

ISSN 2307-5368



ПЕТЕРБУРГСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ РЕЦЕНЗИРУЕМЫЙ ЖУРНАЛ



№ 4 . 2015

**Журнал включен в «Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук»
Высшей аттестационной комиссии при Минобрнауки РФ**

№ 4 • 2015

ПЕТЕРБУРГСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ РЕЦЕНЗИРУЕМЫЙ ЖУРНАЛ

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ИНСТИТУТ КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ**



Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-62177 от 26 июня 2015 г., выданное Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Журнал зарегистрирован Министерством Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций – свидетельство ПИ № 77-12803 от 31 мая 2002 г. В свидетельстве о регистрации СМИ внесены изменения в связи с переименованием учредителя 26 июня 2015 г.

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

Открыта подписка на «Петербургский экономический журнал» на первое полугодие 2016 г. Подписаться на журнал можно в любом отделении связи по каталогу ОАО Агентство «Роспечать». Подписной индекс 70658 [Договор № 8808 от 22 мая 2013 г.].

Петербургский экономический журнал: научно-практический рецензируемый журнал / Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения. – СПб., 2015. – № 4. – 182 с.

Подписано в печать 25.12.2015. Формат 60 × 84 ¹/₈.
Объем 22,75 печ. л. Тираж 500 экз. Заказ

Главный редактор Д. П. Барсуков
Адрес издателя и редакции: 191119, Санкт-Петербург, ул. Правды, д. 13
Сайт: <http://www.gukit.ru>

Отпечатано в Издательстве Санкт-Петербургского государственного экономического университета,
Набережная канала Грибоедова, д. 30/32, 1-й подъезд
Тел. (812) 458-97-76 E-mail: print@unecon.ru Сайт: print.unecon.ru

При использовании материалов ссылка на «Петербургский экономический журнал» обязательна

Редакционный совет

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

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

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

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

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

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

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

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

Фокина Марина Львовна – профессор кафедры продюсирования кино и телевидения Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, доктор экономических наук.

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

Editorial Board

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

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

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

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

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

Karpova, Galina Alekseevna – Head of the Economics and Management in Service Industries Department of the Saint-Petersburg State University of Economics, Doctor of Economics, Professor.

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

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

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

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

Редакционная коллегия

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

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

Бабкин Олег Эдуардович – заместитель главного редактора, проректор по научной работе Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, доктор технических наук, профессор.

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

Данилов Павел Вячеславович – заместитель заведующего кафедрой продюсирования кино и телевидения Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент.

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

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

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

Editorial College

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

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

Babkin, Oleg Eduardovich – Deputy Chief Editor, Vice-rector on Educational Work, Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Doctor of Technical Science, Professor.

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

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

Pavlova Ella Yurievna – Director of the Editorial and Polygraphic Complex of Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Candidate of Economic Sciences.

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

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

В выпуске номера принимали участие: Е. Е. Бурова, О. Ю. Сажина, А. Г. Сахно

СОДЕРЖАНИЕ

Актуальные проблемы социально-экономического развития общества, пути их решения

Табакон А. В. Содействие внешнеэкономической деятельности и обеспечение экономической безопасности в формате международной экономической интеграции..... 6

Мартынюк К. А. Проблематика оценки эффективности программ социального развития..... 17

Тумаикина И. И. Глобальные экономические дисбалансы и позиция БРИКС по их регулированию..... 24

Теория и практика управления организационно-экономическими системами

Байков Е. А., Копылова Н. Н. Классификация факторов нестабильности в деятельности предприятий социально-культурной сферы..... 32

Барсуков Д. П., Носкова Н. А. Государственная поддержка творческих инициатив организаций сферы культуры..... 39

Данилов П. В., Ртищева Т. В. Особенности государственного регулирования развития кинематографии в странах Северной Америки..... 48

Сердюков Д. Л. Анализ государственного регулирования кинематографии в Российской Федерации..... 56

Инновационное развитие экономики и социально-культурной сферы

Морозова М. А., Малюшенкова Е. Д. Инновации в продвижении отечественных сетевых гостиничных предприятий на международный гостиничный рынок..... 64

Еникеева Л. А. Механизм управления значимыми инновациями наукоемких предприятий..... 70

Кубракова А. А. Анализ мирового рынка e-learning и обоснование актуальности внедрения инновационных форм обучения в систему высшего образования России..... 75

Погодаева Т. В., Жапарова Д. В. О роли университетов в инновационном развитии регионов..... 81

CONTENTS

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

Tabakov A. V. Foreign Economic Activity Promotion and Economic Security Ensuring in the International Economic Integration Format 6

Martynuk K. A. Social Development Evaluation Programme Issues 17

Tumaikina I. I. Global Economic Imbalances and the BRICS's Position in Their Regulation 24

Theory and Practice of Managing Organizational and Economic Systems

Baikov E. A., Kopylova N. N. Instability Factors Classification in the Enterprise's Activity of Social and Cultural Sphere..... 32

Barsukov D. P., Noskova N. A. State Support of Creative Initiatives of Organizations of Culture..... 39

Danilov P. V., Rtishcheva T. V. Features of State Regulated Cinematography in North America..... 48

Serdyukov D. L. The Analysis of State Regulation of Cinematography in the Russian Federation..... 56

Innovative Development of Economy and Social and Cultural Sector

Morozova M. A., Malyushenkova E. D. Innovations in Promoting Domestic Hotel Chains to the International Market of the Hotel Services 64

Enikeeva L. A. Innovation Management Mechanism of High-Tech Enterprises..... 70

Kubrakova A. A. Analysis of the E-Learning Global Market and Justification of the Relevance of the Educational Innovative Forms Introduction in the Higher Education System of Russia 75

Pogodaeva T. V., Zhaparova D. V. The Role of the University in the Regional Innovative Development..... 81

Григорьева Д. К. Зарубежный и российский опыт создания туристских продуктов, основанных на концептуальных туристско-рекреационных аттракторах: методические особенности..... 91	Grigoreva D. K. Foreign and Russian Experience of the Tourist Product Based on Conceptual Tourist and Recreational Attractors Methodical Features..... 91
Региональная экономика	Regional Economy
Какосьян Э. К. Анализ ресурсного потенциала санаторно-курортного комплекса 98	Kakosyan E. K. The Analysis of the Resource Potential of the Sanatorium-Resort Complex 98
Инвестиционные аспекты развития экономики и социально-культурной сферы	Investment Development of Economy and Social and Cultural Sector
Жукова И. В. Технология формирования оценки воздействия на окружающую среду при экспертизе проектов недропользования 102	Zhukova I. V. The Technology of the Impact Assessment Formation on the Environment during the Examination of Draft Subsurface Use 102
Фадеева А. Ю. Связь регионов с иностранными инвесторами: коммуникативный аспект 108	Fadeeva A. Yu. Interaction between Regions and Foreign Investors: Communicative Aspect..... 108
Красильникова В. С. О создании единой методологии оценки инвестиционной привлекательности региона на базе государственной налоговой поддержки 117	Krasilnikova V. S. On the Establishment of a Unified Methodology of Estimation of Region Investment Attractiveness Based on State Tax Support 117
Рыночная организация экономики и обеспечение ее конкурентоспособности	Market Economy and Ensuring Its Competitiveness
Карпушин Е. С. Повышение качества образования и научной деятельности учреждений высшего образования 123	Karpushin E. S. Improvement of Quality of Education and Scientific Activity of Higher Education Establishments 123
Гришков А. Ф. Современные тенденции конкуренции и ее особенности в сфере услуг ... 131	Grishkov A. F. Actual Competition Trends with Particularities in Sphere of Services..... 131
Савенкова И. А. Программы лояльности как фактор повышения качества обслуживания в гостиничном бизнесе 138	Savenkova I. A. Loyalty Program as a Way to Improve Service Quality in the Hotel Business 138
Тимофеева Е. Г. Экономическое и организационное содержание франчайзинга..... 145	Timofeeva E. G. Economical and Organizational Nature of Franchising 145
Гришков В. Ф. Формирование комплексного механизма управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг на основе внедрения инновационных управленческих технологий 154	Grishkov V. F. Formation of the Complex Mechanism of the Service Industries Competitiveness Management through the Introduction of Innovative Management Techniques..... 154
Экономика и управление хозяйствующими субъектами	Business Entities Economy and Management
Бугорский В. Н., Стельмашонок Е. В. Методика принятия решения об использовании аутсорсинга в области информационных технологий с учетом требований безопасности 163	Bugorskiy V. N. A Method of Decision-Making for Outsourcing Implementation in the Field of Information Technologies in Compliance with Security Requirements..... 163
Сазонова Е. В., Угрехелидзе А. О. Направления совершенствования кадрового потенциала предприятий гостиничной сферы 170	Sazonova E. V., Ugrehelidze A. O. Directions of Personnel Potential Improvement of the Hotel Industry Enterprises..... 170
Научные обзоры, рецензии и отзывы	Scientific Reviews, Peer Reviews and Opinions
Список новой литературы 177	New Literature 177
Обзор новой литературы 179	New Literature Review..... 179



*Александр Дмитриевич
Евменов*
ректор Санкт-Петербургского
государственного
института
кино и телевидения,
заслуженный деятель науки
Российской Федерации,
доктор экономических наук,
профессор

Поздравление ректора СПбГИКиТ Александра Евменова с Новым годом!

С самыми теплыми чувствами от всего сердца поздравляю преподавателей и сотрудников, студентов и аспирантов, выпускников и ветеранов Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения с наступающим Новым 2016 годом и благодарю за поддержку и искреннюю заинтересованность в реализации планов уходящего года.

2015 год был богат яркими событиями. Нам есть чем гордиться: научные конференции, выставки, конкурсы, фестивали, встречи с представителями власти и бизнеса прошли на высоком уровне и принесли ощутимые результаты. Все успехи не случайны, поскольку в нашем университете есть главное – замечательный коллектив преподавателей, сотрудников и талантливых студентов. Я убежден, что наша с вами совместная работа будет успешно продолжена в 2016 году, ведь коллектив уже доказал, что ему по силам решать непростые задачи модернизации высшего образования, когда от всех нас требуется максимум ответственности и профессионализма.

Дорогие коллеги! Благодарю вас за добросовестный труд, за все, что вами сделано в уходящем году. Желаю вам неиссякаемых творческих сил, достижения смелых целей и профессиональных высот, энергии и оптимизма, крепкого здоровья, душевного тепла и согласия в ваших семьях!

А. Д. Евменов

СОДЕЙСТВИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ФОРМАТЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

ASSISTANCE OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY AND ENSURING ECONOMIC SECURITY IN THE FORMAT OF INTERNATIONAL ECONOMIC INTEGRATION

УДК 338.14 + 339.54 + 339.97



ТАБАКОВ Александр Владимирович

доцент кафедры физического воспитания Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат юридических наук, tabakov@mail.ru

TABAKOV, Alexander Vladimirovich

Associate Professor of the Department of Physical Education, Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Candidate of Juridical Sciences, tabakov@mail.ru

Аннотация.

В статье рассматривается проблема соблюдения баланса частных интересов бизнес-сообщества, связанных с уменьшением административных барьеров во внешнеэкономической сфере и соответствующим повышением внешнеэкономической активности, и публичных интересов, связанных с обеспечением экономической безопасности государства. Вносятся предложения по достижению такого баланса в условиях международной экономической интеграции, в которой участвует Россия.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность; экономическая безопасность; международная экономическая интеграция.

Abstract.

The paper is devoted to the problem of balancing the private interests of the business community reductive administrative barriers in external economic sphere and corresponding increase in external economic activity, and public interests related to ensuring the economic security of the state. The proposals upon reaching of such a balance under the conditions of international economic integration, which Russia participates in, are offered.

Key words: external economic activity; economic security; international economic integration.

Внешнеэкономическая деятельность (ВЭД) представляет собой разноплановую сферу хозяйственной активности: она включает в себя внешнеторговую деятельность, связанную с совершением сделок в области международного обмена товарами, услугами, информацией и интеллектуальной собственностью, международную инвестиционную деятельность, международные валютно-кредитные отношения, международную производственную и научно-техническую кооперацию, международную гуманитарную и техническую помощь, взаимодействие с международными экономическими организациями и региональными объединениями и иные виды экономической деятельности, имеющие международный характер. Диалектика взаимодействия и противодействия экономик различных государств и межгосударственных образований – процессов, закономерно активизирующихся в условиях экономической глобализации, – предопределяет особое значение ВЭД на современном этапе. Это значение заключается в том, что она является основным способом интеграции в международную экономическую систему, моделью деловой активности, объединяющей экономических операторов всех стран, находящихся свой экономический интерес (свою выгоду) в международном разделении труда – международной специализации и кооперации. Вследствие диверсификации внешнеэкономической деятельности и приобретения ею системного, межотраслевого характера в сферу международных экономических отношений оказались вовлеченными практически все стратегически важные отрасли народного хозяйства с соответствующей инфраструктурой и институтами – промышленность и сельское хозяйство, транспортная система, телекоммуникации, банковское и страховое дело и пр. Расширение внешнеэкономических связей стало одним из наиболее значимых факторов социально-экономического развития стран и регионов.

Понимание того, что в результате системных изменений, происходящих в мировой экономике, ВЭД стала важнейшей составляющей экономической жизни России, опре-

деляющей место страны на международной арене, конкурентоспособность и устойчивость ее национальной экономики и в известной мере ее геополитический статус, обусловило модернизацию внешнеэкономической политики. Соответственно, изменились приоритеты в системе государственного регулирования внешнеэкономической сферы. Содействие ВЭД становится одной из основных задач государственных органов, в полномочия которых входит регулирование данной деятельности. Прежде всего, конечно, имеются в виду таможенные органы Российской Федерации.

Такая функция таможенных органов, как создание условий, способствующих ускорению товарооборота через таможенную границу Российской Федерации, была введена уже в Таможенных кодексах Российской Федерации 1993 и 2003 годов, ныне утративших силу (пункт 10 статьи 10 ТК РФ от 18 июня 1993 года № 5221-1 и пункт 1 статьи 403 ТК РФ от 28 мая 2003 года № 61-ФЗ). Задача максимального содействия внешнеторговой деятельности была впервые прямо закреплена в Концепции развития таможенных органов Российской Федерации, утвержденной распоряжением Правительства РФ от 14 декабря 2005 года № 2225-р. В Таможенном кодексе Таможенного союза, принятом Решением Межгосударственного Совета ЕврАзЭС на уровне глав государств от 27 ноября 2009 года № 17, близкая по содержанию задача таможенных органов сформулирована более узко (точно так же, как это было сделано в Таможенных кодексах РФ 1993 и 2003 годов): «создание условий для ускорения товарооборота через таможенную границу» (подпункт 6 пункта 1 статьи 6 ТК ТС). В Федеральном законе РФ от 27 ноября 2010 года № 311-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации», принятом в развитие союзного таможенного законодательства, соответствующая функция таможенных органов определена более развернуто; их обязанности в данной области расширены: содействие развитию внешней торговли Российской Федерации, внешнеэкономических связей субъектов Российской Федерации, ускорению товарооборота (подпункт

2 пункта 1 статьи 12 Закона). В проекте Таможенного кодекса Евразийского экономического союза также означены функции (задачи) таможенных органов по созданию условий для ускорения и упрощения перемещения товаров через таможенную границу Союза, содействию реализации внешнеторговой политики Союза.

Напомним, что в конце 2010 года произошло «знаковое» событие: Российская Федерация присоединилась к Международной конвенции об упрощении и гармонизации таможенных процедур (Киотской конвенции 1973 года в редакции Протокола о внесении изменений от 26 июня 1999 года) [1]. Киотская конвенция является универсальным международно-правовым актом в области таможенного дела, направленным на стимулирование международной торговли и иных видов международного обмена путем снятия необоснованных административных барьеров, упрощения и стандартизации таможенных процедур, обеспечения их предсказуемого, последовательного и оперативного выполнения, транспарентности таможенного администрирования и беспрепятственного доступа заинтересованным лицам к необходимой информации, ведомственным и судебным процедурам обжалования. В соответствии с философией Киотской конвенции таможенный контроль, нацеленный на обеспечение соблюдения таможенного законодательства, должен проводиться с расчетом на минимальное вмешательство в бизнес-процессы, а потому должен ограничиваться только теми формами и методами, которые необходимы и достаточны для достижения указанной выше цели. Стандарт 6.2 главы 6 «Таможенный контроль» Генерального приложения к Киотской конвенции гласит: «Таможенный контроль сводится к минимуму, необходимому для обеспечения соблюдения таможенного законодательства». Во исполнение конвенционных положений таможенные службы присоединившихся государств обязаны ориентироваться на осуществление таможенного контроля на основе выборочности и эффективное применение методов управления рисками.

Следует отметить, что до момента присоединения к Киотской конвенции Российская

Федерация официально придерживалась положений данного международного договора, не являясь его участником. Принципы проведения таможенного контроля и взаимодействия с участниками ВЭД, заложенные в Киотской конвенции, нашли отражения в упомянутых выше Таможенном кодексе Российской Федерации 2003 года (статья 358 «Принципы проведения таможенного контроля» и др.), Концепции развития таможенных органов Российской Федерации и иных нормативных документах; введена специальная глава «Содействие развитию внешнеторговой деятельности» в Федеральном законе от 8 декабря 2003 года № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности». После присоединения к Киотской конвенции работа в этом направлении заметно активизировалась. Разработаны и введены в действие следующие нормативные правовые акты: 1) распоряжение Правительства РФ от 29 июня 2012 года № 1125-р «Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») «Совершенствование таможенного администрирования»; 2) распоряжение Правительства РФ от 29 июня 2012 года № 1128-р «Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») «Поддержка доступа на рынки зарубежных стран и поддержка экспорта»; 3) распоряжение Правительства РФ от 28 декабря 2012 года № 2575-р «О Стратегии развития таможенной службы Российской Федерации до 2020 года»; 4) постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 года № 330 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие внешнеэкономической деятельности»» (взамен утратившего силу распоряжения Правительства РФ от 18 марта 2013 года № 378-р с одноименным названием); 5) распоряжение Правительства РФ от 10 апреля 2014 года № 570-р «Об утверждении перечней показателей оценки эффективности деятельности и методик определения целевых значений показателей оценки эффективности деятельности руководителей органов исполнительной власти по созданию благоприятных условий ведения предпринимательской деятельности (до 2018 года)» (взамен утративше-

го силу распоряжения Правительства РФ от 27 декабря 2012 года № 2550-р «О методиках определения целевых значений показателей для оценки эффективности деятельности руководителей федеральных органов исполнительной власти и высших должностных лиц (руководителей высших исполнительных органов государственной власти) субъектов РФ по созданию благоприятных условий ведения предпринимательской деятельности и проведения сравнительной рейтинговой оценки эффективности деятельности высших должностных лиц (руководителей высших исполнительных органов государственной власти) субъектов РФ»); б) приказ ФТС России от 15 мая 2014 года № 895 «Об утверждении методик расчета определения значений показателей для оценки эффективности деятельности руководителя Федеральной таможенной службы по созданию благоприятных условий ведения предпринимательской деятельности» (взамен утратившего силу приказа ФТС России от 21 февраля 2013 года № 324 с одноименным названием). Приведенный перечень нормативных правовых актов, ориентированных на содействие ВЭД со стороны таможни, не исчерпывающий: упомянуты лишь основные.

Поскольку государственное регулирование ВЭД в своей сущности является разновидностью публичного вмешательства в частную сферу, постольку задача содействия этой деятельности, конечно, не полностью, но в значительной мере решается путем постепенного снижения вплоть до полного устранения административных барьеров для трансграничного движения товаров, услуг, капиталов и рабочей силы (так называемые четыре свободы). Совокупность таких барьеров на пути их движения, устанавливаемых государствами в публичных интересах, является наиболее существенным фактором, сдерживающим внешнеэкономическую активность. Устранение же этих препятствий административного характера вызывает интенсификацию трансграничных грузовых, пассажирских, финансовых потоков, увеличение количества совершаемых внешнеэкономических операций и числа хозяйствующих субъектов, участвующих в международном обмене.

