамике этих систем по мере успехов или провалов в деятельности предприятия. Стиль руководства, структуры, системы и процессы управления должны также измениться, чтобы сменить устаревшие элементы стратегической конфигурации.

5. «Стратегия как реакция на внешние вызовы»

В современный период быстрых и частых неожиданных изменений необходима организационно-функциональная подсистема в составе предприятия, которая занимается поиском, фиксацией и осмыслением стратегических проблем предприятия по мере их появления и развития. С этой точки зрения стратегия предстает как один из внутрифирменных механизмов, непрерывно обеспечивающих подходящие ответы на новые стратегические проблемы и «вызовы». Возникающие проблемы формируют «повестку дня» стратегической деятельности на предприятиях – каждую проблему или вызов нужно изучать и парировать с достаточной эффективностью. Такая система обеспечивает единственный подход к усовершенствованию «всеобъемлющей» компетенции стратегического менеджмента и разработку адекватного подхода к формированию программ развития стратегического менеджмента.

Таким образом, деятельность по стратегическому управлению направлена на обеспечение стратегической позиции, которая должна обеспечить длительную жизнеспособность организации в изменяющихся условиях.

ИССЛЕДОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

О.Н. Максимова.

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

Состояние и динамика инвестиционного потенциала предприятий зависит от инвестиционного потенциала области и определяется многими факторами. В их числе общий уровень социально-экономического развития; геополитическая стабильность; наличие мотивов, обеспечивающих удовлетворять потребность в инвестировании в основной капитал и обуславливающих тот или иной объем капитальных вложений; наличие устойчивых, выполняющих стимулирующую роль законодательных и правовых актов в сфере инвестиционной деятельности; состояние производственного аппарата регионального хозяйства, способного (или неспособного) материализовать имеющиеся инвестиции в соответствующие материальные объекты.

Привлечение инвестиций в экономику региона является основной задачей на сегодняшний день, а решить ее можно путем повышения инвестиционной привлекательности конкретного региона для потенциальных инвесторов.

Традиционно понятие «инвестиционная привлекательность» означает наличие таких условий инвестирования, которые влияют на предпочтения инвестора в выборе того или иного объекта инвестирования.

С нашей точки зрения, региональный инвестиционный потенциал представляет собой упорядоченную совокупность инвестиционных ресурсов, расположенных на определенной территории, позволяющую добиваться максимального положительного результата функционирования региональной экономической системы.

Выделим ряд факторов, оказывающих наибольшее влияние на предпочтения инвесторов. Так, наиболее значимыми для оценки инвестиционного потенциала региона являются следующие факторы:

- ресурсно-сырьевой (средневзвешенная обеспеченность балансовыми запасами основных видов природных ресурсов);
- производственный (совокупный результат хозяйственной деятельности в регионе);
- потребительский (совокупная покупательная способность населения региона);
- инфраструктурный (экономико-географическое положение региона и его инфраструктурная обустроенность);

- интеллектуальный (образовательный уровень населения);
- институциональный (степень развития ведущих институтов рыночной экономики);
- инновационный (уровень внедрения достижений научно-технического прогресса в регионе).

Большое значение для потенциальных инвесторов имеет региональная инвестиционная политика, которая в современных условиях должна нацеливаться на поддержку ведущих предприятий регионов, структурную перестройку экономики последних и максимальное использование их природного, кадрового и производственного потенциала.

Однако, оценивая современное региональное направление программных мер регулирования инвестиций, приходится констатировать, что их основные положения носят, как правило, рекомендательный характер и, по сути, лишь пассивно отражают те процессы, которые уже идут на многих территориях.

В настоящее время важно реализовывать новые подходы к организации инвестиционного процесса. В какой-то мере ряд таких подходов уже используется на практике в последние годы. К ним в первую очередь относятся повышение роли амортизационных отчислений как мощного источника финансирования капиталовложений и размещение централизованных (из федерального бюджета) инвестиционных ресурсов на конкурсных началах (при этом вводится обязательная сертификация проектов, которая призвана удостоверить их качество и поднять к ним доверие иностранных инвесторов). Правовая база таких подходов заложена президентским Указом № 1928 «О частных инвестициях в Российской Федерации» от 17 октября 1994 г. и правительственным постановлением № 744 «О порядке размещения централизованных инвестиционных ресурсов на конкурсной основе».

Приоритетное направление — содействовать созданию негосударственных научно-технических фирм, субъектами которых могут быть отдельные ученые и предприниматели, промышленные и коммерческие предприятия, ищущие эффективные сферы вложения капитала.

Предстоит решить вопрос об акционировании, продаже или передаче частному капиталу научно-технических организаций, исследования которых не вошли в состав приоритетных программ и в отношении которых прекращается или уже прекратилось государственное финансирование.

Необходимым направлением научно-технической политики становится изменение механизмов финансирования и налоговой политики в сфере науки, обеспечивающих определенные права собственности на результаты исследований на всех стадиях научно-исследовательского цикла: от исследований до производства товаров и услуг.

Распределение средств, в том числе бюджетных, должно осуществляться на конкурсных началах, с открытостью принимаемых решений и привлечением научного сообщества к контролю за их использованием.

РАЗВИТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ АУТ-ТЕХНОЛОГИЙ В РОССИЙСКОЙ ПРАКТИКЕ

М.С. Невская.

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

Нынешние темпы развития рынков и целых отраслей бизнеса в России таковы, что требуют от менеджеров высшего звена комплексного, мультивариативного системного подхода к вопросам управления организациями и бизнес-процессами внутри них. Однако, далеко не во всех случаях в содержании осуществляемых управленческих концепций

должное внимание уделяется такому важнейшему аспекту менеджмента как управление персоналом. Тому есть целый ряд как объективных, так и субъективных причин. На наш взгляд, главные из них это:

- быстрый рост и диверсификация деятельности большого числа российских компаний, которые ведут к тому, что решение вопросов структурирования («форматирования») деятельности компании как бизнес-системы носит «догоняющий», оперативный характер, а менеджерам, отвечающим за разрешение этих проблем зачастую приходится заниматься более актуальной текущей работой;

- отсутствие квалифицированных специалистов, способных ответственно и эффективно работать на этом участке управленческой системы организации;

- отсутствие информации о положительном опыте внедрения систем управления персоналом в аккумулированном доступном виде.