Именно поэтому со стороны бизнес-сообщества несколько цинично, но вполне оправданно и прагматично звучат призывы к чиновникам: помогать не надо – хотя бы не мешайте.

Что касается таможенного регулирования внешнеэкономической деятельности, то содействие ей выражается в воздействии на те административные механизмы, реализация которых возложена на таможенные органы. В частности, стимулирует внешнеэкономическую деятельность либерализация таможенно-тарифной политики – снижение ставок таможенных пошлин и их полная отмена, то есть в движение от тарифного протекционизма к фритредерству. Аналогичным образом влияет на внешнеэкономическую сферу снятие запретов и ограничений на ввоз и вывоз товаров, в том числе неприменение отдельных мер нетарифного регулирования. Вместе с тем содействовать внешнеэкономической деятельности можно и без изменения тарифных и нетарифных мер ее регулирования. Наиболее ощутимый положительный эффект дает повышение качества административной деятельности таможенных органов, упрощение и ускорение таможенных процедур. Стимулирование внешнеэкономической деятельности в данном случае осуществляется за счет экономии, в первую очередь, времени прохождения процедуры таможенной очистки. Народная мудрость «время – деньги» лучше всего познается на таможенной границе, ибо время, затрачиваемое на соблюдение таможенных формальностей, обладает очень большой «стоимостью». Наиболее значительную долю в затратной части таможенного оформления, прямо пропорциональной времени его прохождения, составляют расходы по хранению товаров и перевозящих их транспортных средств на складах временного хранения, судовой и контейнерный демередж (сверхнормативное использование), простой иных транспортных средств.

В области упрощения и ускорения таможенных процедур достигнуты определенные успехи, однако пока положение дел благополучным считать нельзя. Таможенное оформление в России трудно назвать нормальной, простой,

заурядной процедурой. Таможенная очистка обычно ассоциируется с реальной проблемой, существенно повышающей риск сердечных заболеваний у представителей бизнеса в силу абсолютной непредсказуемости требований представителей власти, – в основной своей массе фискально ориентированных, не ценящих чужое время и деньги [2]. Опасаются рисков национальной таможенной очистки не только российские предприниматели, но и их зарубежные партнеры, что никак не повышает инвестиционную привлекательность России. В составленном Всемирным банком международном рейтинге «Doing Business 2015: Going Beyond Efficiency» («Ведение бизнеса 2015: Больше, чем эффективность») по результатам суммирования всех критериев, характеризующих законодательное регулирование предпринимательской деятельности, Россия заняла 62-е место среди 189-ти стран; однако в области международной торговли наша страна находится лишь на 155-м месте (для определения рейтинга в указанной области используются такие критерии, как количество необходимых документов для экспорта и импорта, время, затрачиваемое на их оформление, стоимость экспортных и импортных процедур в расчете на один контейнер и др.) [3].

Очевидно, что с целью содействия ВЭД путем облегчения и ускорения таможенных процедур и иных способов минимизации административного вмешательства предстоит еще много сделать. Однако здесь следует учитывать два обстоятельства.

Первое. Само по себе повышение внешнеэкономической активности, обусловленное ликвидацией административных барьеров, не гарантирует соблюдение национальных экономических интересов (презюмируется, что сами эти барьеры устанавливаются в означенных интересах). Активизация ВЭД (сейчас речь идет о правомерной деятельности во внешнеэкономической сфере) «работает» на обеспечение экономической безопасности только при определенных условиях, и в этом плане имеют значение характер, структура и направленность внешнеэкономических операций.

Например, увеличение объема вывоза сы-

рьевых ресурсов низкой степени обработки отнюдь не способствует обеспечению экономической безопасности государства. Во внешнеэкономической стратегии Российской Федерации до 2020 года констатируется, что во внешней торговле сохраняется модель «импорт готовых товаров в обмен на экспорт сырья и энергоносителей», что означает скрытый отток добавленной стоимости из экономики и закрепление экспортно-сырьевой модели развития страны. Структура российского экспорта остается недиверсифицированной. Более 65 % в ней составляют углеводороды и сырьевые товары, дальнейшее наращивание вывоза которых неэффективно, связано с большими затратами и ведет к повышению внешней уязвимости отечественной экономики. При сохранении такой структуры увеличение объемов экспорта перестает быть источником экономического роста и превращается в фактор его сдерживания. Напротив, увеличение экспорта товаров высокой степени обработки расценивается как позитивный процесс, отвечающий государственным и общественным экономическим интересам. С другой стороны, не гарантирует соблюдения этих интересов активизация внешнеэкономической деятельности, выражающаяся в увеличении количества ввозимых товаров. На текущий момент значительный объем импорта, в том числе товаров высокой степени переработки и инновационной продукции, продолжающийся увеличиваться в связи с вступлением в ВТО и развитием других интеграционных проектов в области международной экономики, требует увязки данного направления внешнеэкономической активности с приоритетами внутренней политики, применения государством регулирующих мер, направленных на защиту национальных интересов. По некоторым видам товаров российская экономика уже попала в устойчивую зависимость от импорта [4].

Другой пример: активизация вывода капиталов за рубеж вплоть до так называемого их «бегства» (к одним из условий которого относится либерализация валютного законодательства и ослабление валютного контроля) является крайне негативным процессом,

подрывающим финансовую основу экономической безопасности государства. В противоположность утечке капиталов эффективная «подпитка» национальной экономики за счет привлечения иностранных инвестиций, как правило, несет выгоду. Однако приток капитала из-за рубежа автоматически не становится двигателем инновационного обновления экономики и повышения ее конкурентоспособности. Эффект (положительный или отрицательный) инвестирования во многом зависит от способов, объемов и, главное, объектов инвестирования. Так, во Внешнеэкономической стратегии Российской Федерации до 2020 года отмечается, что на обрабатывающие производства приходится лишь 15 % прямых иностранных инвестиций, в то время как почти 80 % инвестиций направляется в добычу полезных ископаемых, операции с недвижимостью, торговлю и финансовую деятельность [4]. Позитивных результатов от такого повышения внешнеэкономической (инвестиционной) активности ждать не приходится. Более того, постановка национальной экономики, особенно ее стратегически важных отраслей, в полную зависимость от зарубежного капитала является прямой угрозой экономической безопасности.

Второе. Ликвидация таможенно-тарифных, нетарифных и прочих административных барьеров во внешнеэкономической сфере способствует активизации не только правомерной внешнеэкономической деятельности (которая, как мы показали, несмотря на правомерность, все же не всегда отвечает национальным интересам), но и противоправной деятельности в указанной сфере, причем последней – зачастую в большей степени. Под действие экономически значимых факторов, связанных с государственным регулированием внешнеэкономических отношений, в одинаковой мере попадают оба сегмента международной экономики – легальный и нелегальный, полярные в юридическом плане, но практически идентичные по экономическому содержанию. Противоправная, в том числе криминальная ВЭД, причиняет значительный ущерб публичным интересам в сфере экономики, выступая

одной из самых серьезных угроз экономической безопасности России.

Не связанные, в отличие от публично-правовых образований (государств, их объединений, надгосударственных органов, международных организаций), нормами национального и международного права и политическими пристрастиями недобросовестные субъекты ВЭД в условиях либерализации внешнеэкономической сферы оказываются в известном смысле в более выгодном положении, оставаясь относительно свободными в выборе моделей своего противоправного поведения, партнеров по незаконному бизнесу. Эта свобода ограничивается лишь противодействием правоохранительных органов, собственными возможностями и установками, а также региональными, субрегиональными и мировыми рынками (включая их «черную» составляющую) как сложными самоорганизующимися системами. Что касается рыночных ограничений, то в условиях международной экономической интеграции они становятся все менее заметными: идеология общих экономических пространств, предусматривающая полное устранение или, по меньшей мере, минимизацию административных барьеров для свободного перемещения товаров, услуг, информации, людей, капиталов, была в полной мере воспринята субъектами теневого сектора экономики. Делинквентно ориентированные участники ВЭД, оказавшись в среде либеральных рыночных отношений, получают большую свободу действий; девиантное поведение диверсифицируется. Показательно, что они, «держая руку на пульсе» экономического организма, гораздо быстрее, чем государственные и межгосударственные институты, реагируют на изменение конъюнктуры рынка, устранение протекционистских мер, ослабление таможенного, пограничного, валютного и иных видов государственного контроля – в общем, на все факторы международной экономической интеграции. Внешнеэкономические правонарушители, соревнуясь в «скорости реакции» с законопослушными субъектами предпринимательства, оставляют далеко позади правоохранительные органы; и в этом

смысле тактическая гибкость, адаптивность и оперативность первых могла бы служить примером для подражания.

Для нашей страны актуализация данной проблемы в настоящее время обусловливается достаточно активным участием в международной экономической интеграции регионального и глобального масштабов. Региональная интеграция выражается в движении от Таможенного союза Российской Федерации, Республики Беларусь и Республики Казахстан, образованного на основании подписанного 6 октября 2007 года в г. Душанбе Договора о создании единой таможенной территории и формировании Таможенного союза [5], к единому экономическому пространству (общему рынку). 29 мая 2014 года в г. Астане подписан Договор о Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС) [6]. 10 октября 2014 года в Минске в ходе Высшего Евразийского экономического совета был подписан Договор о присоединении Республики Армения к ЕАЭС. 23 декабря 2014 года в Москве Президенты Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации, с одной стороны, и Президент Кыргызской Республики, с другой стороны, подписали Договор о присоединении к ЕАЭС Кыргызской Республики. Договор о Евразийском экономическом союзе в соответствии с заявлением глав государств-участников о выполнении внутригосударственных процедур, необходимых для вступления в силу данного Договора, начал действовать с 1 января 2015 года и обозначил переход евразийского экономического проекта на новый, более глубокий уровень интеграции. Согласно пункту 1 статьи 1 Договора в рамках Евразийского экономического союза обеспечивается свобода движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы, проведение скоординированной, согласованной или единой политики в определенных отраслях экономики [6]. В числе интеграционных политэкономических проектов глобального уровня, в которых участвует Россия, в первую очередь следует упомянуть Всемирную торговую организацию, в которую наше государство вступило, став ее 156-м членом, 22 августа

2012 года [7]. Участие в этой международной организации также возлагает на государства – члены обязательства по соблюдению известных международных стандартов качества таможенного администрирования.

Развитие названных форм международной экономической интеграции оказывает огромное влияние на внешнеэкономическую сферу России и ее союзников. Однако это влияние неоднозначно. Образно говоря, в руках государства палка о двух концах: устранение административных барьеров обуславливает активизацию внешнеэкономической деятельности, которая может либо отвечать публичным интересам, либо противоречить им. Одновременно такие либерально ориентированные меры вызывают риски возникновения угроз экономической безопасности государства, в том числе таких опасных, как криминализация ВЭД. Возникающие угрозы в свою очередь требуют применения адекватных государственных мер по их контролю, предотвращению и минимизации, а эти меры, имеющие контрольно-надзорный и правоохранный характер, сами по себе являются дополнительным барьером. Замкнутый круг, клубок противоречий.

В такой противоречивой ситуации особенно повышается роль государства в обеспечении национальной экономической безопасности. Данная задача, наряду с задачей содействия внешнеэкономической деятельности, стоит перед таможенными и иными государственными органами, участвующими в ее регулировании названной деятельности. Таможенным органам Российской Федерации такая задача была поставлена гораздо ранее, нежели задача содействия ВЭД, важность которого, как отмечалось, осознана позднее. Необходимость обеспечения экономической безопасности посредством регулирующего воздействия на внешнеэкономическую сферу красной чертой проходит через тексты всех основополагающих нормативных правовых актов, регламентирующих ВЭД, с одной стороны, и административную деятельность таможенных органов, с другой. И автор считает правильным то, что в Стратегии развития таможенной службы Российской Федерации до 2020 года

повышение уровня экономической безопасности в качестве стратегического ориентира и цели поставлено на первое место.

Необходимость обеспечения экономической безопасности в рамках регулирования внешнеэкономической деятельности признается не только на национальном, но и на международном уровне. Так, упомянутая Киотская конвенция, даже в названии которой заложена философия содействия ВЭД путем упрощения и гармонизации таможенных процедур, ни в коем случае не умаляет значение административной деятельности таможенных органов по обеспечению экономической безопасности государства и, в частности, надлежащего соблюдения таможенного законодательства. Цель Конвенции – найти баланс между ускорением и облегчением выполнения таможенных формальностей как мерой содействия международной торговле и иным видам международного обмена и обеспечением надежности таможенного контроля; по сути – достичь компромисса между интересами бизнес-общества и государства. Киотская конвенция, стимулируя внешнеэкономическую деятельность путем упрощения и гармонизации (стандартизации) таможенных процедур, одновременно направлена на то, чтобы такие упрощения не привели к нанесению ущерба интересам государства и общества, сопряженным с пополнением доходной части государственного бюджета, защитой внутреннего рынка и другим интересам в области национальной экономической безопасности.

Новейшая российская история богата примерами наступления крайне негативных последствий для экономической безопасности в результате снижения уровня государственного контроля над внешнеэкономической сферой. Так, подобные последствия форсированной и бесконтрольной либерализации ВЭД, осуществленной в самом начале 90-х годов прошлого века, наблюдаются спустя десятилетия, ведь именно в то время российская внешнеэкономическая преступность вышла на просторы мирового «черного» рынка, и с ее участием сформировались крупные транснациональные

преступные организации, противоправная деятельность которых в текущий момент вызывает деструкции экономик различных государств. Указ Президента России от 15 ноября 1991 года № 213 «О либерализации внешнеэкономической деятельности на территории РСФСР», которым была разрушена монополия государственных структур на внешние связи в области экономики и внешнеторговые контакты, был издан тогда, когда фактически были разрушены старые, но еще не созданы новые механизмы государственного контроля над внешнеэкономической сферой, даже до вступления в силу первого Таможенного кодекса Российской Федерации 1993 года.

Другой пример: в середине 90-х годов XX века, когда в ходе таможенной интеграции Российской Федерацией и Республикой Беларусь был фактически отменен таможенный контроль на внутренних границах [8; 9], в то время как единообразие в применении тарифных и нетарифных регуляторов внешней торговли достигнуто не было (то есть, несмотря на использовавшуюся терминологию, формирование Таможенного союза не было завершено), поток контрабандных товаров в нашу страну заметно увеличился, а количество задержаний, наоборот, уменьшилось; возросло количество таможенных правонарушений, связанных с недоставкой иностранных товаров, перемещаемых в пределах российско-белорусской территории. В результате криминализации внешнеэкономической деятельности на территории Союзного государства бюджет России понес ощутимые потери. Печальный опыт первого постсоветского этапа российско-белорусской таможенной интеграции обсуждался на страницах специальной литературы [10, с. 17; 11]; в этом обсуждении принимал участие и автор настоящей статьи [12; 13; 14].

Текущее положение отличается от ситуации 20-летней давности. Но определенные исторические параллели можно провести. Например, в настоящее время нередко выявляются и пресекаются поставки запрещенных к ввозу на территорию Российской Федерации товаров из числа «санкционных» списков с белорусской террито-

рии, как, впрочем, и с территории Казахстана. Важно из уроков истории сделать правильные выводы, экстраполируя тенденцию активизации делинквентных проявлений во внешнеэкономической сфере и возникновения иных угроз национальной безопасности на текущий международный интеграционный процесс, и в полном объеме использовать полученный опыт противодействия им. Вопросы противодействия криминализации внешнеэкономической деятельности и обеспечения экономической безопасности России в условиях международной экономической интеграции рассматривались автором в упомянутых работах.

В современных социально-экономических условиях, которые характеризуются пересекающимися и отчасти противоречащими процессами глобализации и регионализации экономической жизни, к осуществлению таможенными органами функций по обеспечению экономической безопасности России предъявляются более высокие требования. Система мер по обеспечению данной безопасности должна, не препятствуя трансграничному товарообороту (в идеале), обеспечивать действительную защиту национальных и наднациональных (общесоюзных) внешнеэкономических интересов. Нельзя отдавать все на откуп пресловутой «невидимой руке рынка» (англ.: «invisible hand of the market» – популярная метафора, впервые использованная Адамом Смитом в основной своей работе «Исследование о природе и причинах богатства народов»). Иначе эта «невидимая рука» в конечном итоге дотянется и до государственного кармана, а затем (а может быть, и ранее того) и до кармана каждого гражданина. Действующая в настоящее время система внешнеэкономических институтов не обеспечивает в должной мере ни эффективной защиты внутренних рынков, ни поддержания конкурентоспособности российских товаров за рубежом, ни сдерживания делинквентной активности во внешнеэкономической сфере.

Итак, стоящие перед государством задачи содействия внешнеэкономической деятельности и обеспечения собственной экономи-

ческой безопасности являются в известном смысле противоположными, а в определенной мере и взаимоисключающими. Уменьшение административных барьеров и «открытие» границ, содействующее внешнеэкономической деятельности и вследствие этого в долгосрочной перспективе оказывающее положительное влияние на макроэкономические показатели, одновременно порождает негативные процессы и явления, снижающие уровень экономической безопасности Российской Федерации. Тем не менее продемонстрированное противоречие является собой и диалектическое единство: решение этих задач в совокупности направлено на соблюдение национальных (государственных и общественных) экономических интересов. Поэтому обе задачи важны, оба направления государственной деятельности значимы, а еще более важно то, чтобы во внешнеэкономической сфере сохранялся баланс, а не перманентный жесткий конфликт интересов частных и публичных образований.

Актуальность темы обеспечения баланса частных и публичных интересов в сфере внешнеэкономической деятельности подтверждается ее активным обсуждением на международных переговорных площадках, например, на VIII Международном юридическом форуме стран Азиатско-Тихоокеанского региона, организованном Верховным Судом Российской Федерации и проходившем 2 октября 2015 года во Владивостоке. В ходе данного мероприятия министр по таможенному сотрудничеству Евразийской экономической комиссии В. А. Гошин, освещая проблематику таможенного регулирования в Евразийском экономическом союзе, коснулся вопросов, связанных с совершенствованием таможенного администрирования и существующими изъятами, ограничениями и барьерами применительно к институту свободы перемещения товаров. На этом же форуме в рамках пленарного заседания Председатель Верховного Суда Российской Федерации говорил о балансе прав участников таможенных правоотношений, равновесии публичных и частных интересов в таможенной сфере. Ссылаясь на статистиче-

ские данные, он заявил, что, определяя баланс прав участников таможенных отношений, суды отдают приоритет правам предпринимателей. Так, в 2014 году арбитражными судами рассмотрено свыше 24 тысяч дел, связанных с разрешением споров в сфере таможенных отношений; ненормативные правовые акты таможенных органов оспаривались по 22 тысячам дел. При этом по 80 % дел требования предпринимателей были удовлетворены. В свою очередь, таможенные органы обращались в суды за взысканием таможенных пошлин, налогов только по 523 делам [15].

Судебная поддержка участников внешнеэкономической деятельности – это, безусловно, хороший знак. Но ведь суд – это инструмент защиты уже нарушенных прав и законных интересов, так сказать, средство исправления ошибок, допущенных в ходе таможенного оформления (согласно статистике, представленной Председателем Верховного Суда Российской Федерации, – в основном ошибок таможенных органов). Баланс частных и публичных интересов во внешнеэкономической сфере должен быть достигнут, прежде всего, в рамках функционирования органов исполнительной власти – при таможенном администрировании.