Аут-технологии - это технологии заимствования компанией ресурсов «извне», получившие широкое распространение в мировой управленческой практике и завоевывающие все большую популярность на российском рынке услуг.

Управленческие аут-технологии условно можно разделить на две группы: осуществление специализированных функций и предоставление персонала.

Изначально построив свою политику по принципу приобретения функций или временного привлечения внештатных работников, компания устраняет проблемы, связанные с подбором, адаптацией, увольнением работников, трудовыми спорами и т. д.

Первая группа технологий - выведение за пределы организации специализированных функций. Для некоторых областей деятельности в нашей стране это не новшество. Достаточно распространено привлечение сторонних организаций для выполнения таких функций, как реклама и PR, юридическое обслуживание, маркетинговые и социологические исследования. В бизнес-среде это называется аутсорсингом (outsourcing). Аутсорсинг означает, что за пределы компании выводятся не конкретные сотрудники, а определенная функция; в отличие от предоставления персонала клиент покупает услугу, а не труд работников.

Вторая группа рассматриваемых технологий - предоставление персонала - традиционно называется лизингом (leasing). Лизинг в экономическом понимании - это, как правило, аренда с правом последующего выкупа по стоимости. В данном случае это определение неправомерно, речь следует вести скорее об обычной аренде или, поскольку мы говорим о людях, о направлении, командировании персонала. В юридической литературе можно встретить название данной услуги - «аутсорсинг персонала». Действительно, можно рассматривать предоставление персонала как один из видов аутсорсинга. Однако сохраним сложившуюся терминологию.

Существует несколько видов предоставления персонала.

- долгосрочный лизинг персонала (staff leasing) предполагает аренду организацией сотрудников, находящихся в штате агентства, на период от нескольких месяцев до нескольких лет;

- краткосрочный лизинг персонала (temporary staffing) - предоставление временного персонала на срок от одного дня до нескольких месяцев. В основном применяется в сезонные «пики» деятельности, а также для разовых акций, замены отсутствующих штатных сотрудников;

- аутстаффинг (outstaffing) - выведение персонала за штат, оформление в штат агентства-провайдера работающих сотрудников компании, которых она не может держать у себя в штате. После перевода в агентство-провайдер работники предоставляются по договору обычного лизинга. Сотрудник работает на прежнем месте, но права и обязанности по трудовым отношениям переходят к агентству.

О лизинге персонала вспоминают, когда возникает проблема несоответствия штатного расписания потребностям организации. И если первоначально услуга была адресована исключительно организациям крупного бизнеса, то в настоящее время

наметилась тенденция использования «заемного» персонала представителями малого бизнеса, в том числе частными предпринимателями, у которых содержание в штате небольшого количества работников требует значительных затрат времени и сил.

Организации приходят к лизинговым отношениям в сфере управления персоналом в следующих случаях:

- ограничение предельной штатной численности головным офисом компании при сохранении потребности в труде соответствующих специалистов;
- сокращение штата работников и бюджетной статьи расходов на персонал;
- желание снизить затраты (времени, сил штатных работников и денег) на кадровый документооборот и бухгалтерский учет, упростить процедуру взаимоотношений между компанией и привлеченными специалистами;
- необходимость повысить показатели эффективности в расчете на одного работника;
- желание оптимизировать налоговые потери, сохраняя статус малого предприятия;
- проблема привлечения высококвалифицированных специалистов на временной основе (и эта потребность не ограничивается бухгалтерским учетом, юриспруденцией и другими услугами, которые оказывают специализированные компании);
- потребность в привлечении работников в филиалы головной компании, расположенные в других городах, сложность кадрового документооборота и бухгалтерского учета в географическом отдалении филиалов и представительств;
- необходимость краткосрочного привлечения сотрудников на периоды отпусков и болезни штатных работников.

Предоставление персонала может нести в себе некоторые потенциальные риски. Основной риск заключается в том, что отношения между организацией клиента и предоставленным работником могут быть признаны трудовыми. Так, в соответствии с Трудовым кодексом РФ, одним из оснований возникновения трудовых отношений является фактическое допущение работника к работе с ведома или по поручению работодателя или его представителя. Начало работы предоставленным работником в организации клиента может быть расценено контролирующими органами (трудовой инспекцией), как допущение сотрудника к работе. В этом случае организация-пользователь будет рассматриваться в качестве работодателя, а значит, от нее потребуют оформления трудового договора с работником, да еще привлекут к административной ответственности за нарушение трудового законодательства.

АКТИВИЗАЦИЯ АУТСОРСИНГА КАК ИНСТРУМЕНТА ДИВЕРСИФИКАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

М.С. Невская.

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

Необходимость углубленной разработки комплексной научной проблемы использования аутсорсинга как инструмента диверсификации экономической системы Волгоградской области обусловлена совокупностью взаимосвязанных обстоятельств.

Диверсификация является ведущей тенденцией развития современных пространственных экономических систем, в основе которой - объективные потребности экономических субъектов в распределении рисков, а так же в повышении устойчивости своего функционирования и развития. Диверсификация региональных экономических систем современной России дополнительно актуализирована необходимостью преодоления их зависимости от результатов развития крупных вертикально интегрированных корпораций, которые обуславливают высокий уровень монополизации

внутренней среды и затрудняют развитие конкуренции на локальных рынках.

Глобальный финансовый кризис обуславливает нестабильность региональных рынков, что, в свою очередь, порождает потребность в эффективных механизмах адаптации к кризисным условиям и формирования предпосылок новых конкурентных преимуществ, которые могут быть реализованы в процессе восстановительного роста. Значимость диверсификации в кризисных условиях возрастает с учетом характерных для экономики современной России явлений углубления региональной поляризации и возрастания роли региональной составляющей социально-экономической политики.

В кризисной ситуации происходит естественное разукрупнение экономических субъектов, масштабы которых не обеспечивают необходимой эффективности ведения бизнеса и потенциала выживания. Если данный процесс протекает неуправляемо, то результатом его становится дезинтеграция, обуславливающая высокие издержки и угрозы потери конкурентоспособности для всех элементов разукрупняемого бизнеса.

К способам активизации аутсорсинга как инструмента диверсификации региональной экономической системы:

1. Создание региональной программы развития аутсорсинга. Программа поможет создать благоприятный предпринимательский климат в данной области. Целью ее должна стать организация в области современного рынка аутсорсинга.

В программе социально-экономического развития Волгоградской области до 2020 года среди основных причин низкой производительности в области выделено отсутствие практики вывода непрофильной деятельности на аутсорсинг⁵. Соответственно, для преодоления этого недостатка требуется создание законодательного стержня.

2. Создание ассоциации профессиональных участников рынка аутсорсинга области. Объединив клиентов и поставщиков услуг, можно будет добиться повышения эффективности процесса аутсорсинга и расширения возможности использования данных услуг в бизнесе, повысив уровень доверия клиентов к аутсорсинговыми компаниям.

Основными достоинствами создания ассоциации профессионалов в области аутсорсинга являются: подготовка законопроектов и нормативных актов в области аутсорсинга и их продвижение; объединение лучшего опыта, знаний, идей, технологий аутсорсинга; формирование норм профессиональной деятельности в сфере аутсорсинга.

3. Создание фонда поддержки новых технологий в сфере аутсорсинга. Среди основных функций фонда поддержки новых технологий в сфере аутсорсинга выделены:

- защита профессиональных интересов аутсорсинговых компаний;
- анализ информации о развитии аутсорсинговых компаний;
- прогноз развития рынка аутсорсинга.

4. Открытие профиля «Управление аутсорсингом» в составе магистратуры по экономическим специальностям ВПО. С 2012 года ВУЗы перешли на новые государственные образовательные стандарты при реализации основных образовательных программ магистратуры по направлению подготовки «Менеджмент». В настоящее время для магистерской программы нет твердо закрепленных профилей (направленность основной образовательной программы на конкретный вид и (или) объект профессиональной деятельности), в связи, с чем предлагается разработка профиля «Управление аутсорсингом». В состав указанного профиля (его вариативная часть) предлагается объединить следующие дисциплины: история аутсорсинга; теория аутсорсинга; стратегическое управление реализацией проекта аутсорсинга; институциональное обеспечение развития аутсорсинга.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ПУТИ ВЫХОДА ИЗ КРИЗИСА

А.В.Соколова.

⁵ Программа социально-экономического развития Волгоградской области до 2020 года.

Антикризисное управление – это управление деятельностью организации в условиях кризиса. Главная цель такого управления состоит в том, чтобы сохранить и упрочить позиции организации на рынках, повысить хозяйственную устойчивость, предотвратить банкротство. Антикризисное управление должно осуществляться и в финансово устойчивых организациях, так как оно носит защитный характер.

Находясь под воздействием изменений макро- и микросреды, организации вынуждены критически оценивать свои возможности и учитывать постоянно возникающие угрозы и риски, влекущие за собой неоправданные потери. Роль маркетинга в этой ситуации возрастает. Именно применяя инструменты маркетинга можно собирать информацию о потребностях покупателей и общества, планировать и регулировать производственную деятельность организации.

Главное в маркетинге – это ориентация на потребителя. И именно с точки зрения потребителей следует оценивать любой кризис. Обычно кризис в большей степени отражается на малообеспеченных слоях общества. Данный рынок в этот период будет расти. Несомненно, самой лучшей стратегией в это время становится та, которая поможет клиентам сэкономить деньги.

Во время экономического кризиса нужно постараться сделать обычные товары, которые по-прежнему остаются желанными и важными для многих потребителей, более доступными. Для этого можно использовать специальные предложения, например, введение ограниченных по времени скидок, подарки всем купившим товар в определенный период.

В специальном предложении потребитель должен увидеть возможность сэкономить свои деньги и получить больше за меньшие деньги. Главное, чтобы это предложение заинтересовало его. Также не следует сильно снижать цену на товары. Казалось бы, что это может привести к повышению популярности, но в тоже время это может привести к банкротству.

Кроме этого, для привлечения потребителя, можно использовать те или иные купоны при покупке различных товаров. Купоны могут быть разными, начиная от постоянной незначительной скидки в магазине, до временного предложения, согласно которому предъявивший купон человек может получить подарок (скидку, или еще что-то). Например, можно выпустить бесплатную газету, которая будет раздаваться всем желающим, а внутри будет купон со скидкой на продукцию. Это также приведет к увеличению посетителей и популярности организации.

Во время кризиса большинство людей пересматривают свои привычки, а, зачастую, и стиль жизни. Из-за снижения своих доходов они ищут более доступные товары, изменяют отношение к брендам. Такая ситуация становится идеальной для входа бренда на высококонкурентный сектор рынка. Если на своем рынке или в своей нише организация занимает второе, третье или четвертое место и при этом имеет хорошую историю (качество товара, широкий ассортимент, индивидуальность бренда) — кризис предоставляет уникальную возможность усилить свои позиции.

Кризис заставляет многие организации занять выжидающую позицию. Они замораживают или сокращают маркетинговые бюджеты. Организации просто не знают, что им делать и поэтому ждут активных действий своих конкурентов, чтобы позже воспользоваться их примером. Эта пауза зачастую приводит к снижению цен на размещение рекламы. Это лучший момент для того, чтобы привлечь внимание к своему бизнесу и бренду. Главное, что нужно делать во время кризиса, это не останавливаться, нужно действовать. Поэтому основной задачей организации является сформировать образ бренда, способного выстоять в любой ситуации, показать, что у компании план действий.

По статистике, те организации, которые раскручивали свою продукцию в условиях кризиса, после него выходили в лидеры и занимали практически весь рынок.

Во время кризиса люди стараются меньше посещать магазины, меньше ездить на своих автомобилях. Поэтому можно создать свой сайт в интернете и через него продавать свою продукцию. Онлайн магазин становится в такое время очень выгодным источником доходов. Для разработки и продвижения сайта необходимо нанять специалистов. Как показывает практика, деньги, потраченные на работу специалистов, окупаются и приносят прибыль.

В период спада необходимо всячески удерживать своих постоянных клиентов, так как продажа старому клиенту обходится в несколько раз дешевле, чем привлечение нового покупателя. Необходимо задействовать все известные инструменты для поддержания клиентской лояльности; позаботиться, во-первых, о качестве товара или услуги и, во-вторых, о доброжелательности и обходительности персонала. Можно стать для своих клиентов более чем поставщиком, демонстрируя им, что сотрудничая с вами, они получают не только качественный товар по приемлемой цене, но и что-то еще, чего не дадут ваши конкуренты.