Достижение такого баланса крайне затруднительно, и обусловлено это не только отмеченными автором противоречиями. Для отечественного политического и экономического развития исторически характерны разные степени дисбаланса частных и публичных интересов. В государственно-правовом строительстве мы уже прошли путь от знаменитого ленинского утверждения «...Мы ничего “частного” не признаем, для нас все в области хозяйства есть публично-правовое, а не частное» [16, с. 398] до возведения частных интересов в Абсолют при умалении роли интересов публичных, а затем «откатились» по этому же пути обратно, к этатизму, особенно ярко проявляющемуся в сфере фискальных интересов государства [2].

Специфика проводимой в настоящее время экономической политики, равно как и сложность достижения искомого равновесия,

определяется международной экономической интеграцией, в первую очередь евразийской. На сегодняшний день, когда нити международных экономических отношений теснейшим образом переплетены, когда происходит интернационализация и глобализация этих отношений, когда динамично развивается многополярная модель мироустройства и в результате укрепления новых центров экономического роста и политического влияния складывается качественно новая геэкономическая и геополитическая ситуация, очень сложно осуществлять прогнозирование социально-экономических последствий тех или иных государственных решений, затрагивающих внешнеэкономическую сферу. Потому разработка и применение сбалансированных мер по содействию внешнеэкономической деятельности и обеспечению экономической безопасности России должны осуществляться системно, на основе многофакторного анализа сложной и динамичной социально-экономической и политической ситуации. Полагаем, что эти меры должны быть согласованы и при реализации скоординированы с другими членами формирующегося Евразийского экономического союза. Но при этом нужно помнить, что и между союзниками нередко возникают конфликты интересов. Не следует рассматривать участие в международных интеграционных проектах, в частности, вхождение в ту или иную международную политическую или экономическую организацию как самоцель, заискивая перед другими участвующими в ней иностранными государствами и делая им одну уступку за другой. Впрочем, и противоположная политика бесперспективна: повышение экономического благосостояния за счет других государств и «перетягивания одеяла на свою сторону» не стимулирует развитие национальной экономики в долгосрочном плане и содержит в себе скрытую угрозу как любое другое несправедливое перераспределение благ.

Национальная безопасность должна быть превыше всего. И она должна обеспечиваться на паритетных началах в отношениях с другими членами международного сообщества.

Список литературы

1. Международная конвенция об упрощении и гармонизации таможенных процедур от 18 мая 1973 года (в редакции Протокола от 26 июня 1999 года) // Собрание законодательства РФ. 8 августа 2011 года. № 32. Ст. 4810.
2. Табаков А. В. Реализация фискальной функции таможенных органов: грани законности // Петербургский экономический журнал. 2015. № 1. С. 111–121.
3. Doing Business 2015: Going Beyond Efficiency. 12th edition. URL: <http://russian.doing-business.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/English/DB15-Full-Report.pdf> (дата обращения: 12.10.2015).
4. Внешнеэкономическая стратегия Российской Федерации до 2020 года // Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. URL: <http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/foreigneconomicactivity/vsc2020> (дата обращения: 12.10.2015).
5. Договор между Российской Федерацией, Республикой Беларусь и Республикой Казахстан о создании единой таможенной территории и формировании таможенного союза от 6 октября 2007 года // Официальный сайт Евразийской экономической комиссии. URL: <http://www.eurasiancommission.org/> (дата обращения: 12.10.2015).
6. Договор между Республикой Беларусь, Республикой Казахстан и Российской Федерации о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года // Официальный сайт Евразийской экономической комиссии. URL: <http://www.eurasiancommission.org/> (дата обращения: 12.10.2015).
7. Федеральный закон РФ от 21 июля 2012 года № 126-ФЗ «О ратификации Протокола о присоединении Российской Федерации к Марракешскому соглашению об учреждении Всемирной торговой организации от 15 апреля 1994 года» // Российская газета. 2012. 23 июля. № 166.
8. Соглашение о Таможенном союзе между Российской Федерацией и Республикой Беларусь от 6 января 1995 года // Собрание законодательства РФ. 4 ноября 1996 года. № 45. Ст. 5057.
9. Указ Президента РФ от 25 мая 1995 года № 525 «Об отмене таможенного контроля на границе Российской Федерации с Республикой Беларусь» // Собрание законодательства РФ. 29 мая 1995 года. № 22. Ст. 2034.
10. Таможенный союз стран Евразийского экономического сообщества: Комментарий и документы / С. И. Истомина, С. П. Булавин, Я. И. Моравек и др.; под общ. ред. Ю. Ф. Азарова. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2008. 486 с.
11. Суздальцев А. И. Политика впереди экономики: риски и перспективы Таможенного союза ЕврАзЭС // Россия в глобальной политике. URL: http://www.globalaffairs.ru/number/n_14564 (дата обращения: 12.10.2015).
12. Табаков А. В. Таможенные риски таможенных союзов / А. В. Табаков // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В. Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. 2011. № 2 (39). СПб.: РИО СПб филиала РТА, 2011. С. 39–61.
13. Табаков А. В. Криминализация внешнеэкономической деятельности в условиях таможенной интеграции России, Белоруссии и Казахстана // Вестник Российской таможенной академии. 2011. № 2. С. 98–106.
14. Табаков А. В. Таможенная интеграция и таможенные риски: взаимосвязь интеграционных процессов и противоправной активности во внешнеэкономической сфере // Таможенные чтения – 2010. Россия и ВТО: непростой диалог: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Том I. Диалог России и ВТО: разнообразие мнений. СПб.: Санкт-Петербургский им. В. Б. Бобкова филиал РТА, 2010. С. 208–217.
15. Сергеев Н. Председатель Верховного суда нашел баланс в таможенных делах // Коммерсантъ. 2015 2 окт. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2822738> (дата обращения: 12.10.2015).
16. Ленин В. И. О задачах Наркомюста в условиях новой экономической политики: Полное собрание сочинений. 5-е изд. Т. 44. М.: Издательство политической литературы, 1970. С. 396–400.

ПРОБЛЕМАТИКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОГРАММ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

SOCIAL DEVELOPMENT EVALUATION PROGRAMME ISSUES

УДК 316.334.3:330.131.5



МАРТЫНЮК Ксения Андреевна
ведущий экономист ОАО «Кировский завод», xenia88@inbox.ru

MARTYNUK Kseniya Andreevna
Lead Economist of the JSC Kirovsky Zavod, xenia88@inbox.ru

Аннотация.

В статье проведен анализ методик оценки эффективности программ социального развития. Составлена сравнительная характеристика данных методик. Выявлены проблемы, препятствующие эффективной оценке в рамках рассматриваемых программ.

Ключевые слова: социальное развитие, целевые программы, оценка эффективности, проблемы методов оценки.

Abstract.

The article analyzes the methods of evaluating the effectiveness of social development programmes. It compiles comparative characteristics of these techniques, and it reveals problems hindering effective assessment.

Key words: social development, targeted programs, performance evaluation, problem assessment methods.

В течение многих лет социальная политика в России остается наиболее слабым звеном государственного управления всех уровней, вызывая недовольство самых разных слоев населения, политических партий, общественных движений.

Разнообразие факторов, влияющих на социально-экономическую нестабильность и вытекающих из этого последствий, не оставляет сомнений в том, что многие, ранее сформулированные и долгое время применяемые модели социального управления по каким-либо причинам не срабатывают. Низкая причинная обусловленность, выраженная ситуативность

приводят к модели социального управления, нацеленной на решение кризисных или предкризисных социальных ситуаций. В данных условиях одним из актуальных инструментов решения проблемы социальной нестабильности могут быть целевые программы социального развития.

Целевые программы являются эффективным инструментом реализации социальной политики, особенно при решении долгосрочных задач и реализации крупных инфраструктурных проектов. Кроме того, за счет увязки ресурсов и достигаемых результатов и отхода, от затратных принципов распре-

ления государственных средств возникает возможность решения органами управления проблем, имеющих межотраслевой, межтерриториальный характер. Однако анализ отечественного опыта показывает наличие существенных недостатков и сложностей в реализации целевых программ. В первую очередь это связано с отсутствием практико-ориентированных механизмов оценки эффективности их реализации.

Оценка эффективности должна являться одним из важнейших и доступных инструментов изменения сложившейся ситуации и переключения внимания на результативность бюджетных расходов. Оценка не только привлекает внимание органов управления к диагностике достигнутых результатов и полученного эффекта (как качественными, так и количественными методами), но и совершенствует аналитическую базу, повышает культуру управления. Она позволяет задавать правильные и своевременные вопросы, развивать аналитические подходы к решениям о расходовании бюджетных средств и разработке или корректировке социальной политики. Разработка программ социального развития должна предполагать обязательный порядок их оценивания для обеспечения качественного контроля и фиксации выполненных результатов, а указанные результаты должны учитываться и в дальнейшем браться на вооружение при разработке дополнительных блоков и разделов (если это необходимо) в процессе составления новых программ. Также оценка результатов важна при представлении отчетности соответствующим органам, контролирующим разработчикам и для составителей программ.

Стоит отметить, что оценка реализации программ социального развития является наиболее слабым в методическом и методологическом плане этапом среди всего процесса реализации, что соответственно отражается на качестве практического использования данных программ. Как правило, в каждой программе частным образом предлагаются методики, представляющие собой общие рекомендации по оценке эффективности реализации целевых программ социального

развития, отражающие отдельные, зачастую не связанные друг с другом элементы оценки.

Так, например, изучение текста Федеральной целевой программы «Социальное развитие села до 2013 года» («Устойчивое развитие сельских территорий Российской Федерации на 2014–2017 годы и на период до 2020 года» проект) показало отсутствие в приложениях наличия какой-либо методики оценки эффективности реализации.

Оценка эффективности по этой программе упоминается лишь в шестом разделе «Оценка эффективности социально-экономических и экологических последствий реализации программы». Отмечено, что экономическая эффективность от реализации программы состоит в увеличении производительности сельскохозяйственного труда на 20–25 процентов на основе:

- 1) улучшения здоровья сельских жителей, повышения их общеобразовательной и профессиональной подготовки, создания в сельской местности благоприятных жилищных условий;
- 2) сокращения потерь рабочего времени, связанных с заболеваемостью;
- 3) сокращения потерь сельскохозяйственной продукции при ее транспортировке [2].

Предлагается лишь общее описание без подробного объяснения, в связи с чем проблемные вопросы остаются открытыми. Таким образом, по данной программе описание оценки эффективности носит формальный характер и не является действенным инструментом выработки управленческих решений.

Для федеральной целевой программы «Культура России на 2012–2018 годы» государственным заказчиком-координатором разработана методика оценки эффективности. Согласно методике оценка должна производиться ежегодно на основе использования системы индикаторов и показателей по приоритетным направлениям.

Эффективность реализации предлагается рассчитывать по формуле [3]:

$$E = \frac{I_{\phi 1} + I_{\phi n}}{I_{п1} + I_{пn}} \cdot 100 \%, \quad (1)$$

где E – эффективность реализации программы, %;

$I_{\text{ф1}}$ и $I_{\text{фн}}$ – значения целевых индикаторов, достигнутые в ходе реализации программы, измерение в зависимости от назначения индикатора (руб., шт. ед.);

$I_{\text{п1}}$ и $I_{\text{пн}}$ – значения целевых индикаторов, утвержденные программой;

n – количество показателей, измерение в зависимости от назначения индикатора (руб., шт. ед.);

Как видно из формулы (1), оценка эффективности производится путем сравнения фактически достигнутых целевых индикаторов за соответствующий год с утвержденными на год значениями целевых индикаторов. Для определения базовых значений индикаторов используют данные Федеральной службы государственной статистики, а достигнутые индикаторы следует рассчитывать по методике, представленной в приложении 3 к данной программе.

В качестве примера приведено несколько индикаторов и формул для их расчета:

1. Доля объектов культурного наследия, находящихся в федеральной собственности, состояние которых является удовлетворительным, в общем количестве объектов культурного наследия, находящихся в федеральной собственности:

$$I_1 = \frac{N_{\text{ус}}}{N_{\text{обф}}} \cdot 100, \quad (2)$$

где $N_{\text{ус}}$ – количество объектов культурного наследия, находящихся в федеральной собственности, состояние которых является удовлетворительным, шт.;

$N_{\text{обф}}$ – общее количество объектов культурного наследия, находящихся в федеральной собственности, шт.

2. Доля учреждений культуры и искусства, находящихся в федеральной собственности, состояние которых является удовлетворительным, в общем количестве учреждений культуры и искусства, находящихся в федеральной собственности:

$$I_2 = \frac{N_{\text{усф}}}{N_{\text{оби}}} \cdot 100\%, \quad (3)$$

где $N_{\text{усф}}$ – количество учреждений культуры и искусства, находящихся в федеральной собственности, состояние которых является удовлетворительным, шт.;

$N_{\text{оби}}$ – общее количество учреждений культуры и искусства, находящихся в федеральной собственности, шт.

3. Доля фильмов российского производства в общем объеме проката на территории Российской Федерации:

$$I_3 = \frac{N_{\text{оф}}}{N_{\text{фп}}} \cdot 100\%, \quad (4)$$

где $N_{\text{оф}}$ – количество фильмов российского производства в прокате, шт.;

$N_{\text{фп}}$ – общее количество фильмов в прокате, шт.

4. Доля образовательных учреждений сферы культуры, оснащенных современным материально-техническим оборудованием (с учетом детских школ искусств), в общем количестве образовательных учреждений в сфере культуры:

$$I_{43} = \frac{N_{\text{смтб}}}{N_{\text{обм}}} \cdot 100\%, \quad (5)$$

где $N_{\text{смтб}}$ – количество образовательных учреждений культуры, оснащенных современным материально-техническим оборудованием, шт.;

$N_{\text{обм}}$ – общее количество образовательных учреждений культуры, шт. [3].

Таким образом, в программе предполагается использовать систему индикаторов и цифровых показателей, характеризующих лишь текущие результаты культурной деятельности. Данная методика основана на анализе абсолютного/относительного отклонения планового индикатора от фактического. Однако нет обоснования, возможно ли считать программу эффективно реализованной только за счет достижения индикаторов. Это говорит о том, что при реализации программы могут появиться трудности в части принятия каких-либо управленческих решений, например, при оценке целесообразности корректировки запланированных мероприятий.

Изучение практики разработки методик оценки эффективности реализации целевых

программ отмечено и положительным опытом на региональном уровне управления. В частности, постановлением Правительства Ленинградской области от 03.03.2006 г. № 54 утверждены «Методические рекомендации по оценке эффективности региональных целевых программ в Ленинградской области». Стоит отметить, что в данном документе предложена одна из наиболее подробных методик оценки эффективности реализации целевых программ.

Основными принципами оценки эффективности являются следующие:

- рассмотрение программы на протяжении всего цикла – от разработки до выполнения;
- сопоставимость условий сравнения различных программ;
- принцип положительности и максимума эффекта;
- учет фактора времени;
- учет только предстоящих затрат и поступлений;
- сопоставление ситуаций «без программы» и «с программой»;
- учет влияния инфляции [4].

Под эффективностью региональной целевой программы подразумеваются все положительные результаты ее реализации:

$$\mathcal{E} = \frac{P}{Z}, \quad (6)$$

где P – результаты, выраженные в денежных показателях, руб.;

\mathcal{E} – эффективность программы, безразмер.;

Z – затраты на реализацию программы с учетом всех источников финансирования, руб.

В качестве анализа показателей эффективности, различают:

1. Абсолютную эффективность:

$$\mathcal{E}_{абс} = \mathcal{E}_1 - \mathcal{E}_2, \quad (7)$$

где \mathcal{E}_1 – коэффициент эффективности в отчетном (анализируемом) периоде, безразмер.;

\mathcal{E}_2 – коэффициент эффективности в базисном (сравнительном) периоде, безразмер.

2. Относительную эффективность:

$$\mathcal{E}_{отн} = \mathcal{E}_1 / \mathcal{E}_2. \quad (8)$$

Стоит отметить, что согласно данной методике, в том случае, если эффект программы относится к сугубо качественным характеристикам, предлагается использовать методы:

- «предпочтения», основывающиеся на экспертной оценке готовности платить за наличие какого-либо положительного эффекта или устранения отрицательного эффекта;
- определения затрат на замену, когда элемент, вызывающий негативные последствия, заменяется новым решением;
- описательные [4].

В основе применения указанных методов должна быть достаточно условная схема «затраты–результаты» с включением по возможности всех экономических оценок эффектов, поддающихся количественной оценке и рассчитанных по соответствующим формулам или оцениваемых по качественным признакам.

Изучение опыта Ленинградской области, по-видимому, обусловил положительную тенденцию появления подобных методик во многих субъектах РФ, например, в Пермской, Калужской, Амурской, Саратовской и Брянской областях.

В данных областях методики оценки основаны на интегральных или балльных показателях.

В качестве примера оценки эффективности реализации целевых программ на основе балльных методов можно привести методику Брянской области. Оценка основывается на определении достижения показателей (индикаторов) и отражает степень достижения результата при фактическом уровне расходов бюджета за отчетный период (финансовый год) [5].

Стоит отметить, что оценка эффективности целевых программ Брянской области является достаточно простой в использовании, помогает ответить на вопрос, является ли программа эффективной, кроме того, появляется возможность создания рейтинга программ. Однако существуют и недостатки, в первую очередь, сложность оценки социальной эффективности, отсутствие оценки достижения главной цели по программе, а также качества ее реализации.

Кроме того, в качестве примера хотелось бы отметить оценки эффективности целевых программ, относящиеся к муниципальному уровню. Как правило, данные оценки основаны на методологическом аппарате, утвержденном в региональном центре. Однако существуют муниципальные районы, где разработаны свои методики оценки. Например, администрацией Галичского муниципального района Костромской области принято Постановление от 31.03.2011 г. № 100 «Об утверждении порядка проведения оценки эффективности реализации муниципальных целевых программ».

Данный документ свидетельствует о том, что в Галичском муниципальном районе оценка программ основана на расчете интегрального показателя.

Система комплексных критериев (К_i) оценки эффективности реализации программы включает четыре критерия:

К1 – выполнение планируемых объемов финансирования;

К2 – степень выполнения программных мероприятий;

К3 – достижение целевых индикаторов Программы;

Сравнительная характеристика методик оценки целевых программ социального развития по критериям

Объект оценки	Общие рекомендации по оценке	Оценка экономической эффективности	Оценка социальной эффективности	Оценка управления программой	Оценка целевых индикаторов	Оценка расходования средств	Оценка достигнутых результатов	Рекомендации к управленческому решению
ФЦП «Социальное развитие села до 2013 года»	+	-	-	-	-	-	-	-
ФЦП «Жилище на 2011–2015 гг.»	+	-	-	-	+	-	-	-
ФЦП «Культура России на 2012–2018 гг.»	+	-	-	-	+	-	-	-
ФЦП «Развитие г. Сочи»	+	+	-	-	-	-	-	-
Ленинградская область	+	+	+	+	+	+	+	-
Брянская область	+	-	-	-	+	+	+	+
Хабаровский край	+	-	-	-	+			
Архангельская область	+	-	-	-	+	+	+	-
Санкт-Петербург	+	-	-	-	-	-	-	-
Москва	+	-	-	-	-	-	-	-
Галичский муниципальный район	+	-	-	-	+	+	+	-

К4 – оценка организации управления и контроля за ходом реализации программы [6].

Комплексный критерий оценки эффективности реализации программы в целом (K_i) определяется по формуле [6]:

$$K_i = Y_{i1} + Y_{i2} + \dots + Y_{ij}, \quad (11)$$

где Y_{ij} – подкритерии, входящие в состав комплексного критерия оценки эффективности реализации, безразмер.