Во время кризиса рынок предприятия, предлагающего товары по более низкой цене и более низкого качества, будет расти, тогда, как рынок предприятия, предлагающего товар по более высокой цене и более высокого качества, будет сужаться. Что может сделать организация, производящая более дорогостоящие товары, чтобы сохранить своих потребителей? Возможности следующие:

- снизить цену на свою продукцию;
- осуществить наращивание товарного ассортимента вниз, т.е. вывести на рынок новую марку более низкого качества;
- сохранить цену и качество на старом уровне, но добавить новое преимущество своей продукции.

Итак, исходя из всего вышеизложенного, можно рекомендовать ряд антикризисных мер, которые помогут организациям в сложный период:

- более внимательное отношение к клиентам, смягчение условий поставок (снижение цен, увеличение количества разнообразных скидок, специальных предложений, продление сроков оплаты);
- бесплатные дополнительные услуги для постоянных клиентов;
- обеспечение сбыта продукции методами прямого маркетинга, что способствует сокращению длины каналов сбыта;
- отказ от слабых сегментов рынка, поиск новых рыночных ниш;
- сохранение прибыльных потребителей и снижение числа потребителей, приносящих наименьший доход;
- выявление более рентабельных продуктов организации и работа преимущественно с ними.

Какие бы стратегии не предлагались, главное чтобы в команде были профессиональные сотрудники, которые смогут правильно воспользоваться информацией. Да, кризис способен обанкротить многие организации, но только тех, кто сидит и ничего не делает и надеется только на чудо. К любому кризису нужно приспосабливаться, и выигрывают те организации, которые сумеют быстрее приспособиться к данной ситуации. Предприятию необходимо своевременно обнаруживать сигналы о формировании внутренних или внешних факторов и процессов, способных вызвать кризис. Поможет это сделать – маркетинг.

Стратегия антикризисного управления – это, прежде всего, стратегия выживания. Но полноценная стратегия антикризисного управления – это стратегия захвата и удержания определенной рыночной ниши. Поэтому роль маркетинга в условиях кризиса возрастает.

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ НА ОТРАСЛЕВОМ РЫНКЕ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

к.э.н., доцент А.В. Сычева.

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

На современном этапе развития экономики возрастает значение управления конкурентоспособностью продукции отечественных товаропроизводителей. В рыночной экономике конкуренция играет исключительную роль и является основополагающим элементом функционирования и развития всего общества. Исследование тенденций изменения конкурентоспособности продукции отечественного производства показывает, что в управленческих решениях, принимаемых в процессе продвижения товаров, недостаточно учитываются конкретные потребности покупателей, условия формирования рынка сбыта продукции, тенденции изменения качества продукции, что в итоге приводит к ухудшению рыночных позиций производимой продукции.

Развитие рыночной системы хозяйствования приводит к необходимости более полного учета производителями продукции интересов потребителей, что требует дальнейшего изучения его потребностей, вкусов, желаний и предпочтений. Российские производители, отвечая на эти вызовы, приходят к выводу о необходимости формирования и развития инструментов управления конкурентоспособностью продукции, опираясь на уже существующие разработки иностранных исследователей. Однако, простое копирование зарубежного опыта без учета специфики потребностей потребителя, сформированных с учетом социально-культурной и экономической среды его жизнедеятельности, не принесет желаемых результатов. Только учет специфики российского рынка позволяет разрабатывать инструменты управления конкурентоспособностью продукции и достигать значительных успехов в бизнесе.

Управление конкурентоспособностью товара представляет собой процесс выявления и реализации механизмов и резервов обеспечения заданного потребителями уровня качества продукции на всех этапах ее жизненного цикла, сокращения издержек производства и удовлетворения иных потребностей покупателей в оптимальные сроки для уже существующего ассортимента товаров и разработки новых видов продукции.

Специфика управления конкурентоспособностью продукции на отраслевом рынке определяется совокупностью факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность и формирующих ее. Данные факторы в целях исследования рынка мясопродуктов целесообразно сгруппировать в 3 группы: 1) факторы макроуровня (международные, экономические, правовые, политические, экологические, культурные); 2) мезоуровневые факторы (емкость регионального рынка, степень насыщения рынка, доля завозной продукции, качество сырьевой базы); 3) микроуровневые факторы (непосредственные конкуренты, вкусовые предпочтения потребителей, платежеспособный спрос покупателей, маркетинговые посредники, затратные факторы, научно-технический потенциал, технология производства, уровень управления, эргономичность, ассортимент и качество).

Исследование основ обеспечения конкурентоспособности продукции мясоперерабатывающих предприятий позволило сделать вывод о том, что в технологической цепи по производству мясных изделий специфика распределения мясоперерабатывающих предприятий в территориальном масштабе, а также их коммерческая политика не позволяют мясному подкомплексу развиваться эффективно. Наблюдающееся несоответствие между объемами закупок животноводческого сырья в зонах действия мясокомбинатов и их производственными мощностями, сезонность закупок и переработки поголовья животных, неравноправные экономические отношения между предприятиями по производству мясного сырья и его переработке с очевидным

доминированием последних ведут к общему снижению эффективности деятельности мясного подкомплекса.

С целью решения означенной выше проблемы в рамках комплексного управления конкурентоспособностью продукцией мясоперерабатывающих предприятий целесообразно создание вертикально интегрированных компаний, что позволит: 1) создать тесную и взаимовыгодную связь между животноводством и переработкой, что значительно уменьшит импорт мяса, защитит рынок от внешних воздействий и со временем повысит потребление мясных продуктов; 2) такого рода компании будут заинтересованы в эффективном развитии каждого из этапов цепочки производства мясoproдуктов; 3) вертикально интегрированные предприятия будут более устойчивыми в финансовом отношении, что позволит им преодолеть ограниченность региональным рынком; 4) создание вертикально интегрированных компаний по производству и переработке мяса в условиях глобализации имеет стратегическое значение, так как это поможет сохранить позиции России на данном рынке в условиях вступления в ВТО.

Создание мясоперерабатывающим предприятием новой продукции является одним из этапов управления конкурентоспособностью производимой продукции. Алгоритм данного процесса должен включать ряд взаимосвязанных процедур, определяемых спецификой отрасли и включающих следующие наиболее важные этапы: осознание параметров нового товара, удовлетворяющих потребности сегмента рынка; разработка рецептуры новой продукции; утверждение рабочей документации; изготовление опытных партий; апробация новой продукции. А также корректировка документации; организационно-техническая подготовка производства; сертификация нового продукта; разработка стратегии распределения и продвижения нового продукта; производство новой продукции; продвижение нового продукта.

Конкурентоспособность товара является многоаспектным понятием, означающим соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим и эстетическим характеристикам, но и по коммерческим, а также другим условиям его реализации. Можно сказать, что конкурентоспособность товара определяется теми свойствами, которые представляют заметный интерес для покупателя. Все характеристики, выходящие за рамки этих интересов, рассматриваются при оценке конкурентоспособности как не имеющие к ней отношения в данных конкретных условиях.

Рассматривая конкурентоспособность как возможность коммерчески выгодно сбывать товары на конкурирующем рынке, следует исходить из того, что формирование конкурентного преимущества в значительной мере обусловлено характеристиками того рынка, где предполагается сбывать товар в определенный промежуток времени. Поэтому при разработке стратегии реализации конкурентного преимущества специфика отдельных видов товаров, выражающаяся в продолжительности их жизненного цикла, определяет суммарный экономический потенциал конкурентного преимущества.

Управление конкурентоспособностью товара – это выявление механизмов реализации резервов эффективного развития, обуславливающее обеспечение заданного потребителями уровня качества продукции на всех этапах его жизненного цикла. А также сокращение издержек производства и удовлетворение потребностей покупателей в оптимальные сроки уже существующим ассортиментом и разработки новых видов, а также факторов, которые в той или иной степени воздействуют на отношения покупателя и продавца, и, как результат, на изменение его доли в продажах на конкурентном товарном рынке.

Управление конкурентоспособностью продукции мясоперерабатывающих предприятий, определяется воздействием различных факторов технологического, экономического, организационного, социального и психологического характера. Преломление результатов исследования теории изучаемой проблемы и прикладных аспектов позволило автору сформулировать ключевые параметры управление

конкурентоспособностью продукции мясоперерабатывающих предприятий, определяемой воздействием рыночных факторов. Все многообразие конкурентных отношений, возникающих на товарном рынке, можно с определенной долей условности подразделить на три уровня: микроуровень, мезоуровень и макроуровень.

Можно сказать, что к макроуровневым факторам конкурентоспособности продукции относятся факторы обеспечения продовольственной безопасности и независимости государства, а к мезоуровневым – независимости региона. На мезоуровне также учитывается численность населения и демографическая динамика, уровень жизни населения и его дифференциация по возрастным группам.

Управление конкурентоспособностью продукции автором предлагается на основе выделенных факторов, рассматриваемые с позиции уровневой классификации. Управление конкурентоспособности продукции должно отражать динамику современного потребления мясопродуктов и динамику развития внешней среды организации. Управление конкурентоспособностью продукции должно стать собирательной формой управления системы.

Для формирования экономической стратегии России вопрос продовольственного обеспечения является важнейшим приоритетом, так как это связано с сохранением государственной безопасности. В структуре продовольственного обеспечения мясной подкомплекс занимает особое место, основной целью развития которого является увеличение объемов производства, переработки и реализации высококачественной продукции определенного ассортимента при наименьших затратах труда и средств. Возрастающее значение в формировании сбалансированного и эффективно функционирующего мясного подкомплекса имеют мясоперерабатывающие предприятия. В настоящее время это звено подкомплекса является самым узким местом в технологической цепи по производству мясных изделий. Наблюдается несоответствие между объемами закупок животноводческого сырья в зонах действия мясокомбинатов и их производственными мощностями, велика и сезонность закупок и переработки поголовья животных, поэтому производственные мощности не загружены. Основной причиной такого положения являются неравноправные экономические отношения между отраслями производства мясного сырья и его переработки.

В силу этого, выходом из сложившейся ситуации может стать создание вертикально интегрированных компаний, что позволит создать тесную и взаимовыгодную связь между животноводством и переработкой, что значительно уменьшит импорт мяса, защитит рынок от внешних воздействий и со временем повысит потребление мясных продуктов.

Выполненный в ходе исследования количественный анализ отрасли свидетельствует о том, что на одном из региональных рынков – рынке Волгоградской области наблюдается волнообразный рост динамики производства мяса. Поскольку характер публичной публикации данных о производстве различных видов продукции органами государственной статистики носит значительно запаздывающий характер, в работе осуществлено прогнозирование производства мяса с помощью линейной аппроксимации по методу наименьших квадратов начиная с 2006 года (официальные данные еще не опубликованы). Прогноз позволяет сделать вывод о продолжении волнообразного роста производства мяса на территории Волгоградской области.

Кроме того, в работе прослежена взаимосвязь между динамикой производства крупнейшего сегмента продукции мясопереработки – сегмента колбасных изделий, и динамикой производства мяса на территории Волгоградской области.

Расчет коэффициента корреляции как инструмента для определения наличия взаимосвязи между двумя свойствами (в данном случае – производством мяса и производством колбасных изделий) за 2000-2005 гг. позволил сделать вывод о равенстве данного коэффициента $-0,3465$.

Поскольку коэффициент корреляции является безразмерной величиной и так как коэффициент корреляции независимых случайных величин равен нулю; коэффициент меньше 1 означает, что величины изменяются в противоположных направлениях, а чем он ближе к 1, тем больше взаимосвязь между величинами, в работе сделан вывод об отсутствии выраженной взаимосвязи между динамикой данных показателей.

Таким образом, на территории Волгоградской области, очевидно, прослеживается динамика роста потребности в сырье для продукции мясопереработки, в то время как собственные производственные мощности не способны удовлетворять рост данной потребности.

Основными причинами слабых конкурентных позиций местных производителей продукции мясопереработки в ходе проведенного исследования на территории Волгоградской области установлены:

- 1) потеря регионального рынка сбыта в период структурных преобразований экономики;
- 2) несвоевременное осуществление технического перевооружения производства;
- 3) разрушение региональной сырьевой базы и животноводческого комплекса области;
- 4) отсутствие гибкости в работе снабженческо-заготовительных подразделений мясоперерабатывающих предприятий;
- 5) плохая организация маркетинга и системы продвижения мясных изделий на рынок.

В целом следует отметить, что в результате произведенного анализа рыночной среды и уровня конкуренции на рынке мясной продукции Волгоградской области было подтверждено предположение о том, что в настоящее время в регионах проявляются общие тенденции обострения конкурентной борьбы местных и иногородних производителей мясной продукции. И для укрепления своего положения на рынке мясоперерабатывающие предприятия активно действуют в сфере формирования и реализации конкурентных преимуществ, исходя из рыночной обстановки и своих внутренних возможностей, опираясь на собственные уникальные и индивидуальные особенности.