Были проанализированы и многие другие методики оценки эффективности целевых программ социального развития. С целью обобщения проанализированной информации о существующих методиках оценки эффективности реализации целевых программ социального развития составлена сравнительная характеристика по критериям оценки целевых программ, которая представлена в таблице.

Сравнительный анализ существующих методик оценок целевых программ, представленный в таблице, позволяет подвести итог по результатам исследования, выявить основные их недостатки и преимущества. Среди основных существенных недостатков методического обеспечения оценки эффективности целевых программ социального развития следует отметить:

- проблемы в оценке социальных программ связаны в первую очередь с тем, что стандарты для указанного оценивания нигде в мире не разработаны детально и в полной мере, в том числе и в России;
- в Российской Федерации жесткая регламентация деятельности, принцип распределения государственных средств по статьям экономической классификации сводит контроль над исполнением бюджета к контролю над целевым (по видам расходов) использованием бюджетных средств и делает их расходование неэффективным;
- направленность скорее на оценку качества проектировки, а не на оценку влияния программы на целевую группу, что для программ социального развития особо актуально;

- оценка ресурсов, а не результатов, проявляющаяся в анализе отклонений плановых затрат от фактических;

- отсутствие оценки качественных показателей, в том числе социальной эффективности;
- подмена понятий бюджетной эффективности экономической;
- отсутствие оценки управления программой (в том случае, если она есть, то отсутствует оценка расходования средств);
- отсутствие итоговой оценки достигнутых результатов;
- отсутствие рекомендаций в части управленческих решений.

В качестве положительных примеров рассматриваемых методик следует отметить методику, утвержденную в Ленинградской области, как одну из наиболее подробных систем оценок, затрагивающих многие стороны реализации целевых программ, а также методику Брянской области, единственно имеющую подробные рекомендации по проведению дальнейших управленческих решений.

В целом, подводя итоги, следует отметить, что, несмотря на важность оценки эффективности реализации целевых программ в системе программно-целевого планирования, действующие методики не позволяют в полной мере учитывать принципы результативного управления. В связи с этим возникает острая необходимость совершенствования механизмов оценки эффективности реализации целевых программ социального развития. Отсутствие системного подхода к оценке эффективности обесценивает целевую программу как целостный структурированный инструмент развития социальной сферы, делает невозможным предметный и всесторонний ее анализ. Поэтому, существует острая необходимость поиска новых методических подходов к разработке механизмов оценки эффективности реализации целевых программ социального развития, позволяющих использовать программно-целевой метод в качестве решения социально-экономических проблем на новом более качественном уровне.

Список литературы

1. Евменов А. Д. Анализ эффективности государственного финансирования развития сферы культуры / А. Д. Евменов, П. В. Данилов// Петербургский экономический журнал. 2015. № 1. С. 8–16.
2. Федеральная целевая программа «Социальное развитие села»: (Постановление Правительства РФ от 15.07.2013 № 591: по состоянию на 09.09.2015).
3. О федеральной целевой программе «Культура России (2012–2018 годы)»: (Постановление Правительства РФ от 03.03.2012 № 186: по состоянию на 09.09.2015).
4. Об утверждении Методических рекомендаций по оценке эффективности региональных целевых программ в Ленинградской области: (Постановление Правительства Ленинградской области от 03.03.2006 № 54: по состоянию на 09.09.2015).
5. Об утверждении Порядка разработки, реализации и оценки эффективности государственных программ Брянской области: (Постановление Администрации Брянской области от 01.06.2011 № 494: по состоянию на 09.09.2015).
6. Об утверждении порядка проведения оценки эффективности реализации муниципальных программ: (Постановление Администрации Галичского муниципального района Костромской области от 31.03.2011 № 100: по состоянию на 09.09.2015).

ГЛОБАЛЬНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ДИСБАЛАНСЫ И ПОЗИЦИЯ БРИКС ПО ИХ РЕГУЛИРОВАНИЮ

GLOBAL ECONOMIC IMBALANCES AND THE POSITION OF THE BRICS IN THEIR REGULATION

УДК 339.9



ТУМАЙКИНА Ирина Ивановна

аспирантка Финансового университета при Правительстве РФ (Москва), I.Tumaikina@gmail.com

TUMAİKINA, Irina Ivanovna

Post-graduate student of the Finance University under the Government of the Russian Federation (Moscow), I.Tumaikina@gmail.com

Аннотация.

Статья посвящена изучению влияния глобальных экономических дисбалансов на мировую экономику. Автор рассматривает природу возникновения дисбалансов и их влияние на стабильность мировой экономики для противодействия кризисным явлениям в будущем. Проанализировано влияние дисбалансов на страны Группы БРИКС, результаты представлены в выработке рекомендаций со стороны Группы БРИКС по преодолению глобальных экономических дисбалансов.

Ключевые слова: глобальные экономические дисбалансы, глобальный финансово-экономический кризис, азиатский финансовый кризис, глобализация, диспропорция, БРИКС.

Abstract.

The article is devoted to studying of influence of global economic imbalances on world economy. The author considers the nature of emergence of imbalances and their influence on stability of world economy for counteraction to the crisis phenomena in the future. Influence of imbalances on the BRICS group countries is analysed, results are presented in development of recommendations from BRICS group about overcoming of global economic imbalances.

Key words: Global economic imbalances, the global financial and economic crisis, the Asian financial crisis, globalization, disparities, BRICS.

Одной из фундаментальных современных проблем мировой экономики является проблема глобальных экономических дисбалансов,

достигших в последние годы беспрецедентного уровня. Проведение анализа причин кризисной ситуации, в которой оказалась

мировая экономика сегодня, не представляется возможным без определения мирового хозяйства как несбалансированного, содержащего фундаментальные противоречия и несоответствия. Глобальные экономические дисбалансы существенно усилились за последнее десятилетие на фоне расширения мировой торговли и быстрой интеграции финансового рынка. Для понимания, что такое глобальные экономические дисбалансы и какие наиболее значимые из них актуальны для современного мирового хозяйства, обратимся к определению термина «глобальные дисбалансы» и более пристально взглянем на их эволюцию.

Современная проблема глобальных дисбалансов имеет прецеденты в истории. В начале XIX века доля Китая в общем объеме мирового производства составляла около трети, таким образом, страна имела огромное положительное сальдо внешней торговли с Великобританией. Для разрешения сложившейся ситуации руководство КНР пришло к необходимости импортировать в страну единственный товар, не производимый внутри страны – опиум. Повсеместная его доступность привела к значительному оттоку средств в Великобританию и падению нравов, что в конечном итоге стало причиной двух Опиумных войн, по итогам которых Китай принял все правила торговли западных держав, а его развитие резко затормозилось [1].

В XX веке понятие «глобальные дисбалансы» связывалось только с нарушением обмена экономическими ресурсами между странами. Таким образом, данная категория характеризовала состояние главной части платежного баланса определенной страны, а именно баланса текущих операций. Увеличение количества займов для покрытия дефицита баланса вызывает рост несбалансированности бюджетов частных лиц и корпораций, а также бюджета страны, и может грозить дефолтом. В условиях глобализации и укрепления мировых экономических связей дефолт в одних странах может затронуть и перейти на другие, в связи с чем начнется мировой экономический кризис.

Современная экономическая литература под глобальными дисбалансами определяет обширный круг явлений, которые характери-

зуют состояние мирового хозяйства. Таким образом, в сегодняшних реалиях дефициты счетов по текущим операциям можно отнести к глобальным экономическим дисбалансам в узком смысле данного понятия. В широком смысле данное понятие трактуется как взаимодействия между элементами мировой экономики, содержащие определённые негативные аспекты, формирующие отрицательные последствия как в целом для всего мирового хозяйства, так и для определенных регионов и отдельных стран. Глобальные дисбалансы можно определить, как отрыв финансовых рынков от реальной мировой экономики, то есть необоснованно увеличенный в большинстве развитых стран финансовый сектор по сравнению с реальной экономикой в результате быстрого роста развития традиционных финансовых операций, а также сделок с новыми финансовыми продуктами, к которым можно отнести различного рода производные финансовые инструменты. К современным глобальным экономическим дисбалансам необходимо также отнести несоответствие в соотношении темпов роста между развитыми и развивающимися странами, неравномерное распределение рабочей силы между странами и размещение природных ресурсов и т. д. [2].

Данная трактовка термина «глобальные экономические дисбалансы» представляет собой синоним более привычного для многих экономистов термина «диспропорция». Таким образом, теория основателей политэкономии, гласящая, что диспропорциональное развитие капиталистической экономики неизбежно будет порождать кризисы, актуальна и в наши дни с дополнением, что в настоящее время глобализация объединила мировую экономику в одно целое. В связи с этим и возникли глобальные диспропорции или иначе дисбалансы, которые сегодня стали основой мировых кризисов.

На взгляд автора, современная трактовка глобальных дисбалансов должна рассматриваться в более широком контексте и учитывать внешнеторговые, макроэкономические, а также внешнеполитические аспекты. Нарушение баланса сил в мировой экономике, а также несоответствие роли новых экономических

лидеров в процессах регулирования мировой экономикой является глобальным современным дисбалансом. Таким образом, «глобальные экономические дисбалансы» — это принявшие критических размеров различные формы диспропорций в структуре, развитии, регулировании процессов, механизмах взаимодействия, нарушения экономического баланса, равновесия процессов, потоков в регионе, государстве и в мире в целом.

Облегчая доступ мировых сбережений к наиболее продуктивным способам их использования, свободное движение капиталов через национальные границы несет с собой значительные экономические выгоды, включая стимулирование экономического роста. С учетом этого произошел целый ряд эпизодов, в которых международное движение капитала принесло с собой проблемы макроэкономического характера, финансовой нестабильности, или того и другого. Такие проблемы обычно возникали в двух случаях: во-первых, когда «правила игры» международной денежной системы – меры экономической политики, которые ожидаются от стран для того, чтобы со временем способствовать сбалансированной глобальной экономике, – либо плохо сформулированы, либо не соблюдаются ключевыми странами; и во-вторых, когда финансовая система стран, которые получают значительные вливания капитала, не соответствует задаче продуктивного инвестирования притекающих средств.

В конце 1920 – начале 1930-х годов американский доллар и французский франк были недооценены, результатом чего стал сильный приток капитала и профицит текущего счета платежного баланса этих стран. Согласно неписаным, но устоявшимся правилам золотого стандарта, эти две страны должны были бы позволить притоку капитала увеличить денежное предложение, с соответствующим ростом цен, что привело бы к реальному повышению валютных курсов и, со временем, к сужению профицита во внешней торговле. Вместо этого эти две страны стерилизовали последствия такого притока капитала, не допуская его влияния на денежное предложение, и их валюты оставались долгое время недооце-

ненными. С учетом ограничений, налагаемых золотым стандартом, такая политика, в свою очередь, усиливала дефляционное давление и напряжение в банковском секторе в странах с дефицитом баланса внешней торговли, таких, как Германия, которые теряли свои золотые и валютные депозиты. В конце концов нежелание США и Франции проводить свою внутреннюю политику согласно правилам игры, вместе со структурными слабостями в финансовых системах и самого золотого стандарта, способствовали дестабилизации мировой экономической и финансовой системы и наступлению Великой депрессии.

Пример Азиатского финансового кризиса конца 1990-х годов демонстрирует несколько иной тип риска, связанный с большими трансграничными перемещениями капитала. В девяностые годы сильный приток капитала способствовал бурному росту многих азиатских экономик. Но под влиянием девальвации в Таиланде в 1997 году инвесторы стали осознавать, что финансовые системы некоторых азиатских экономик – в результате слабости институтов, недостаточного регулирования, или других недостатков – неэффективно перераспределяли приток капитала в производственные инвестиции. По мере того, как иностранные инвесторы теряли доверие, потоки капиталов сменили направление на противоположное, и бум, основанный на кредите, резко закончился. Азиатский кризис привел к большим издержкам для соответствующих стран в плане финансовой и макроэкономической стабильности. В этом случае приток капитала стал проблемой из-за слабостей в финансовых системах и организации регулирования и надзора в странах-получателях иностранного капитала.

Хотя эти вопросы сейчас обычно обсуждаются в контексте развивающихся рыночных экономик, США – крупнейший импортер капитала в мире – также испытывает трудности в его рациональном освоении. Стоит заметить, что именно неспособность финансовой системы США распределить надлежащим образом эти капиталы, как зарубежные, так и внутренние, способствовала тому, что разразился последний финансовый кризис и глобальная

рецессия. США, с его зрелой экономикой, был получателем чистого притока капитала, который вырос до 6% ВВП перед финансовым кризисом. Значительная часть этих потоков отражала более широкое явление – глобальный избыток сбережений. За последние 15 лет многие развивающиеся рыночные экономики имели крупный и устойчивый профицит текущего счета, и в результате стали экспортерами капитала в развитые экономики, особенно в США. Эти потоки усугубили дефицит текущего счета США и стали фактором снижения долгосрочных процентных ставок в США и в мире ниже тех уровней, которые были бы логичны, исходя из краткосрочных ставок и других макроэкономических фундаментальных факторов.

Некоторые исследователи утверждали, что потоки капитала из развивающихся стран в развитые экономики будут стремиться в самые надежные и ликвидные активы, в отношении которых на самих развивающихся рынках существует определенный дефицит. Действительно, страны глобального избытка сбережений – в основном некоторые азиатские страны и экспортеры нефти из ближневосточного региона – на самом деле оказывали значительное предпочтение очень надежным и ликвидным активам США в середине прошлого десятилетия, особенно бумагам казначейства и (ипотечных) агентств. Хотя значительная часть чистого притока капитала в США пришла с развивающихся рынков, существенные объемы поступали также от развитых экономик. Так же, как и страны глобального избытка сбережений, европейские инвесторы очень ценили надежность и ликвидность своих американских инвестиций. Однако относительно развивающихся стран, покупки европейских инвесторов охватывали более широкий диапазон ценных бумаг США, включая крупные объемы высокорейтинговых обеспеченных ценных бумаг. Европа финансировала свои покупки американских активов, выпуская долговые обязательства, а так как эти обязательства в основном состояли из более традиционных ценных бумаг, включая суверенный долг, а также банковские депозиты, результатом в этом случае был чистый рост

глобального спроса на высокорейтинговые американские активы.

Предпочтения иностранных инвесторов в пользу высокорейтинговых американских активов, вместе с такими же предпочтениями многих внутренних инвесторов, имели ряд последствий, в том числе для сравнительной доходности таких активов. Важно, однако, было то, что такие предпочтения со стороны такого количества инвесторов создали сильные стимулы для финансовых «инженеров» США разрабатывать инвестиционные продукты, которые «трансформировали» рискованные займы в высокорейтинговые ценные бумаги. Хотя большая часть новых ипотечных кредитов, выдаваемых в годы жилищного бума, была слабого кредитного качества, финансовый инжиниринг привел к тому, что подавляющая доля частных MBS (mortgage-backed security – ипотечные ценные бумаги) имела рейтинг «AAA». Это фундаментальное противоречие стало одной из причин дестабилизации мировых финансов. Как и в случае с азиатским кризисом, причина заключалась в неготовности финансовой системы и финансового регулирования страны-получателя потоков капитала. Неправильные стимулы при выдаче кредитов, андеррайтинге и секьюритизации, недостатки в риск-менеджменте финансовых организаций, конфликт интересов в кредитных агентствах, пробелы и слабости в структуре финансового регулирования и провалы надзорной системы стали источниками плохого функционирования системы. Данный опыт приводит к пониманию сложностей, которые возникали и возникают перед экономическими властями развивающихся рыночных экономик, которым приходится управлять крупными и порой очень волатильными потоками капитала в последние несколько десятилетий.

На сегодняшний день потоки капитала опять являются заметной проблемой для международной макроэкономической и финансовой стабильности. Эти потоки отражают частично две скорости восстановления мировой экономики: темпы роста развивающихся рынков намного превосходят темпы роста развитых экономик. В свете сравнительно умеренного восстановления, на данный момент,

развитых экономик центральные банки этих стран по большей части продолжают мягкую монетарную политику. Некоторые наблюдатели, признавая, что, если восстановление развитых экономик будет прервано и не состоится, это крайне негативно скажется на развивающихся рынках, тем не менее считают, что такая мягкая политика генерирует негативные побочные эффекты. В частности, озабоченность вызывают крупные потоки частного капитала на многие развивающиеся рынки, которые, в зависимости от реакции монетарных властей, могут привести к повышению курса их валют, ускорить инфляцию или привести к возникновению пузырей на рынках различных активов.

Хотя экономические власти стран с развивающимися рынками, очевидно, сталкиваются с большими проблемами, такие озабоченности можно рассмотреть в положительном контексте. Во-первых, эти потоки капитала стимулировались многими факторами, включая ожидания более быстрого роста и, соответственно, большей доходности от вложений в развивающиеся экономики, чем в развитые экономики. На самом деле последние данные показывают, что агрегированные потоки капитала в развивающиеся рынки не выбиваются из долгосрочных трендов. Во-вторых, развивающиеся рыночные страны очень заинтересованы в продолжении экономического восстановления развитых экономик, что и призвана обеспечить мягкая монетарная политика, проводимая в развитых экономиках. В-третьих, экономические власти стран с развивающимися рынками обладают рядом мощных, хотя, возможно, и несовершенных, инструментов, которые они могут использовать для управления своими экономиками и предотвратить перегрев, включая корректировку валютного курса, монетарной и бюджетно-налоговой политики, а также макропруденциальных мер. Наконец, следует помнить о том, что побочные эффекты могут работать в обе стороны. Например, восстанавливающийся спрос на развивающихся рынках внес весомый вклад в недавний резкий рост цен на сырьевые товары. В более общем плане, поддержание заниженного курса валют некоторыми странами привело к такой структуре

глобальных расходов, которая не является сбалансированной и не может быть устойчивой. Такие дисбалансы включают не только дисбалансы между развивающимися рыночными странами и развитыми экономиками, но и между самими развивающимися странами, так как те страны, которые позволили своим валютным курсам колебаться под влиянием рыночных сил, испытывают снижение своей конкурентоспособности по сравнению с теми странами, где государство активно вмешивается в работу валютных рынков.

Увеличение глобальных дисбалансов было вызвано целым рядом факторов, которые имеют свое происхождение как в США, так и в других странах. Некоторые из этих факторов носят структурный характер, такие, как увеличение финансовой интеграции, появление глобального избытка сбережений и очень сильный основной спрос на американские активы. Другие представляют циклические события, в том числе очень низкий уровень частных сбережений в экономике США и низких инвестиционных расходах в остальной части мира.

Масштабы проблемы глобальных экономических дисбалансов сделали данный вопрос одним из самых обсуждаемых в экономике в последние годы, так как он затрагивает все мировое хозяйство.

На сегодня группа стран БРИКС – наиболее динамичная часть мировой экономики, и проблема экономических дисбалансов является также для нее актуальной, оказывая негативное влияние на их экономики. На VII саммите БРИКС, проведенном в России в июле 2015 года, лидеры этой организации подробно говорили о мировой экономике, не скрывая обеспокоенности нестабильностью на рынках, высокой волатильностью цен на энергоносители и сырьевые товары, а также накоплением рядом стран суверенной задолженности. «Все эти структурные дисбалансы непосредственно влияют на динамику роста и наших экономик. В этих условиях государства БРИКС намерены активнее задействовать собственные ресурсы и внутренние резервы развития», – отметил на саммите Президент РФ В. В. Путин [3].