На основании проведенного анализа факторов конкурентоспособности продукции и выявления проблем мясоперерабатывающей промышленности автор предлагает следующие инструменты управления конкурентоспособностью продукции мясоперерабатывающих предприятий:

- анализ и формирование потребительских вкусов к продукции мясоперерабатывающих предприятий, пропаганда здорового образа жизни;
- выработка доверия к региональной марке и разработка имиджа продукта, построенного на основных потребительских предпочтениях;
- мониторинг конкурентоспособности продукции мясоперерабатывающей отрасли;
- внедрение систем качества;
- политика формирования внешнего вида производимой продукции (в том числе, упаковка);
- ценовая политика;
- рецептурная политика, создание новых видов продукции;

Кроме того, необходимо отметить ряд макроэкономических инструментов:

- таможенно-тарифные меры;
- государственная сертификация и политика в области обеспечения безопасности производимой продукции.

Создание новых видов мясной продукции является одним из направлений формирования конкурентных преимуществ продукции предприятий мясоперерабатывающей промышленности. Расширение товарной номенклатуры служит источником увеличения объемов продаж и помогает осваивать новые сегменты рынка.

Принцип системности управления созданием новых видов мясной продукции означает необходимость учета многоэтапности жизненного цикла продукта (этапы разработки рецептуры, опытного производства, опытных продаж, внедрения на рынок и т.д.).

В целях избежания потерь конкурентного преимущества на последующих этапах жизненного цикла мясных изделий разработку новой продукции мясоперерабатывающего предприятия рекомендуется рассматривать как комплекс последовательных процессов, прохождение которых обеспечивает четкую регламентацию создания и продвижения на рынок новых видов продукции.

Кроме того, в современных условиях необходимы постоянные наблюдения, а также непрерывный контроль уровня конкурентоспособности производимых товаров. Развитие эффективности способов достижения и сохранения конкурентного превосходства на рынке мясных продуктов невозможно без оценки покупательских предпочтений на основе мониторинга конкурентоспособности продукции мясоперерабатывающей отрасли. Внедрения механизма мониторинга конкурентоспособности продукции в методику оценки покупательских предпочтений является перспективным направлением усиления конкурентных преимуществ мясоперерабатывающих предприятий.

При выполнении поставленных задач экономический мониторинг конкурентоспособности превращается в универсальный по своим исследовательским и практическим возможностям механизм управления конкурентоспособностью продукции.

МЕХАНИЗМЫ РАЗРАБОТКИ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОДДЕРЖКЕ МАЛОГО ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА

А.Ю. Жабунин, С.М. Сухова

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета, www.volpi.ru

Основой ускорения экономического роста России в современных условиях может стать модернизация в различных отраслях народного хозяйства. В течение многих лет в научных трудах высказывается мысль, что инициатором и активным проводником модернизации может являться малый инновационный бизнес. Данная позиция поддерживается и властями всех уровней, однако на практике эта поддержка оказывается преимущественно вербальной. Масштабные по затратам, но локальные по приложению сил проекты (такие, как «Сколково») влияют на ситуацию в огромной стране лишь точно. В то же время государство не имеет даже приблизительного представления об уровне развития малого инновационного бизнеса, поскольку такая категория отсутствует в данных статистических наблюдений; очевидно, в рамках государственных программ не проводятся и сколько-нибудь серьезные исследования этого развития.

В сложившихся условиях трудно предположить, что меры поддержки малого инновационного бизнеса, принимаемые властями федерального, регионального и муниципального уровней, будут достаточно адекватны его проблемам и потребностям. Для решения этой проблемы мероприятия по поддержке инвестиционно-инновационного развития малого бизнеса необходимо интегрировать в рамках создания стратегий малого бизнеса на федеральном, региональном и местном уровнях. Разработка стратегии базируется на прогнозировании отдельных условий инвестиционного климата с учетом их восприятия субъектами малого бизнеса [1].

Для поиска конкретных стратегических решений, способствующих активизации инвестиционно-инновационного развития малого бизнеса, мы считаем возможным использовать метод SWOT-анализа [2]. Это позволит не только уточнить факторы развития малого инновационного бизнеса, но и определить их взаимное влияние, а также установить, каким образом малые предприятия могут реагировать на вызовы внешней среды. Достоинством метода является также соблюдение системного подхода к анализу.

На основании авторских исследований [3] нами установлены наиболее существенные сильные и слабые стороны малых инновационных предприятий и наиболее важные внешние возможности и угрозы для их развития. Наиболее важные черты малых предприятий, способствующие и препятствующие осуществлению инновационной деятельности, отражены в верхних квадрантах таблицы 1. В нижних квадрантах приведены факторы внешней среды, которые оказывают наиболее существенное влияние на инвестиционно-инновационное развитие малых предприятий. Каждому из факторов в таблице 1 присвоен номер.

В соответствии с выявленными факторами внутренней и внешней среды нами составлена матрица SWOT-анализа (таблица 2), в которой (для компактности представления) по строкам расположены номера возможностей и угроз, а по столбцам — номера факторов внутренней среды, соответствующие номерам, присвоенным им в таблице 1.

Затем в полученной матрице отмечены клетки, которые соответствуют наиболее важным «узлам», отражающим взаимное влияние внешних и внутренних факторов инвестиционно-инновационного развития. Клетки выделены цветом и пронумерованы: первая цифра соответствует номеру силы или слабости, вторая – возможности или угрозы.

Таблица 1
Внутренние и внешние факторы развития малых инновационных предприятий

<p>Сильные стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Генерация большего числа идей вследствие близости к клиентам и необходимости активного поиска для выживания на рынке. 2. Высокая мобильность, возможность переориентации деятельности, в т.ч. в результате высокой доли арендуемых активов по отношению к собственным. 3. Готовность зарабатывать на небольших объемах. 4. Низкие затраты на управление и гибкость в управлении. 5. Концентрация внимания на одном направлении деятельности. 	<p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Слабая взаимосвязь с научно-исследовательскими организациями и отсутствие собственной исследовательской базы. 2. Отсутствие подготовленного персонала и возможностей подготовки или найма квалифицированных специалистов. 3. Низкие возможности финансирования НИОКР. 4. Худшие возможности по защите интеллектуальной собственности. 5. Невозможность финансирования всей совокупности стадий инновационного процесса. 6. Локализация деятельности на местных или региональных рынках. 7. Невозможность использования эффекта масштаба при производстве инновационной продукции. 8. Высокий уровень риска для предприятия в результате отсутствия диверсификации.
<p>Возможности:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Потребности крупных предприятий в инновационных решениях. 2. Развитая научная инфраструктура, значительное количество научных исследований. 3. Низкий уровень оплаты труда. 4. Специальные программы кредитования. 5. Специальные программы венчурного финансирования. 6. Налоговые льготы для инноваторов. 7. Инфраструктура поддержки малого бизнеса (общественные организации) 	<p>Угрозы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Трудности трансфера инновационных разработок научных организаций. 2. Сложности поиска квалифицированных специалистов. 3. Рост налоговой нагрузки на фонд оплаты труда. 4. Трудность получения кредитов. 5. Высокие ставки процентов по кредитам. 6. Трудность поиска венчурного финансирования. 7. Административные барьеры.

*Составлено авторами

Таблица 2

Матрица SWOT-анализа инвестиционно-инновационного развития малого бизнеса

		Силы (S)					Слабости (W)							
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	8
Возможности (O)	1	1;1		3;1							5;1	6;1	7;1	
	2	1;2		3;2			1;2			5;2				
	3		2;3					2;3						
	4			3;4										
	5					5;5		2;5	3;5					8;5
	6								3;6					

	7				4;7			2;7		4;7				
Угрозы (Т)	1						1;1	2;1	3;1		5;1			
	2						1;2	2;2	3;2					
	3				4;3			2;3	3;3					
	4		2;4						3;4					8;4
	5								3;5					8;5
	6				3;6						5;6		7;6	
	7				3;7	4;7								

*Составлено авторами

В результате анализа SWOT-матрицы нами выделены ключевые узлы взаимодействия внутренних и внешних факторов, изучение которых позволит определить основные точки роста и проблемные области инвестиционно-инновационного развития малого бизнеса [5]:

1) s1-o1:

Малый бизнес в большей степени готов к поиску нестандартных, инновационных решений, чем крупные предприятия, где такой поиск затруднен в силу естественного консерватизма крупных организаций. Однако крупные предприятия остро нуждаются в инновациях, поэтому малый инновационный бизнес может рассматривать в качестве потенциальных клиентов — покупателей инновационных идей и разработок, либо в качестве партнеров, инвестирующих в интересные для них проекты.

2) s3-o1; w5-o1; w7-o1:

Многие инновационные проекты требуют значительных поэтапных инвестиций, как на стадии исследований, так и на стадии внедрения. При этом некоторые из них могут принести максимальную отдачу только при выходе на серийное производство продукции. Для малых предприятий такие объемы инвестиций могут быть слишком велики.

Однако ввиду слабой предсказуемости результатов инновационных проектов, их разработку и апробацию в ряде случаев целесообразно проводить поэтапно; в этом случае малые предприятия могут принимать участие на первоначальных этапах инновационного цикла, не требующих значительных инвестиций, а также при производстве небольших, пробных партий инновационной продукции. При этом должны быть реализованы механизмы защиты прав на интеллектуальную собственность разработчиков и инвесторов.

3) w6-o1:

Препятствием для сотрудничества малых предприятий с крупным бизнесом может стать локализация деятельности малых предприятий в регионе, где отсутствуют потенциальные крупные партнеры (не представлены отдельные отрасли промышленности, или их представители не заинтересованы в таком сотрудничестве).

4) s1-o2; w1-o2:

Инновационные идеи, появляющиеся от общения с клиентами, поиска новых неудовлетворенных потребностей, анализа предлагаемых рынку товаров и услуг, должны подкрепляться разработкой способов их реализации. При наличии развитой системы сотрудничества с исследовательскими организациями, либо собственной исследовательской базы, малые предприятия могли бы получать необходимые результаты научных разработок в соответствующих областях, находить практические возможности реализации существующих идей. Однако нынешняя слабая взаимосвязь с научно-исследовательскими организациями и отсутствие собственной научно-исследовательской базы, оставляют такие идеи нереализованными.

5) s3-o2:

Осуществляемые в научных организациях, особенно в ВУЗах, научные исследования нередко завершаются, сталкиваясь с необходимостью апробации, которая сопряжена с потребностями в инвестициях; даже запатентованные изобретения остаются нереализованными, поскольку для их продвижения требуются инвестиции. Малые

предприятия в сотрудничестве с научными организациями могут апробировать такие идеи, инвестируя сравнительно небольшие средства для изготовления опытных партий инновационной продукции.

6) w5-o2:

Трудности малых предприятий в инновационной деятельности, сопряженные с невозможностью финансирования всей совокупности стадий инновационного процесса, могут быть преодолены за счет сотрудничества с существующими научно-исследовательскими организациями: малые предприятия могут использовать готовые инновационные идеи, разработки и изобретения для внедрения в производство и выхода с ними на рынок.

7) s2-o3:

Низкий уровень оплаты труда в России позволяет малым предприятиям сохранять трудоемкий тип производства, практически не инвестируя в основной капитал — это повышает мобильность предприятия, и дает возможность быстро переориентировать (или прекратить) деятельность. С точки зрения инновационного развития такие предприятия при наличии инвестиционных возможностей могут сравнительно быстро приступить к реализации проектов.

8) w2-o3; w1-t2; w2-t2; w3-t2:

Кадровая проблема является одним из основных препятствий инвестиционно-инновационного развития. Малые предприятия не имеют возможности предлагать высокую оплату труда на начальных стадиях инновационных проектов, и не сотрудничают со специалистами научных организаций. Проблему привлечения кадров облегчает общий низкий уровень оплаты труда, особенно в ВУЗах, которые располагают значительным количеством квалифицированных, но низкооплачиваемых специалистов — это дает возможность малым предприятиям приглашать к сотрудничеству специалистов, предлагая им сравнительно невысокую заработную плату.

9) s3-o4:

Как правило, существующие программы кредитования малого бизнеса предполагают ограниченные объемы предоставления займов, однако их может быть достаточно для финансирования небольших проектов, интересных для малого бизнеса.

10) s5-o5:

Концентрация управленческих, маркетинговых, производственных усилий малого предприятия на одном направлении деятельности может способствовать успеху проекта; кроме того, осуществление предприятием только одного вида деятельности делает финансовые характеристики проекта более прозрачными и понятными для венчурного инвестора.