За последнее десятилетие Китай, Индия, Россия, Бразилия и ЮАР стали рассматривать

себя как государства, связанные общими хозяйственными интересами и преследующие схожие цели. Страны группы БРИКС активно «прицениваются» не только к экономическим, но и к политическим проблемам, которые могли бы стать их вкладом в глобальную повестку. Этот процесс важен прежде всего потому, что страны БРИКС, с одной стороны, объективно воспринимаются как представители «незападного» мира, но, с другой стороны, исключительно сильно зависят от Запада и являются дополняющей его экономической системой. Если эти государства действительно намереваются через 30–40 лет стать законодателями мировой экономической моды, они вынуждены будут в течение этого срока перехватить темы, которые доминируют сейчас в глобальной политике, – причем перехватить их не в жестком противостоянии с ведущими державами, а, скорее, в творческом развитии уже существующих трендов.

Важной и необходимой является возможная инициатива стран БРИКС, которая, безусловно, заставила бы говорить об этом объединении как о заметном агенте на глобальной политической и интеллектуальной сцене, в вопросах осмысления финансовой ситуации, которая сложилась в мире в последние годы. Важнейшей чертой этой ситуации выглядят гигантские дисбалансы, образовавшиеся в экономических отношениях между развитыми странами и государствами БРИКС. Если еще в середине 1990-х годов Запад был глобальным кредитором, а периферия с трудом оправлялась кто от кризиса 1980-х годов, а кто от краха советского блока, то сегодня Америка и Европа выглядят сомнительными должниками, в то время как Китай (включая Гонконг), Россия, Индия, Бразилия и ЮАР обладают (по состоянию на конец ноября 2013 года) валютными резервами в 5,2 трлн долл.

Если вспомнить историю, то быстрый подъем Китая во многом обусловлен тем, что США и страны Западной Европы после кризиса 1997 года в Азии не ввели никаких протекционистских мер против стран, резко снизивших курс своих валют, что поставило Запад в заведомо невыгодное положение. Аналогичная ситуация и с ценами на нефть, которые могли бы

быть остановлены в своем росте в середине 2000-х, но США и Европа не предприняли никаких действий, позволив подняться России и Саудовской Аравии. Росту БРИКС в последнее десятилетие поспособствовали страны Запада, а глобальные экономические дисбалансы стали следствием не столько стремления развитых стран занимать деньги, сколько желания развивающихся стран гарантировать себе резервы на случай очередного кризиса [4].

С другой стороны, необходимо понимать, что развитые страны могут тем или иным образом повлиять на обесценение резервов БРИКС. Как и в 1971 году, они при этом ничем не рискуют – и поэтому новые богатые страны отнюдь не выглядят самодостаточными, а глобальные дисбалансы могут угрожать скорее им, чем Европе и США. Снижение курса доллара и евро может быть более чем благоприятным для их эмитентов, но чревато серьезными потрясениями для глобальной периферии.

Поддержка глобальной системы мировых и региональных балансов требует новой финансовой архитектуры и системы инфраструктурных проектов со стороны стран с периферии, обладающих мощным потенциалом. Многие эксперты считают, что заинтересованность стран БРИКС в создании подобных институтов связана со все большей их неудовлетворенностью работой финансовых организаций с западным преобладанием (Всемирный банк, МВФ). Формирование региональных финансовых организаций (например, в рамках БРИКС и других группировок) будет связано с формированием новых возможностей для экономики каждой группы стран, с выстраиванием новой глобально скоординированной экономикой в интересах всех стран, входящих в данную группу.

Таким образом, странам группы БРИКС необходимо первыми поставить вопрос о разрешении проблемы глобальных экономических дисбалансов. Первым шагом для решения данной проблемы должно стать признание, что, во-первых, дисбалансы порождены экономической политикой как стран Запада, так и стран периферии; во-вторых, в конце 1990-х и на протяжении 2000-х годов страны Запада, сохраняя свой не снижав-

шийся спрос, значительно поспособствовали развитию стран группы БРИКС; и в-третьих, государства БРИКС понимают необходимость поддержать Запад в сложном для него положении в настоящее время. Это могло бы радикально изменить отношение как развитых стран, так и всего остального мира к странам группы БРИКС как в экономическом, так и в политическом аспектах. Вторым шагом могло бы быть достижение соглашения о том, что долги западных стран могут быть использованы в счет покупки реальных активов на территории этих государств, таким образом были бы сняты существующие ограничения на инвестиции из стран БРИКС в США и Европу, долги ведущих держав резко сократились бы так же, как и резервы развивающихся, что способствовало бы ускорению экономического роста во всем мире. И наконец, в-третьих, страны БРИКС, если бы смогли добиться равноправных возможностей для инвестирования в ведущие экономики мира, стали бы естественными лидерами в глазах других периферийных стран, стремящихся добиться того же. Другими словами, странам группы БРИКС как в политическом, так и в экономическом отношении чрезвычайно важно предложить странам Запада эффективный метод разрешения современного долгового кризиса. Современные экономические дисбалансы напоминают эпоху гонки вооружений и торжества идей «гарантированного взаимного уничтожения», которое произойдет вне зависимости от того, кто первым начнет отходить от ответственной финансовой политики.

Проанализировав причины глобальных дисбалансов, можно прийти к следующим выводам их возникновения:

- правила мировой валютно-финансовой системы нечетко сформулированы и не соблюдаются (например, в современной валютной системе стандарт SDR (special drawing rights – специальные права заимствования) так и остается формальным, но не действительным);
- национальные валютные системы недостаточно регулируемы и не справляются с большим притоком капитала;
- излишние средства могут быть инвестированы в других странах без барьеров и ограничений по объему.

Затяжные глобальные дисбалансы вызывают большое беспокойство мирового сообщества и побуждают к принятию им мер по реформированию системы управления мировой экономикой. Практика показывает, что развитые страны не готовы пока идти навстречу развивающимся державам в том, что касается распределения ролей на мировой арене. Но в последнее время стало ясно, что в долгосрочном плане вес стран группы БРИКС будет увеличиваться, и в дальнейшем будет очень сложно или просто невозможно поддерживать устойчивый мировой порядок без этих ключевых держав, демонстрирующих ответственный подход к мировым событиям и процессам.

Страны БРИКС могут внести следующие предложения по преодолению макроэкономических дисбалансов, обострившихся в условиях глобального финансово-экономического кризиса.

1. Требуется реформирование международной денежной системы для стимулирования сильного, устойчивого роста и улучшения экономических результатов для всех наций.
2. Принятие международных стандартов в области макроэкономической и бюджетной политики для всех стран, включая страны резервных валют, для своевременной идентификации нарастающих дисбалансов.
3. Сформулировать и закрепить более четкие правила мировой валютно-финансовой системы и обеспечить их выполнение всеми участниками мирового хозяйства.
4. Создание наднациональной резервной валюты, эмиссия которой будет осуществляться международными финансовыми институтами, превращение SDR в признанную всем мировым сообществом «суперрезервную» валюту.
5. Расширение (диверсификация) перечня валют, используемых в качестве резервных, на основе принятия согласованных мер по стимулированию развития крупных региональных финансовых центров.
6. Страны с избыточным торговым профицитом должны позволить своим валютным курсам лучше отражать фундаментальные рыночные факторы и увеличить усилия, направленные на замену экспорта внутренним

спросом. В частности, Китай должен отказаться от политики поддержки экспортоориентированных отраслей, стимулировать внутренний спрос и остановить накопление валютных резервов.

7. Страны с крупным и устойчивым торговым дефицитом должны найти способы увеличить национальные сбережения, включая коррекцию своей бюджетной политики, которая бы ограничивала расходы бюджетов стран. США рекомендуется стимулировать рост нормы сбережения (для снижения уровня импорта) и способствовать дальнейшему обесценению доллара.

8. Необходимо укреплять финансовое регулирование и надзор, повышать эффективность, прозрачность и надежность национальных финансовых систем для увеличения способности управления и инвестирования потоков капитала.

9. Наладить диалог между группами стран, представляющими разные полюсы дисбалан-

сов в мировой экономике и финансах: странами-кредиторами и странами-должниками, профицитными и дефицитными странами через организацию форума.

10. Продолжать укреплять механизмы международного сотрудничества, включая Базельский комитет, Совет по финансовой стабильности, Процесс взаимной оценки Группы 20-ти, и вместе работать по укреплению надзора со стороны Международного валютного фонда для создания единой эффективной структуры международной экономической кооперации.

В решении вопросов глобальных экономических дисбалансов мир должен объединить усилия, так как иначе не будет победителей, а будут только проигравшие. Инициатива группы БРИКС в данной сфере была бы крайне необходимой в нынешней ситуации и вряд ли вызвала бы отторжение в мире. В случае ее реализации такой шаг заложил бы определяющий тренд в мировых финансах на ближайшие десятилетия.

Список литературы

1. Хесин Е. С. Глобальные дисбалансы: причины и проблемы коррекции // Глобальные дисбалансы и кризисные явления в мировой экономике. Часть I / Под ред. А. И. Бажана (отв. ред.) и др., Доклады Института Европы; Федеральное гос. бюджет. Учреждение науки ин-т Европы Российской акад. наук, № 288 М.: Ин-т Европы РАН; Рус. сувенир, 2013. С. 74–84.
2. Бажан А. И. Глобальные дисбалансы: содержание и формы // Глобальные дисбалансы и кризисные явления в мировой экономике. Часть I / Под ред. А. И. Бажана (отв. ред.) и др.; Доклады Института Европы; Федеральное гос. бюджет. Учреждение науки ин-т Европы Российской акад. наук, № 288. М.: Ин-т Европы РАН; Рус. сувенир, 2013. С. 8–25.
3. Латухина К. Лидеры БРИКС будут бороться с вызовами вместе. URL: <http://www.rg.ru/2015/07/10/briks.html> (дата обращения: 14.08.2015).
4. Иноземцев И. Повестка на завтра / BRICS Business Magazine. URL: <http://bricsmagazine.com/ru/articles/povestka-na-zavtra> (дата обращения: 24.09.2015).
5. Масленников А. А. Глобализация и финансовые дисбалансы в мировой экономике // Глобальные дисбалансы и кризисные явления в мировой экономике. Часть I / Под ред. А. И. Бажана (отв. ред.) и др.; Доклады Института Европы; Федеральное гос. бюджет. Учреждение науки ин-т Европы Российской акад. наук, № 288. М.: Ин-т Европы РАН; Рус. сувенир, 2013. С. 82–96.

КЛАССИФИКАЦИЯ ФАКТОРОВ НЕСТАБИЛЬНОСТИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ

INSTABILITY FACTORS CLASSIFICATION IN THE ENTERPRISE'S ACTIVITY OF SOCIAL AND CULTURAL SPHERE

УДК 658:[36:008]



БАЙКОВ Евгений Александрович

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

BAIKOV, Evgeny Alexandrovich

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



КОПЫЛОВА Надежда Николаевна

аспирантка Санкт-Петербургского университета управления и экономики, nadezhda.kopylova.1989@mail.ru

KOPYLOVA, Nadezhda Nikolaevna

Post-graduate student of the Saint-Petersburg University of Management and Economics, nadezhda.kopylova.1989@mail.ru

Аннотация.

В статье анализируются основные внешние, внутренние и специфические факторы неустойчивости деятельности предприятий в современных условиях. Обоснована классификация указанных факторов применительно к специфике хозяйствования организаций социально-культурной сферы. С учетом этого предлагаются инструменты стабилизации хозяйственной деятельности предприятий в условиях неустойчивости.

Ключевые слова: факторы неустойчивости, классификация, социально-культурная сфера, инструменты стабилизации.

Abstract.

The article analyses the major internal, external and specific factors of instability of enterprises in modern conditions. The factors' classification has been substantiated in relation to the specifics of managing organizations for social and cultural sphere. Therefore, it gives stabilization tools of economic activity of the enterprises in conditions of instability.

Key words: factors of instability, classification, social and cultural sphere, stabilization tools.

Экономическое развитие любых предприятий, в том числе и социально-культурной сферы, практически никогда не бывает стабильным. На практике все экономические системы имеют не равномерно поступательный, а циклический характер развития. Все экономические системы, организации, предприятия за период своего существования проходят этапы зарождения, роста, стабилизации или зрелости, спада. В этом, в первую очередь, уже и заключается нестабильность их функционирования в широком понимании. Но даже находясь на любом из этих этапов, деятельность каждого предприятия характеризуется определенными отклонениями от генеральной поступательной линии своего развития. Эти отклонения или колебания обуславливаются достаточно большим количеством разнообразных внешних и внутренних причин. Небольшие колебания считаются нормальным явлением и серьезных опасений у руководства предприятий, как правило, не вызывают. Повод для беспокойства возникает тогда, когда величины этих отклонений превышают принятые нормы, колебания превращаются в хронические либо они приобретают особо значимую роль с точки зрения их критичности для жизнедеятельности конкретных предприятий [1].

В связи с этим представляется настоятельно необходимым выявить полный спектр указанных внешних и внутренних причин нестабильности, привести их в систему и правильно классифицировать. Это позволит научно обосновать соответствующий комплекс контрмер и инструментов по их нивелированию и стабилизации деятельности предприятий.

При этом очень важно учесть специфику социально-культурной сферы, которая, безусловно, значительным образом влияет на хозяйственную деятельность предприятий этой сферы и, соответственно, на их стабильное функционирование в различных условиях обстановки.

Под социально-культурной сферой чаще всего понимается совокупность организаций, предприятий, учреждений, заведений и органов управления, осуществляющих производство, распределение, сохранение и

организацию потребления товаров и услуг социально-культурного и информационного назначения, обеспечивая тем самым удовлетворение социально-культурных и информационных потребностей населения.

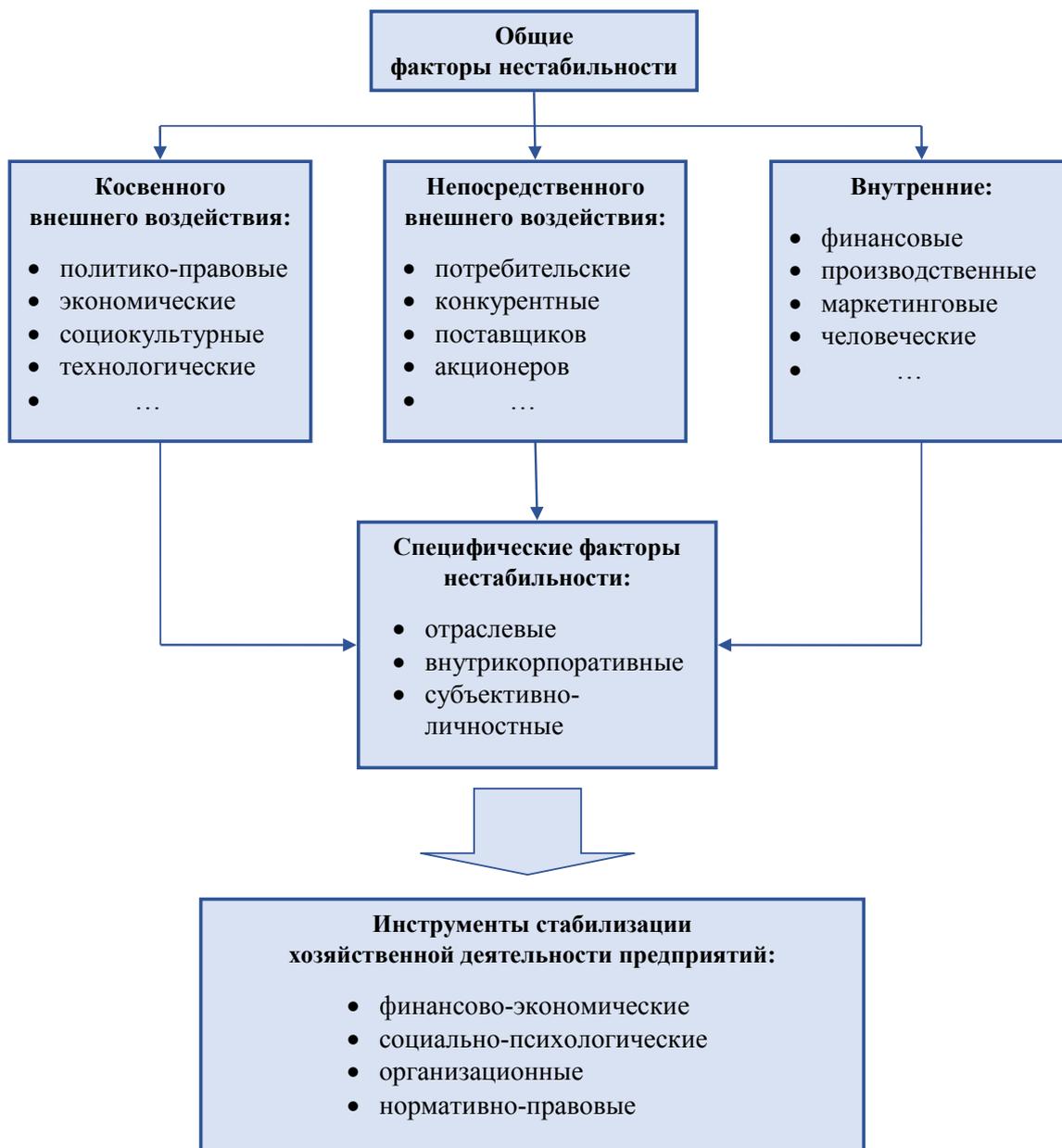
Состав социально-культурной сферы многообразен и неоднороден, по нему до сих пор нет единого толкования в научной литературе. В наиболее общем случае в состав социально-культурной сферы включают здравоохранение, социальное обеспечение, культуру и искусство, образование, туризм, гостиничный бизнес, общественное питание, бытовое обслуживание, жилищно-коммунальное хозяйство, медиаиндустрию и т. д. [2].

Указанное выше предопределяет существенные особенности и отличия социально-культурной от материально-производственной сферы. А это, в свою очередь, обуславливает особенности условий хозяйствования в социально-культурной сфере.

К основным особенностям условий хозяйствования на предприятиях социально-культурной сферы с полным основанием можно отнести:

- значительное превалирование компонента предоставления услуг над производственной составляющей;
- хозяйственная деятельность осуществляется главным образом на предприятиях среднего и малого размера, что в большинстве случаев практически исключает корпоративный уровень управления;
- сочетание в социально-культурной сфере государственных учреждений и бизнес-структур обуславливает различную степень централизации, стандартизации и творчества в процессах управления и производства;
- использование в хозяйственной деятельности предприятий социально-культурной сферы значительно большего числа качественных и субъективных показателей, чем в сфере реального производства.

С учетом ранее проведенных исследований [1; 3; 4], а также всего вышеуказанного может быть предложена следующая классификация факторов нестабильности в деятельности предприятий социально-культурной сферы (см. рисунок). В соответствии с данной



Факторы нестабильности в деятельности предприятий социально-культурной сферы

классификацией факторы нестабильности в целом могут быть подразделены на общие и специфические, обусловленные характерными особенностями социально-культурной сферы.

К косвенным факторам внешнего воздействия на предприятия могут быть отнесены политико-правовые, экономические, социокультурные, технологические, образовательные, законодательно-юридические, экологические, природные и т. п. Политическая нестабильность в мире и обществе, локальные войны и вооруженные конфликты, высокий

уровень террористической угрозы, чрезмерно жесткая налоговая политика, неэффективное антимонопольное и внешнеэкономическое законодательство – все это существенным образом может отразиться на деятельности любого предприятия. Примером неблагоприятных экономических условий могут явиться негативные тенденции изменения ВВП и ВВП, высокие ставки рефинансирования и кредитования, нестабильный курс национальной валюты, избыточное количество денег в обращении, высокий уровень инфляции и безрабо-

тицы, неэффективный контроль над ценами и т. д. Социокультурные факторы также в определенной степени могут деструктивно воздействовать на ситуацию в организации: неблагоприятная социальная и демографическая структура населения, неэффективная международная и миграционная политика, недостаточно высокий культурный и образовательный уровень населения, высокий уровень преступности и т. п. Недостаточно эффективная политика в сфере научно-технического прогресса и инноваций, недостаточные затраты на НИОКР, неэффективная защита интеллектуальной собственности, значительные сроки внедрения новых технологий и обновления идей, опасность техногенных катастроф – вот неполный перечень отрицательных воздействий на работу любого предприятия. Под образовательными факторами понимаются возможности имеющейся и перспективной образовательной системы по подготовке необходимого количества и с требуемым уровнем качества соответствующих квалифицированных специалистов. Законодательно-юридические факторы акцентируются на имеющемся и предполагаемом законодательстве, а также на соблюдении предприятием действующих законов и положений. В качестве экологических факторов имеются в виду воздействие предприятия на окружающую среду, проведение необходимых мероприятий по ее защите, а также возможные ограничения и изменения в связи с этим в его работе. Указанные факторы, имеющие негативный характер, с полным основанием также могут быть отнесены к факторам нестабильности внешней макросреды.