11) w2-o5:

Недостаток специалистов в области маркетинга, бизнес-планирования, финансового планирования может затруднить получение венчурного финансирования.

12) w8-o5:

Отсутствие диверсификации деятельности малого предприятия существенно повышает риски для его владельцев, особенно при осуществлении рискованных по своей природе инновационных проектов, требующих значительных (относительно масштаба предприятия) инвестиций. Однако венчурный инвестор, в отличие от кредитора, принимает на себя значительную часть риска проекта.

13) w3-o6:

Эффективное налоговое планирование на предприятии может минимизировать налоговые отчисления за счет использования существующих налоговых льгот по налогу на прибыль при осуществлении НИОКР.

14) s4-o7; w2-o7; w4-o7:

Формируемая при помощи местных и региональных властей инфраструктура поддержки малого бизнеса может способствовать передаче на аутсорсинг отдельных

видов управленческой деятельности [4]. Это позволит решить такие задачи, как проведение маркетинговых исследований, поиск и обучение персонала, бухгалтерский и налоговый учет, защита интеллектуальной собственности и другие, сохранив при этом низкие управленческие издержки малых предприятий.

15) w1-t1; w2-t1; w3-t1; w5-t1:

Малые предприятия нуждаются в сотрудничестве с исследовательскими организациями, не имея достаточных финансовых возможностей и специалистов для проведения собственных полномасштабных исследований и разработок. Однако такое сотрудничество с государственными вузами затруднено особенностями российского законодательства, а также из-за отсутствия у малых предприятий специалистов, способных найти необходимые разработки и квалифицированно оценить возможности их практического применения.

16) s4-t3; w2-t3; w3-t3:

Рост налоговой нагрузки на фонд оплаты труда в 2011 г. существенно осложнил положение инновационного малого бизнеса и затруднил привлечение квалифицированных специалистов, учитывая высокую долю оплаты труда в общей сумме издержек при разработке инновационных проектов. Для решения этой проблемы малый бизнес может использовать гибкий подход к мотивации работников, например, через систему участия в уставном капитале и прибыли обществ.

17) w3-t4; w3-t5; w3-o5:

Сложность получения кредитов и высокие процентные ставки, с учетом недостаточности собственных средств, делают финансирование НИОКР для малых предприятий практически невозможным без привлечения венчурного капитала.

18) s2-t4; w8-t4; w8-t5:

Стремление малых предприятий к сохранению высокого уровня гибкости, в т.ч. путем минимизации инвестиций в основной капитал, ухудшает возможности залогового обеспечения кредитов. А отсутствие диверсификации малых предприятий в глазах кредитора выглядит как дополнительный фактор риска; поэтому для получения кредита по приемлемым ставкам малым предприятиям требуется дополнительное обеспечение, например, в виде внешних гарантий.

19) s3-t6:

Малые предприятия могут проявлять интерес к небольшим проектам, не требующим высоких капиталовложений, даже если они не обещают высоких абсолютных показателей.

20) w5-t6; w7-t6:

Отдельные инновационные проекты требуют значительных инвестиций в НИОКР, и могут окупаться только при выходе на производство готовой продукции в промышленных масштабах. Отсутствие венчурных инвесторов, готовых вкладывать крупные суммы в малые инновационные предприятия, делает невозможным доступ малого бизнеса к таким проектам.

21) s3-t7; s4-t7:

Официальные и неофициальные расходы на оформление разрешительной документации, различные виды платы за подключение к сетям, плата за юридические услуги не пропорциональны размерам предприятий, поэтому преодоление административных барьеров для малых предприятий может оказаться значительно сложнее, чем для крупных. Это может во многом сократить имеющееся в виде низких управленческих затрат преимущество малого бизнеса, если между ними не будет налажено эффективное государственно-частное партнерство.

Выделенные в ходе анализа узлы отражают те преимущества, которые следует использовать предприятиям малого бизнеса для оптимального использования благоприятных факторов внешней среды и преодоления негативных внешних факторов, а также особенности, которые могут затруднить инвестиционно-инновационное развитие.

Основные проблемные области, требующие особого внимания при разработке стратегий развития малого инновационного бизнеса, можно объединить в две большие группы:

1. Государственно-частное и муниципально-частное партнерство в сферах инфраструктурной, финансовой и иных форм поддержки инновационного малого бизнеса [6].

2. Взаимодействие малого инновационного бизнеса с крупным бизнесом, научно-исследовательскими организациями и общественными организациями по поводу трансфера инноваций, организации совместных исследований, разработок и отработки инновационных технологий.

Использование механизма СВОТ-анализа позволяет с достаточной достоверностью выявить проблемы, стоящие перед малым инвестиционно-инновационным бизнесом, и разработать мероприятия, адекватные этим проблемам.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Белых Г.А. Правовая защита малого и среднего бизнеса южного федерального округа в условиях вступления России в ВТО/Г.А.Белых, А.В. Гукова, О.С. Олейник//Гос. Образоват. Учреждение высш. Проф. Образования «ВолГУ».-Волгоград:Изд-во ВолГУ.-2010.-С.91
2. Сбойлова Л.Е. Особенности формирования региональной инвестиционной стратегии малого предпринимательства/Л.Е.Сбойлова//Вестник МГТУ, том 9-2006.-С.669-673
3. Раткевич С.М. Малый бизнес в экономике Волгоградской области: тенденции и факторы развития// Научный вестник Волгоградской академии государственной службы № 1(3)2010.
4. Раткевич С.М. Аутсорсинговые услуги как возможность повышения эффективности деятельности предприятий малого бизнеса// Научно-информационный журнал Экономические науки №1 (62)2010.
5. Сухова С. М., Жабунин А. Ю. Разработка мероприятий по поддержке инвестиционно-инновационного развития малого бизнеса на основе инструментов SWOT-анализа. Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: экономика. 2012. № 2 (декабрь).
6. Сухова С.М., Жабунин А.Ю. Формирование инфраструктуры поддержки малого инновационного бизнеса на региональном уровне // X Ежегодная конференция профессорско-преподавательского состава ВПИ ВолгГТУ 2011 г. (Интернет-издание), http://www.volpi.ru/files/publications/A_YU_ZHabunin_S_M_Ratkevich_Formirovanie_i_nfrastruktury_podderzhki_malogo_innovacion.doc