Изменения макросреды влияют на стратегические позиции предприятия на рынке, воздействуя на элементы микросреды – факторы непосредственного внешнего воздействия. Считается, что микросреда включает все заинтересованные группы, которые прямо влияют или находятся под непосредственным влиянием основной деятельности предприятия. Это, прежде всего, потребители (покупатели), конкуренты, поставщики, акционеры, кредиторы, профсоюзы, местные и иные организации. Большое число заинтересованных в деятельности предприятия групп создает сложности в

управлении, связанные с тем, что каждая группа использует собственные критерии оценки эффективности функционирования предприятия, оценивает деятельность его руководства с точки зрения своих интересов. В той степени, в которой заинтересованная группа не удовлетворена результатами работы предприятия, она будет оказывать давление на него с целью изменения ситуации. Все это в конечном итоге может привести к нестабильности отношений указанных сторон, явиться факторами, которые могут стать при некоторых условиях определенными угрозами для динамичного развития и процветания предприятий.

Так, например, в этом плане потребители (покупатели) могут отличаться нестабильностью спроса, резко утратить покупательную способность или лояльность продукции, выпускаемой предприятием. Определенным поставщикам могут быть свойственны несвоевременность исполнения платежей, нестабильность заказов, а конкурентам – недобросовестная конкуренция, попытки создать монопольную конкурентную среду или вести ценовые войны. Акционеры могут оказывать избыточное давление на управление предприятием либо характеризоваться чрезмерной заинтересованностью в росте дивидендов, а кредиторы – ненадежностью выполнения условий контрактов, завышенными кредитными ставками. Профсоюзы, в свою очередь, необоснованно и несогласованно с администрацией могут ужесточать требования по вопросам уровня заработной платы, стабильности занятости, условий труда и т. д.

К общим факторам нестабильности функционирования предприятий, связанным с их внутренней средой, можно отнести следующие:

- факторы финансовой нестабильности;
- факторы нестабильности производства;
- факторы нестабильности маркетинговой среды;
- факторы нестабильности, связанные с персоналом;
- факторы нестабильности, обусловленные неэффективной системой управления;
- факторы нестабильности, связанные с низкой результативностью системы НИОКР.

Финансовая нестабильность – это материальное состояние предприятия, при котором невозможна бесперебойная работа всех его подразделений, благодаря необеспеченности собственными оборотными или внеоборотными средствами. Финансовая нестабильность подразумевает неспособность организации полностью обеспечивать не только непосредственно процесс производства, но и закрывать обязательства по имеющимся кредитам и займам [5]. Исходя из этого, финансовая нестабильность является главенствующим фактором по отношению ко всем остальным, относящимся к внутренней среде, с точки зрения определяющего воздействия на всю деятельность предприятия. Ведь финансы – это важнейший критический фактор и единый индикатор любого бизнеса. Посредством финансов осуществляется интегрирование всех специализированных функциональных компонентов предприятия (производства, маркетинга, управления персоналом, НИОКР и др.) в единую, целостную и стабильно функционирующую систему. И если главный связующий фактор – финансы – будет разбалансирован, то будет дестабилизирована и вся система, даже если все остальные функциональные подсистемы будут работать идеально.

В производственной сфере к наиболее часто встречающимся факторам нестабильности могут быть отнесены, например, недогрузка производственных мощностей, чрезмерно высокие затраты на производство продукции либо услуг, невысокая квалификация производственного персонала, неурегулированность взаимоотношений с поставщиками и другими партнерами по кооперации, несовершенная организационная структура управления производством и т. п. Сфера маркетинга также может характеризоваться определенными признаками нестабильности, которые могут быть связаны с изменениями предпочтений и снижением спроса потребителей, устареванием выпускаемой продукции (услуг) либо ее узким ассортиментным рядом, неналаженной системой сбыта, неэффективной рекламой и PR-деятельностью, неиспользованием современных инструментов интерактивного маркетинга, в том числе интернет-маркетинга, и т. д.

Факторы нестабильности в сфере управления персоналом могут предопределяться неэффективной системой мотивации и стимулирования работников, неурегулированностью трудовых отношений, наличием производственных и социальных конфликтов, неблагоприятными условиями и охраной труда, высокими текучестью кадров и абсентизмом и т. п.

Специфические факторы нестабильности предопределяются спецификой конкретной отрасли, к которой относится та или иная организация, внутрикорпоративными особенностями предприятия, а также субъективными личностными характеристиками менталитета и стиля управления его руководства.

Существуют общие факторы нестабильности, свойственные при определенных условиях той или иной отрасли. Таковыми, например, могут быть:

- стагнирующее состояние отрасли и недостаточные размеры рынка;
- отсутствие перспектив роста отрасли, нахождение отрасли на спаде ее жизненного цикла;
- монополистическая структура либо чрезмерные масштабы конкуренции в отрасли;
- недостаточно высокие барьеры входа в отрасль для новых конкурентов;
- размытость ключевых факторов успеха [1].

Как уже отмечалось ранее, социально-культурная сфера включает в себя достаточно разнообразный спектр отраслей. Следовательно, каждая из них может находиться только в свойственном ей состоянии, иметь свои перспективы развития и, соответственно, определенную стадию жизненного цикла. Это в свою очередь обуславливает те возможные факторы нестабильности, которые будут специфичными только для конкретной отрасли в определенных условиях хозяйствования.

Так, с определенным допущением применительно к современным экономическим условиям можно считать, что, например, такие отрасли, как здравоохранение и образование, можно отнести к стабильно развивающимся (зрелым), медиаиндустрию и сферу IT технологий – к динамично растущим, а жилищно-коммунальное хозяйство и туризм – к

отраслям с временно застойными явлениями. Для каждой же из указанных разновидностей отраслей, связанных с их жизненным циклом, будут характерны специфические факторы нестабильности. Специфика той или иной отрасли также предъявляет свои требования к ключевым факторам успеха в ней. Так, в качестве таких факторов успеха могут выступать высококвалифицированный персонал (например, в здравоохранении, образовании), разветвленная сбытовая сеть (в торговле, фармацевтике), инновационные и креативные технологии (в сфере IT и медиаиндустрии), благоприятный имидж (банковский сектор и туризм). Соответственно, при отсутствии ключевых факторов успеха либо их размытости у предприятий отрасли возможны серьезные проблемы с точки зрения стабильности их функционирования.

Внутрикорпоративные факторы нестабильности связаны, как правило, с существенными проблемами в корпоративной (организационной) культуре предприятия. Как известно, корпоративная культура является высшей формой организационной культуры. Все предприятия обладают организационной культурой (речь только может идти о той или иной степени ее развития, сильная она или слабая), но не все предприятия могут обладать корпоративной культурой. Сила или слабость корпоративной культуры проявляется, прежде всего, в ее составных элементах: культуре организации труда и производства; культуре условий труда; культуре управления; культуре управленческого общения; культуре взаимоотношений с клиентами, деловыми партнерами и акционерами; корпоративной этике; корпоративной коммуникационной культуре и этикете; фирменном стиле и стиле одежды. Каждый из указанных структурных элементов корпоративной культуры имеет свое самостоятельное значение, может при определенных условиях явиться фактором нестабильности и играет тем самым существенную роль в стабильном развитии практически любой организации. Важность сильной корпоративной культуры для успешного функционирования фирмы сегодня признана во всем цивилизованном мире. Все преуспевающие компании

без исключения создали и поддерживают у себя ярко выраженные организационные культуры, наиболее соответствующие целям и ценностям компании и четко отличающие одну фирму от другой.

Специфичность корпоративных (организационных) культур, определяемых особенностями отрасли, проявляется также и в социально-культурной сфере. Этим предприятиям, как представляется, присущ целый ряд общих характерных особенностей, которые самым непосредственным образом обуславливают специфику их корпоративной культуры. Например, в медиаиндустрии к таким особенностям, в частности, можно отнести следующие:

- организационная структура многих предприятий строится не на принципах классической иерархии, а на принципах командного менеджмента, предусматривающих создание значительного числа управленческих и самоуправляемых команд;
- творческий и относительно свободный характер работы большинства сотрудников предприятий;
- необходимость использования работников, в подавляющем числе имеющих высокий профессиональный, интеллектуальный и образовательный уровень, творческий склад ума;
- конечный результат деятельности, как правило, увязывается с реализацией конкретных проектов, а не определенных временных плановых показателей [6].

Эти особенности, как видно, предопределяют специфичность корпоративных культур предприятий социально-культурной сферы и, следовательно, особым образом проявляются во внутрикорпоративных факторах нестабильности.

Субъективно-личностные факторы нестабильности определяются прежде всего менталитетом и стилем управления руководителей предприятий. На практике мы знакомы с массой примеров, когда высокие нравственные и духовные качества, интеллект и талант, грамотный стиль управления отдельных известных руководителей самого высокого ранга позволяли обеспечивать успех и победы в самых невероятных и сверхтяжелых ситуациях. Вместе с тем широко известны и такие харак-

терные черты отдельных представителей российской «руководящей элиты», к сожалению, в том числе и в социально-культурной сфере, как: отсутствие нравственных императивов, умение урвать, нахальство, игнорирование правил игры, умение камуфлировать личные и групповые интересы, имитация «служения обществу», жестокость, беспринципность, наглость, беспощадность, изворотливость и пр. [7]. Вполне очевидно, что руководитель организации, обладающий определенным набором из таких качеств, с большой долей вероятности обрекает свое предприятие в определенной перспективе в лучшем случае на разбалансированную и нестабильную работу, а в худшем – на неуспех или недолговечное существование.

Таким образом, факторы нестабильности деятельности предприятий социально-культурной сферы могут быть классифицированы в общем плане на факторы косвенного и непосредственного внешнего воздействия, внутренние, а также специфические. Более

подробная детализация указанных групп факторов в соответствии с приведенной классификацией дает возможность выявить те из них, которые будут свойственны определенному предприятию в конкретной отрасли, определить представляющие наибольшую угрозу и требующие первостепенного противодействия. Всесторонний анализ общих и специфических факторов нестабильности, присущих тому или иному предприятию, позволит обосновать комплекс соответствующих мер и инструментов, который обеспечит предотвращение или противодействие им в целях стабильной и эффективной деятельности предприятия в целом. Такой комплекс, очевидно, должен включать финансово-экономические, социально-психологические, организационные и нормативно-правовые составляющие. Только системный подход к решению вопросов эффективного функционирования предприятий в условиях нестабильности позволит им успешно действовать и процветать в современной рыночной экономике.

Список литературы

1. Байков Е. А. Стратегическое управление предприятиями в условиях нестабильности. Стратегии. Планы. Дорожные карты: Монография. Saarbrücken (Deutschland): LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014.
2. Фролова Т. А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса... URL: http://www.aup.ru/books/m204/1_4.htm (дата обращения: 15.11.2015).
3. Байков Е. А. Организация стратегического планирования на предприятиях сферы услуг в условиях нестабильности // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2013. № 3(173). С. 98–102.
4. Байков Е. А., Морцагина Н. А. Экономические причины интеграции предприятий в современных условиях хозяйствования // Петербургский экономический журнал. 2015. № 3. С. 16–23.
5. Финансовая стабильность, ее критерии и классификация. URL: <http://all-about-investments.ru/finansovaya-stabilnost-ee-kriterii-i-klassifikaciya.html> (дата обращения: 15.11.2015).
6. Байков Е. А., Константинова Д. Г. Применение технологий командного менеджмента в интересах повышения эффективности деятельности предприятий медиаиндустрии // Петербургский экономический журнал. 2014. № 4. С. 38–44.
7. Тоценко Ж. Т. Социология. Общий курс. М.: Прометей; Юрайт-М, 2001.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ТВОРЧЕСКИХ ИНИЦИАТИВ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ

STATE SUPPORT OF CREATIVE INITIATIVES OF ORGANIZATIONS OF CULTURE

УДК 351.85 (470)



БАРСУКОВ Дмитрий Петрович

проректор по учебной работе Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, заведующий кафедрой государственного и муниципального управления, доктор экономических наук, профессор, barsdp@yandex.ru

BARSUKOV, Dmitry Petrovich

Vice-rector for educational work of the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Head of the Public Administration and Municipal Management Department, Doctor of Economic Sciences, Professor, barsdp@yandex.ru



НОСКОВА Надежда Александровна

старший преподаватель кафедры государственного и муниципального управления Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, raccoony2006@mail.ru

NOSKOVA, Nadezhda Alexandrovna

Senior Lecturer of the Public Administration and Municipal Management Department of the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, raccoony2006@mail.ru

Аннотация.

В статье определена роль организаций сферы культуры в формировании человеческого капитала. Рассмотрен процесс становления организаций сферы культуры полноценными участниками общественных отношений в условиях рыночной экономики. Проведен содержательный анализ государственных инструментов поддержки культурно-творческих инициатив организаций сферы культуры. В статье приведены примеры применения государственных инструментов поддержки организаций культуры. Определены потенциальные возможности развития организаций сферы культуры.

Ключевые слова: сфера культуры, творческие инициативы, организации сферы культуры, государственная культурная политика.

Abstract.

The article defines the role of organizations of culture in the human capital formation. It considers the process of formation of cultural organizations to full-fledged participants of social relations in a market economy. It analyzes substantively the state tools to support cultural and creative initiatives in the sphere of culture. The article gives examples to apply instruments of state support of cultural organizations. And it identifies potential opportunities for development of organizations in the sphere of culture.

Key words: the field of culture, creative initiatives, organizations in the sphere of culture, the state cultural policy.

Переход к инновационному типу хозяйствования в экономике происходит во всех странах мира. Особую роль в таких условиях начинают играть традиционно экономически неэффективные сферы хозяйственной жизни, в том числе и сфера культуры, которые формируют человеческий капитал, являющийся основой инновационной экономики. В формирующихся хозяйственных отношениях возникает необходимость разработки и применения государственных инструментов, стимулирующих деятельность организаций сферы культуры.

В 2014 году за культурой впервые законодательно был закреплен статус важнейшего национального ресурса, что доказало насущную необходимость разработки государственных инструментов стимулирования культурно-творческой деятельности организаций сферы культуры.

В России традиционно сложился подход, определяющий важнейшую роль государства в формировании национального культурного пространства, который заключается в следующем:

- повышение доступности культурных услуг для всего населения страны;
- создание благоприятной культурной сферы, способствующей творческому развитию личности, повышению человеческого капитала общества;
- сохранение и развитие полиэтнического и поликонфессионального культурного наследия народов России как основы культурной идентичности и единства российского общества;
- совершенствование нормативно-правовой базы системы охраны и использования культурного наследия и т. д.

Сфера культуры объединяет деятельность по сохранению объектов культурного наследия, развитию библиотечного, музейного, архивного дела, поддержке и развитию исполнительских искусств, кинематографии, изобразительного искусства, сохранению нематериального культурного наследия народов РФ и развитию традиционной народной культуры, усилению притягательности российской культуры для соотечественников, проживающих за рубежом, представителей других культур и конфессий.

Сферу культуры с точки зрения ее экономического значения можно рассматривать в двух аспектах. Первый – представляет собой деятельность, направленную на создание определенного культурного продукта – картин, музыки, спектаклей, фильмов, который может продаваться и покупаться, а значит, выступать в качестве товара. Второй аспект состоит в непосредственном влиянии потребления этих продуктов на нравственный и духовный облик индивида, на формирование у него позитивного отношения к окружающему миру, культурного поведения в общественной деятельности. При этом реальное влияние услуг сферы культуры и искусства на материальное производство проявляется в формировании человеческого капитала, который включает в себя врожденные задатки и талант, приобретенную квалификацию, способствующие развитию качеств, превосходящих его природные способности. По определению Г. Беккера, человеческий капитал есть мера воплощенной в человеке, как объекте инвестиций, способности приносить доход в процессе творческой экономической деятельности [1].

При этом не оставляет сомнений тот факт, что к продуктам, создаваемым в этой сфере, нельзя относиться как к традиционным товарам и материальным ценностям, так как в большинстве своем это невозпроизводимые блага. Именно этим можно объяснить тот факт, что рынок и сфера культуры долгое время относились друг к другу, основываясь на принципе взаимоотношения. Таким образом, деятельность в сфере культуры традиционно считалась неприбыльной, неэффективной и основывалась лишь на государственном финансировании.

Представление о том, что сфера культуры является одним из видов хозяйственной деятельности, возникло в экономической науке сравнительно недавно. Классическая экономическая наука практически не уделяла внимания экономике культуры как особой отрасли научного знания. Данное обстоятельство обуславливалось тем, что первоочередной задачей экономистов являлось решение вопроса о приумножении материального достатка общества.

Значительное влияние на развитие представлений экономистов о роли культуры в экономике оказали работы представителей немецкой исторической школы и особенно социально-правовой школы, которые доказывали, что экономические законы напрямую зависят от культурных и исторических обстоятельств в жизни общества.

Первые труды, посвященные конкретно экономике культуры, появились в 1966 году. Основателем экономики культуры принято считать нобелевского лауреата Уильяма Баумоля, который совместно с Уильямом Боуэном опубликовал работу «Исполнительские искусства: экономическая дилемма» [2].

Тем не менее и сегодня экономика культуры остается все еще не вполне устоявшимся направлением в экономической науке. Остается множество нерешенных проблем даже принципиального характера, поскольку слишком своеобразен и сложен предмет исследования.

Культура в составе отраслей общественной деятельности является самостоятельной сферой со своей спецификой. Ее отличает, во-первых, создаваемый культурно-творческий продукт, который удовлетворяет особую группу человеческих потребностей – культурных. Во-вторых, ее отличает способ удовлетворения потребностей как со стороны субъекта, так и объекта воздействия, который и является главным отличием трудового процесса в отрасли.

Как сфере человеческой деятельности, культуре присущи уникальность, неповторимость и невещественность результатов труда. Культура интегрирует самую образованную и одаренную часть трудовых ресурсов. Наряду с наукой она оказывает и непосредственное влияние на формирование трудовых ресурсов в обществе.

На современном этапе развития организаций сферы культуры возникает ситуация между тенденциями к централизации культурной деятельности со стороны государства и ее демократизации, которую требуют неправительственные организации. Однако вмешательство правительственных органов в организацию деятельности учреждений культуры зачастую просто необходимо. Без государственной поддержки данные организации

не могут выдержать тех или иных трудностей, не только финансовых, но и правовых, политических. Также государственная культурная политика направлена на соблюдение главного конституционного права гражданина: свободный доступ к культурным услугам (ст. 44) [3]. Вместе с тем государственное вмешательство может создать угрозу зависимости культурной деятельности от власти, от правящих кругов, что может привести к деформации культурной жизни.

В условиях развития рыночных условий хозяйствования функции регулирования деятельности организаций сферы культуры переданы рыночным рычагам и механизмам. Однако нормативно-правовые нормы и правила неизменно корректировали рыночную среду. В дополнение сформировались государственные органы, институты и формы регуляции культурной жизнедеятельности. В каждом обществе государство в том или ином объеме поддерживает сферу культуры как через бюджетное финансирование, так и через нормативно-правовое и административное регулирование. Государственные органы обязаны совершенствовать систему социальных, организационно-правовых и экономических гарантий развития культуры и искусства, создавать необходимые условия для приобщения граждан к национальному и мировому культурному наследию, выделять необходимое финансирование, обеспечивать проведение научных исследований в области культуры, подготавливать квалифицированные кадры, создавать гарантии и стимулы для художественного творчества, сохранения традиций культуры, использования достижений культуры.

Таким образом, на современном этапе развития общества организации сферы культуры осуществляют свою деятельность во взаимодействии рыночных и государственных инструментов регулирования, тем самым образуя эффективный механизм функционирования.

В этой связи можно выделить три группы учреждений культуры в зависимости от степени их включения в рыночную экономику.

Первая группа – объекты культурного наследия и науки, которые не могут быть объектом рыночных отношений в силу их высокой соци-

альной значимости, невозпроизводимости и необходимости сохранения для последующих поколений (памятники культуры, музейные и архивные фонды, народное творчество, экспериментальные виды искусства и т. д.).

Вторая группа – организации и учреждения культуры и искусства, входящие в зону ограниченного действия рыночных отношений, чьи услуги обеспечивают гарантированные государством стандарты (нормы) культурного потребления и, как следствие, предоставляются населению бесплатно или на льготной основе. Однако данные организации имеют возможность получения дополнительных доходов за счет предпринимательской деятельности. К таким организациям относятся: организации исполнительного искусства, культурно-массовые и культурно-досуговые учреждения и т. д.

Третья группа – организации, входящие в сферу коммерческих отношений. Их доходы полностью формируются за счет коммерческой деятельности. К ним относятся: организации аудиовизуальной сферы, шоу-бизнеса, печатные и экранные средства массовой информации и прочее.

Границы между этими группами организаций культуры подвижны и могут смещаться в результате проводимой культурной политики государства, исторических и национальных культурных традиций, потребительских предпочтений населения, уровня жизни и платежеспособного спроса и т. д.

Согласно данным Российского статистического ежегодника, в сфере культуры за последние пять лет наблюдается значительный рост ряда показателей деятельности всех вышеперечисленных организаций культуры. Такому положительному тренду способствует применение государственных инструментов стимулирования творческих инициатив сотрудников организаций культуры.

Основными инструментами, формирующими механизм государственной поддержки творческих инициатив организаций сферы культуры, являются:

- гранты Президента Российской Федерации для поддержки творческих проектов общенационального значения в области культуры и искусства;

- государственные стипендии для выдающихся деятелей культуры и искусства, а также талантливых молодых авторов литературных, музыкальных и художественных произведений;

- гранты Президента Российской Федерации в области культуры и искусства;

- гранты в форме субсидий для поддержки инновационных проектов в области современного искусства;

- государственная поддержка (гранты) театрам, находящимся в ведении субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, а также независимым театральным коллективам;

- стипендии Правительства Российской Федерации для молодых деятелей культуры и искусства;

- государственная поддержка (гранты) музыкальным организациям, созданным субъектами Российской Федерации и муниципальными образованиями, а также независимым музыкальным коллективам;

- премии Правительства Российской Федерации в области культуры;

- поддержка малого и среднего предпринимательства в области культуры.

В приведенной ниже таблице раскрыты содержательные особенности инструментов государственной поддержки творческих инициатив организаций сферы культуры.

Проанализировав систему государственных инструментов, обеспечивающих поддержку культурно-творческих инициатив организаций культуры, можно сделать вывод о том, что во всех областях сферы культуры разработаны меры государственной поддержки, представляющие собой систему грантов, премий, стипендий.

Основными ресурсами организаций культуры являются творческие работники. Обеспечение их благоприятными условиями труда позволит реализовать их культурно-творческий потенциал. Государственная поддержка творческих работников, работников культуры предусматривает реализацию органами государственной власти области следующих мер:

- стимулирование деятельности творческих работников, работников культуры посредством организации выставок, фестива-

Инструменты государственной поддержки творческих инициатив [4]

Инструмент	Цели применения инструмента	Содержательные приоритеты
Гранты Президента Российской Федерации для поддержки творческих проектов общенационального значения в области культуры и искусства	Содействие сохранению и распространению достижений отечественной культуры, приобщение к культурным ценностям различных слоев населения, поддержание традиций многонациональной культуры народов Российской Федерации	Конкурсные проекты должны иметь общенациональное и общекультурное значение в формировании единого культурного пространства. Запрашиваемый объем финансирования проекта может составлять не более 1 млн руб.
Государственные стипендии для выдающихся деятелей культуры и искусства, а также талантливых молодых авторов литературных, музыкальных и художественных произведений	Содействие созданию новых произведений литературы, кинематографии, дизайна, архитектуры, изобразительного, декоративно-прикладного, музыкального, театрального, циркового, а также исполнительского и других видов искусства	Творческие заявки отбираются профильными творческими союзами на основе конкурса, по итогам которого Минкультуры России заключает соглашения о выделении средств для выплаты указанных стипендий не чаще 1 раза в год. Государственные стипендии присуждаются лицам, являющимся гражданами России, на срок от 1 до 3 лет
Гранты Президента Российской Федерации в области культуры и искусства	Развитие и стимулирование культурно-творческого потенциала	Премии присуждаются ежегодно за наиболее талантливые, отличающиеся новизной и оригинальностью произведения культуры и искусства, получившие общественное признание и являющиеся значительным вкладом в культурное наследие Российской Федерации, за просветительские проекты, приумножающие нравственное богатство российской культуры. Выдвигаемые на соискание премий работы должны быть реализованы на практике (опубликованы либо обнародованы иным способом) не менее чем за год до начала приема заявок. Лауреат премии имеет право повторно выдвигаться на соискание премии не ранее чем через пять лет
Стипендии Правительства Российской Федерации для молодых деятелей культуры и искусства	Сохранение и развитие культуры в регионах Российской Федерации, стимулирование творческой деятельности молодых деятелей культуры и искусства, расширение практики привлечения их к работе в местных учреждениях культуры	Назначение и выплата стипендий (20 000 руб. в месяц) осуществляется по результатам конкурсного отбора кандидатов сроком на 1 год и может производиться не более 3 раз в отношении 1 кандидата до достижения им 35 лет
Гранты в форме субсидий для поддержки инновационных проектов в области современного искусства в рамках реализации Федеральной целевой программы «Культура России (2012–2018 годы)»	Поддержание и развитие творческих институций, ориентированных на поиск и эксперимент, применение современных мультимедийных технологий в творческом процессе, продвижение инновационных проектов в области современного искусства	Размер одного гранта составляет 2 млн руб. Ключевым критерием является творческое своеобразие, художественная целостность, актуальность и творческий потенциал проектов, предоставляемых некоммерческой организацией

лей и иных мероприятий в области культуры и искусства;

- финансовое содействие деятельности творческих работников;
- поощрение творческих работников за достижения в области культуры и искусства;
- предоставление творческим работникам премий и грантов Правительства за достижения в области культуры и искусства и т. д.

Особое внимание государственные и региональные органы власти уделяют творческому развитию детей и молодежи. Государственная поддержка одаренных детей и талантливой молодежи в области культуры и искусства предусматривает реализацию органами государственной власти области следующих инструментов:

- организация выставок и конкурсов в области культуры и искусства с целью выявления одаренных детей и талантливой молодежи;
- предоставление одаренным детям и талантливой молодежи грантов, стипендий и премий;
- проведение творческих смен и семинаров при организации отдыха и оздоровления одаренных детей;
- направление одаренных детей и талантливой молодежи на межрегиональные, всероссийские и международные выставки и конкурсы в области культуры и искусства и т. д.

Так, в 2014 году была расширена поддержка театральных инициатив для детей во всех программах, включая поддержку новых театральных постановок, проектов молодых режиссеров, гастрольной деятельности, в том числе фестивалей детских спектаклей. В рамках Национальной театральной премии «Золотая маска» впервые проведена специальная программа «Детский уик-энд», представляющая лучшие спектакли для детей из регионов России.

Департаментом государственной поддержки искусства и народного творчества Министерства культуры РФ в 2014 году были разработаны специальные программы для театрально-зрелищных организаций с целью приобщения детей к культурным ценностям РФ.

Одним из самых действенных механизмов государственной поддержки творческих инициатив организаций культуры является система адресной поддержки, выражаемая в формах грантов, стипендий, премий. По итогам 2014 года в виде грантов и стипендий была предоставлена следующая поддержка региональным театральным и музыкальным организациям и коллективам, отдельным деятелям культуры и искусства (рисунок).

Учреждение указанных грантов обусловлено необходимостью качественного обновления репертуарного предложения театральных и музыкальных коллективов, расширения географии гастролей, обеспечения приобщения к культурным ценностям и благам вне зависимости от межрегиональных различий. Основой достижения поставленных целей является творческий потенциал и творческая инициатива работников организаций культуры, реализации которого способствуют государственные гранты и стипендии.

Государственная поддержка творческих инициатив нашла свое отражение в появлении нового (инновационного) для России направления создания спектаклей для самых маленьких: от шести месяцев до трех лет – Проект «Бэби Lab»¹.

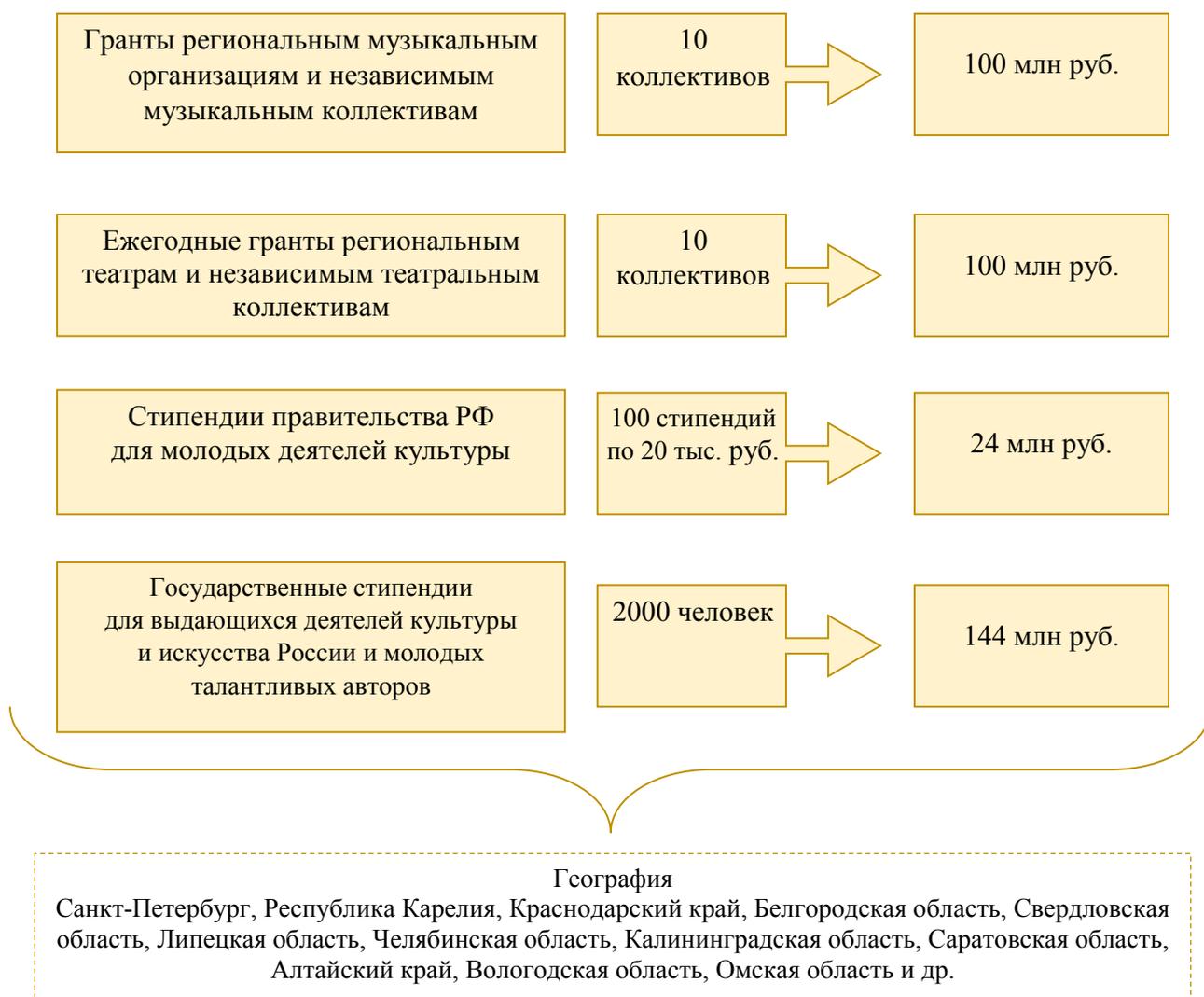
Для молодых российских деятелей культуры и искусства были учреждены 100 государственных стипендий с целью обеспечения возможности работы в различных регионах. Стипендии призваны стимулировать творческую деятельность и содействовать расширению практики привлечения молодых специалистов к работе в учреждениях культуры и искусства, находящихся в ведении субъектов Российской Федерации.

В области литературы государство также оказывает поддержку совместно с некоммерческими фондами, а также с коммерческими организациями.

Среди премий государственного уровня – Премия Президента Российской Федерации в области литературы и искусства за произведения для детей и юношества, которая учреждена в 2014 году.

Наряду с государственными существуют и общественные литературные премии, учреж-

¹ ООО «Домик Фанни Белл» <http://babystage.ru/>



Адресная поддержка организаций и деятелей культуры и искусства в РФ в 2014 году [5]

даемые профессиональными союзами, общественными фондами и организациями.

Так, в 2005 году Фондом развития «Институт евразийских исследований» совместно с Фондом «Президентский центр Б. Н. Ельцина» учрежден международный литературный конкурс «Русская Премия» с целью сохранения и развития русского языка как уникального явления мировой культуры и поддержки русскоязычных писателей мира. По оценкам экспертного сообщества, «Русская Премия» входит в пятерку самых престижных российских литературных премий.

Всероссийская литературно-художественная премия «Золотой венец Победы» учреждена Центральным музеем Великой Отече-

ственной войны и присуждается за лучшее произведение литературы и искусства о Великой Отечественной войне и на военно-патриотическую тему.

Существуют и специальные поэтические премии, среди которых Российская национальная премия «Поэт», учрежденная в 2005 году Обществом поощрения русской поэзии совместно с РАО «ЕЭС России», а также Поэтический конкурс «Юные поэты Москвы», организованный Московским гуманитарным университетом при поддержке департамента образования Москвы в целях поощрения поэтического творчества московских школьников и возрождения лучших традиций отечественной литературы.

Активную поддержку творческих инициатив наравне с государством оказывают профессиональные творческие союзы. Творческие союзы Российской Федерации – общественные организации, осуществляющие свою деятельность на основе уставов и в рамках действующего законодательства.

Творческие союзы Российской Федерации в 2014 году насчитывали более 50 разнообразных общественных структур, которые представляли собой различные формы организации (союзы, ассоциации, общества, сообщества, объединения, гильдии, советы) и объединяли деятелей искусства и культуры нашей страны.

В 2014 году Союз театральных деятелей России провел VIII Международную летнюю театральную школу для молодых артистов из русских театров стран СНГ и Балтии.

Союз дизайнеров России в 2014 году организовал серию общероссийских конкурсов дизайнеров, всероссийских фестивалей, Международный фестиваль «Арт-пространство – Амур» («Благовещенск»), V Международную биеннале «Балтийский дизайн 2014» Калининград и др.

Российская Ассоциация реставраторов (НП «Росрегионреставрация») в 2014 году выступила организатором V Всероссийской конференции «Сохранение и возрождение малых исторических городов и сельских поселений: проблемы и перспективы (г. Торжок, Тверская область)». Инновационной инициативой стала разработка масштабного образовательного проекта «Школа наследия», предлагающего на бесплатной основе широкий спектр лекций по истории, реставрации и эксплуатации памятников, подготовленных ведущими специалистами в сфере изучения и сохранения архитектурного наследия (запущен весной 2015 года).

Культурно-творческими инициативами в музейном деле, реализованными при поддержке государства в 2014 году, являются новые подходы к пространственной организации музейно-выставочной деятельности. Одной из наглядных и доступных для широкого круга населения форм представления нематериального культурного наследия становятся этно-

графические музеи под открытым небом. Об этом ярко свидетельствуют проекты 2014 года, представленные на фестивале «Интермузей». Посетителей таких музеев в интерактивной форме приобщают к народным традициям и ремеслам в условиях, максимально приближенных к аутентичным. Подобная практика существует в музее-заповеднике «Кижы», музее деревянного зодчества «Малые Корелы» (Архангельск), Музее народного деревянного зодчества «Витославицы» (Новгород), Музее-заповеднике «Старина Сибирская» в пос. Большеречье Омской области и др.

В сфере кинематографии с 2010 года по настоящее время отмечена увеличивающаяся тенденция поддержки инициатив начинающих кинематографистов. С 2010 года активную поддержку, помимо Министерства культуры РФ, оказывает Фонд социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии (Фонд кино). Фонд кино утверждает премии и стипендии, пособия и гранты, а также оказывает иные виды финансовой поддержки кинематографистам. В соответствии с указанным постановлением Минкультуры России предоставляет организациям кинематографии субсидии на финансовое обеспечение и (или) возмещение расходов, связанных с производством, прокатом, показом и субтитрованием фильмов для детей и юношества, дебютных, авторских и экспериментальных игровых национальных фильмов, национальных фильмов социально значимой тематики, телевизионных сериалов, киножурналов, документальных, научно-популярных и анимационных национальных фильмов, с проведением конференций, семинаров, выставок, кинопремий, мастер-классов, сценарных конкурсов, кинофестивалей, показов зарубежных фильмов на территории Российской Федерации, а также с продвижением национальных фильмов, в том числе путем участия в международных кинофестивалях, кинорынках и кинонеделях [8]. Одним из положительных показателей развития отечественного кино является число полнометражных дебютов – их в 2014 году насчитывается более двух десятков.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о наличии разнообразных инструмен-

тов государственной поддержки творческих инициатив во всех отраслях сферы культуры. Их активное использование обеспечивает достижение основополагающих стратегических целей культурной политики страны, а именно:

создание и сохранение единого культурного пространства; благоприятной культурно-творческой среды для потребления культурных услуг всеми слоями общества; укрепление позитивного образа РФ в мировой культуре и т. д.

Список литературы

1. Клищ Н. Н. Повышение результативности деятельности государственных служащих: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Клищ Николай Николаевич. М., 2006.
2. Baumol W., Bowen W. Performing Arts: the Economic Dilemma. Cambridge. London: MIT, 1968.
3. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ).
4. Министерство культуры РФ. Государственный доклад о состоянии культуры в Российской Федерации в 2014 году. URL: <http://www.mkrf.ru> (дата обращения: 20.10.2015).
5. Департамент государственной поддержки искусства и народного творчества Министерства культуры РФ. URL: http://mkrf.ru/ministerstvo/departament/list.php?SECTION_ID=19299 (дата обращения: 20.10.2015).
6. Административная реформа в России: научно-практическое пособие / Под ред. С. Е. Нарышкина, Т. Я. Хабриевой. М.: Инфра-М, 2013. 281 с.
7. Евменов А. Д., Данилов П. В. Проблемы и перспективы инновационного развития сферы культуры // Экономика качества. 2013. № 3. С. 59–63.
8. Распоряжение Комитета по культуре Правительства Санкт-Петербурга от 20.04.2015 № 120 «О мерах по реализации постановления Правительства Санкт-Петербурга от 20.03.2015 № 283».
9. Чеснова О. А. Сущностные особенности и расширение понятия сферы культуры в условиях становления постиндустриального общества // Петербургский экономический журнал. 2013. № 1(1). С. 25–29.

ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ КИНЕМАТОГРАФИИ В СТРАНАХ СЕВЕРНОЙ АМЕРИКИ

FEATURES OF STATE REGULATED CINEMATOGRAPHY IN NORTH AMERICA

УДК 338.24



ДАНИЛОВ Павел Вячеславович

доцент кафедры продюсирования кино и телевидения Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент, kit.producer@gmail.com

DANILOV, Pavel Vyacheslavovich

Associated Professor of the Producing Business of Film and Television Department, Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Associated Professor, kit.producer@gmail.com



РТИЩЕВА Татьяна Валерьевна

доцент кафедры продюсирования и управления в социально-культурной сфере Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент, rtisheva_tatyana@mail.ru

RTISHCHEVA, Tatiyana Valerievna

Associate Professor of the Producing Business and Management in Social and Cultural Sphere Department, the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, rtisheva_tatyana@mail.ru

Аннотация.

В статье представлен аналитический обзор методов государственного регулирования национальных кинематографий в США и Канаде. Исследуются основные тенденции развития киноотраслей в этих странах. Предлагаются направления использования их положительного опыта в практической деятельности организаций кинематографии в Российской Федерации.

Ключевые слова: кинематография, управление, отраслевое управление, государственное регулирование.

Abstract.

The article presents an analytical overview of the methods of state regulation of national cinematography in the United States and Canada. We study the main trends in the film industry in these countries. It offers the ways to use the positive experience in the practical activities of the organizations of cinematography in the Russian Federation.

Key words: cinematography, management, branch management, government regulation.

Несмотря на то, что большинство отраслевых бизнес составляющих современной сферы культуры, в том числе и кинематография, реализуют экономическую функцию и вносят свой вклад в ВВП стран, органы государственного управления играют важную роль в создании благоприятной среды для предпринимательской деятельности и в укреплении партнерских отношений между авторами и предпринимателями. Особое значение государственное регулирование развития сферы культуры имеет для киноиндустрии, так как кинопроизводство является достаточно финансово емкой и рискованной формой бизнеса. Кроме этого, проблема роста доходности кинопроизведений усугубляется постоянно растущим доминированием голливудских студий мейджоров – крупнейших в мире экспортеров кино и развлечений. Несмотря на высокую доходность североамериканского кино, необходимость диверсификации кинопродуктов, развития киноязыка и национальной культуры в целом, а также для снижения рискованности отечественных кинопредпринимателей и развития территорий органы государственного управления США и Канады так же, как и ряд других стран мира, оказывают регулирующее воздействие на киноиндустрию. Исследование положительных результатов такого опыта, по нашему мнению, будет способствовать поиску рациональных решений, способствующих интенсификации развития кинематографии Российской Федерации.

Отметим, что кинорынок США и Канады рассматривается североамериканскими продюсерами для целей анализа эффективности собственной деятельности как единое целое, для чего он определяется как мировая кинематографическая зона NA – North America. Тем не менее в этих странах используются различные подходы к государственному регулированию национальных кинематографий. В этой связи в данной статье будет представлен аналитический обзор принципов государственной поддержки кинематографии отдельно по Канаде и США.

КАНАДА

Для анализа особенностей и эффективности государственного регулирования развития кинематографии Канады целесообразно перво-

начально изучить основные показатели развития отрасли, представленные в таблице 1.

Отметим, что из таблицы 1 следует вывод о развитии ряда негативных тенденций в анализируемой отрасли. Так, в 2014 году произошло сокращение валовых кинотеатральных сборов на 7,55%, прямо связанное с уменьшением числа посещений зрителями на 4,58% и цены одного посещения на 2,88%. Данная тенденция, как нам представляется, прямым образом исходит из трансформации удельного веса потребления кинематографических продуктов в общей структуре расходов домашних хозяйств из-за снижения общего уровня их доходности. Действительно, при росте числа кинозалов в Канаде в 2014 году на 76 шт., то есть при расширении потенциальной возможности кинопросмотра, общее число посещений киносеансов на душу населения сократилось до 3,5 раз, что свидетельствует о снижении интереса аудитории к данному виду проведения досуга. Одновременно с этим в указанный период наблюдается и снижение такого показателя, как ВВП на душу населения, что также свидетельствует о развитии дефицита денежных средств, которые граждане могут потратить на развлечения и, следовательно, о начале периода экономии.

Подтверждением развития кризисных тенденций канадской кинематографии выступает также сокращение производимых в этой стране кинофильмов, общее число которых сократилось с 116 шт. в 2010 году до 84 шт. в 2013. В то же время существенный рост удельной доли национального кино в кинотеатральном прокате обусловлен значительными валовыми сборами кинофильма «Железный человек 3» [3], совместного производства США и Канады, классифицируемого статистическими службами как национальная канадская кинопродукция. При этом даже удельную долю национального кинематографа в общей структуре кинопроката в 2014 году следует признать ничтожной. Так, в Российской Федерации в аналогичном периоде времени значение данного показателя находилось на уровне 18,4% [3], что было признано Минкультуры РФ, специалистами Фонда кино и практикующими продюсерами, как неудовлетворительный результат.

Таблица 1
Основные показатели развития кинематографии Канады

Наименование показателя	2010	2011	2012	2013	2014
Население (млн чел.)	34,1	34,4	34,8	35,2	35,5
рост (%)		0,88	1,16	1,15	0,85
ВВП на душу населения (амер. долл.)	45 888	51 147	50 826	51 871	50 576
рост (%)		11,46	-0,63	2,06	-2,50
Валовые кинотеатральные сборы (млн амер. долл.)	884	1000	990	1 092	1 009,6
рост (%)		13,12	-1,00	10,30	-7,55
Посещения (млн зр.)	108	105	105	131	125
рост (%)		-2,78	0,00	24,76	-4,58
Средняя стоимость кинобилета (амер. долл.)	7,92	9,5	9,5	8,34	8,1
рост (%)		19,95	0,00	-12,21	-2,88
Число посещений на душу населения	3,21	3,1	3,1	3,8	3,5
рост (%)		-3,43	0,00	22,58	-7,89
Количество экранов	2833	2 749	2 885	3 031	3 107
рост (%)		-2,97	4,95	5,06	2,51
Произведено полнометражных игровых фильмов	116	100	99	84	н/д
рост (%)		-13,79	-1,00	-15,15	-
Доля национальных фильмов в прокате (%)	1,3	0,4	0,1	0,1	1,2
рост (%)		-69,23	-75,00	0,00	1100,00

Примечание: таблица составлена авторским коллективом по данным [1–3].

По нашему мнению, указанные тенденции обуславливаются развитием общемирового экономического кризиса. В то же время нельзя утверждать о необходимости фундаментальной трансформации системы государственного регулирования кинематографии Канады, так как по ряду параметров (валовые кинотеатральные сборы, общее число посещений, число посещений на душу населения и число кинозалов) она входит в десятку наиболее развитых [3].

В целом государственное регулирование кинематографии в Канаде основывается на действующей системе государственного устройства страны и разделяется на два уровня: федеральный и региональный. Потому

для целей настоящего исследования важным является деление Канады на 10 провинций и три территории, так как в каждой из них существует собственное законодательство, в рамках которого предоставляются широкие протекционистские меры кинематографистам. Кроме того, в каждой провинции функционируют агентства или фонды, оказывающие поддержку кинопроизводителям, в том числе и иностранным.

В рамках выстроенной системы можно выделить следующие основные направления государственной поддержки национальной кинематографии Канады:

1. Прямая финансовая поддержка в виде выделения финансовых ресурсов (субсидий и

инвестиций) через специализированные федеральные и провинциальные фонды в рамках реализуемых ими программ.

2. Косвенная поддержка в виде выделения налоговых кредитов на федеральном и региональном уровнях.

3. Квотирование иностранного контента в сетке телевизионного вещания канадских телеканалов, как важнейшего элемента сбыта национальной кинопродукции.

На федеральном уровне следует выделить две основные программы государственной поддержки кинематографистов [4]:

- Canadian Film or Video Production Tax Credit – CPTC;
- Film or Video Production Services Tax Credit – PSTC.

Целью программы CPTC является стимулирование создания канадских кинофильмов и телевизионных программ. Для того, чтобы воспользоваться предоставляемыми налоговыми льготами, кинопроизводители должны обратиться в Департамент культурного наследия Канады с соответствующей заявкой, а также в Канадскую службу аудио-видеосертификации (Canadian Audio-Visual Certification Office – CAVCO), чтобы получить сертификат «канадского фильма и видеопроизводства» (аналогично удостоверению национального фильма в России). Этот документ дает оценку трудовым затратам для расчета налогового кредита. После чего появляется возможность оформления налогового кредита в Канадском агентстве по доходам (Canada Revenue Agency – CRA) [5].

В рамках выделяемого налогового кредита по программе CPTC доступно возмещение 25% расходов на оплату труда канадских кинематографистов, осуществлявших свои трудовые функции на территории Канады. При этом общий объем возмещения не может превышать 60% от стоимости производства за вычетом помощи. Таким образом, налоговый кредит не может превышать 15% от производственного бюджета любой канадской кинокартины. Также укажем, что не менее 75% от общей суммы всех расходов на кинопроизводство (в разрезе съемочного и монтажно-тонировочного периодов) должны быть осуществлены на территории Канады.

В соответствии с разработанными правилами участвовать в программе CPTC могут только предприятия, которые в течение налогового года имели постоянное представительство в Канаде и осуществляли деятельность в сфере киновидеопроизводства, так называемые – «квалифицированные корпорации». Кроме этого, чтобы претендовать на CPTC, продюсерская или дистрибьюторская компании должны находиться в собственности или быть аффилированы с гражданами или постоянными жителями Канады.

Следующая программа федерального уровня – PSTC – предназначена для повышения привлекательности Канады в качестве места локаций (съемочных объектов) для кинопроизводителей и, как следствие, для обеспечения роста занятости канадцев в кинопроизводстве. Ее суть сводится к зачету налогов, необходимых к уплате в Канаде в процессе фильмопроизводства. Объем такого зачета в рамках PSTC составляет 16% расходов на оплату труда канадцев, понесенных продюсерами на территории Канады на производство канадских фильмов. При этом ограничений по суммам нет. Однако общий уровень совершенных затрат должен быть не менее 1 млн амер. долл. при создании полнометражного игрового фильма и 100-200 тыс. амер. долл. за эпизод – для производства сериалов [4].

Программа PSTC также находится в совместном ведении Департамента наследия Канады, Канадской службы аудиовидеосертификации (Canadian Audio-Visual Certification Office – CAVCO) и Канадского агентства по доходам (Canada Revenue Agency – CRA). PSTC не может использоваться кинопродюсерами, если они уже участвуют в программе CPTC. По сути лица, принимающие решения по вопросам выбора мест киносъемок, должны определиться с выбором – в какой из указанных программ им выгоднее принять участие.

Еще одним важным органом регулирования развития киноиндустрии выступает Национальный совет по кинематографии Канады (National Film Board of Canada, NFB). Изначально он создавался в 1939 году как общественная организация «Национальная комиссия по кино», а в настоящее время он входит в состав Департамента канадского наследия.

Миссией Национального совета по кинематографии Канады является создание и распространение аудиовизуальных произведений, которые затрагивают темы, интересующие канадскую аудиторию и международную общественность, развивают язык аудиовизуальных медиа [6].

На практике NFB выполняет продюсерские и дистрибьюторские функции, в частности выделяет гранты, субсидии, инвестиционные ресурсы на создание социально ориентированных документальных фильмов, авторской анимации и цифрового контента, реализует кроссплатформенные проекты, программы для начинающих кинематографистов и др.

Следующим инструментом поддержки аудиовизуальной промышленности Канады на федеральном уровне является Canada Telefilm, основной целью которого является финансирование проектов, способствующих продвижению Канады за рубежом. Для этого данной структурой реализуются специализированные программы международной копродукции и дистрибуции в рамках заключенных межправительственных договоров, которые подписаны канадским правительством с 54 странами, в том числе и с Российской Федерацией [4].

Договор совместного аудиовизуального производства распространяется на кинофильмы или телевизионную продукцию (как правило, сериалы), которые создаются путем объединения творческих, технических и финансовых ресурсов канадских и зарубежных производителей. Руководствуясь условиями межправительственных договоров, этим произведениям предоставляется национальный статус, и, таким образом, канадские продюсеры получают право на федеральные и провинциальные налоговые кредиты и финансирование из специализированных фондов Канады (Канадский медиа фонд и др.). Кроме того, совместно созданные аудиовизуальные произведения не попадают под систему квотирования иностранного контента в сетке телевизионного вещания канадских телеканалов, что в конечном итоге позволяет их транслировать в прайм-тайм и повышает их прибыльность.

На региональном уровне в Канаде продюсерские предприятия могут получить прямую

финансовую поддержку в агентствах по развитию медиаиндустрии в провинциях Онтарио (Ontario Media Development Corporation), Квебек (Societe de developement des entreprises culturelles), Новая Колумбия, Альберта, Манитоба, Саскачеван, Новая Шотландия, Нью-Брансуик, Ньюфаундленд, Остров принца Эдуарда, Северо-Западных территорий и Юкон. Отметим, что деятельность указанных организаций осуществляется в рамках программ регионального развития кинематографии на территории этих регионов.

Базовым принципом получения региональной поддержки кинопроизводителями является их взаимодействие с региональными кинокомиссиями, которых в Канаде насчитывается около 30. Все они финансируются из бюджетов органов власти и решают задачу помощи кинематографистам в процессе освоения последними местных инфраструктурных мощностей и объектов съемки, оказывают ряд специализированных услуг и контролируют расходы кинопродюсеров.

В общем виде региональная государственная поддержка так же, как и на федеральном уровне, сводится к предоставлению налоговых кредитов и возврату совершенных на территории провинции части затрат. При этом помощь оказывается при производстве «канадского кино и телепродукции» (преимущественным правом при этом пользуются производители киноконтента провинциальной принадлежности) как национальным продюсерам (в соответствии с требованиями федерального законодательства), так и сторонним субъектам кинопроизводства (канадским нерезидентам региона или иностранным). В отдельных провинциях (например, Онтарио, Квебек) требуется постоянное представительство кинокомпании в данной провинции.

В разных административно-территориальных образованиях Канады используются различные методики определения суммы возврата, а также перечень затрат, совершаемых на различных территориях. К статьям затрат, учитываемых при расчете сумм возврата, выступают расходы на: оплату труда резидентов региона; совокупные производственные затраты; компьютерную анимацию и спецэффекты; озвучивание и дублирование; ряд других рас-

ходов, совершенных в конкретной провинции. Ставки для определения суммы возврата колеблются в разных регионах от 12,5 до 60%.

США

В настоящее время США является лидером мировой киноиндустрии с центром в Голливуде, в то же время из-за высоких ставок по аренде недвижимости в этом административно-территориальном образовании, а также благодаря сформированной поддержке национальной кинематографии и научно-техническому прогрессу в настоящее время наблюдается рассредоточение кинопроизводства по различным регионам страны – штатам (досл. перевод государствам), обладающим собственными системами государственного управления.

Основные показатели развития кинематографии США представлены в таблице 2.

Данные таблицы 2 свидетельствуют о существовании в киноиндустрии США ряда положительных тенденций, но в сочетании со снижением темпов их роста отдельных показателей. Наиболее выраженная стагнация североамериканской индустрии по ряду показателей наблюдалась в 2012 году и была связана, как нам представляется, с общемировыми кризисными тенденциями. Вместе с тем отчетливо прослеживается устойчивое сокращение уровня потребления кинопродукции зрителями в кинотеатрах, что соответствует общемировому процессу перехода потребителя на просмотр аудиовизуальной продукции с помощью альтернативных средств индивидуального просмотра, прежде всего в сети Интернет с использованием технологий SmartTV и планшетных компьютеров/смартфонов. Однако в абсолютных единицах измерения число посещений кинотеатров остается на наиболее высоком в мире уровне [3].

Также явно прослеживается тенденция сокращения числа производимых в США киноработ, что связано, прежде всего, со стратегической ориентацией студий-мейджоров, которые для максимизации их доходности увеличивают совокупные бюджеты кинофильмов, прежде всего, в области продвижения и маркетинга. В условиях ограниченных ресурсов это приводит к перераспределению финансовых средств и уменьшению числа наименований снимаемых

кинофильмов. Укажем, что это не означает сокращения объемов производства, так как в такой ситуации, напротив, сложность производства каждого кинофильма возрастает.

Анализируя систему государственного регулирования киноиндустрии, отметим, что самыми распространенными мерами поддержки кино в США являются следующие [7, 8]:

- частичное освобождение от уплаты налога на прибыль (tax credit), предусматривающее снижение в среднем на 20-30% налога на прибыль, киностудий и продюсерских компаний, осуществляющих кинопроизводство;
- возмещение наличными (cash rebates), то есть организуемый правительством штата возврат киностудиям части затрат (из законодательно закрепленного перечня статей) на производство фильма, при условии их совершения на территории данного административно-территориального образования, как правило, в процентном выражении;
- выделение грантов (grants) специализированными организациями, как правило, фондами, обеспечивающими финансирование независимого от студий-мейджоров кинопроизводства (Independent production), тематика которого способствует формированию благоприятного имиджа штата;
- освобождение от уплаты налога с продаж (sales tax exemption);
- беспроцентное предоставление объектов съемки – локаций (fee-free locations), находящихся на территории штата.

Отметим, что в основном налоговые льготы и возвраты реализуются на региональном уровне управления и направлены, прежде всего, на развитие штатов, так как киносъемки на их территории для муниципальных властей формируют доходы, схожие по структуре и объему с туризмом, а также обеспечивают рекламу городов, их достопримечательностей. Кроме этого, повышается уровень занятости населения, проживающего в регионе, и предпринимательская активность малых и средних предприятий – резидентов штата, обслуживающих кинопроизводство (аренда автомобилей, оборудования, гостиницы, рестораны, кейтеринг и др.).

Первым штатом, предоставившим существенные преференции кинематографистам,

Таблица 2
Основные показатели развития кинематографии США

Наименование показателя	2010	2011	2012	2013	2014
Население (млн чел.)	310,3	312,9	314,3	316,5	318,5
рост (%)	–	0,84	0,45	0,70	0,63
ВВП на душу населения (амер. долл.)	47 132	48 147	49 802	52 839	54 678
рост (%)	–	2,15	3,44	6,10	3,48
Валовые кинотеатральные сборы (млн амер. долл.)	9 740	9 610	9 210	9 782	9 877
рост (%)	–	–1,33	–4,16	6,21	0,97
Посещения (млн зрителей)	1 307	1 237	1 237	1 229	1 215
рост (%)	–	–5,36	0,00	–0,65	–1,14
Средняя стоимость кинобилета (амер. долл.)	7,5	7,8	7,8	8	8,1
рост (%)	–	4,00	0,00	2,56	1,25
Число посещений на душу населения	4,25	4	4	3,9	3,8
рост (%)	–	–5,88	0,00	–2,50	–2,56
Количество экранов (шт.)	39 547	39 641	39 918	39 783	40 158
рост (%)	–	0,24	0,70	–0,34	0,94
Произведено полнометражных игровых фильмов (шт.)	795	818	728	738	707
рост (%)	–	2,89	–11,00	1,37	–4,20
Доля национальных фильмов в прокате (%)	92	91,4	91,1	94,6	95
рост (%)	–	–0,65	–0,33	3,84	0,42

Примечание: таблица составлена авторским коллективом по данным [1–3].

стала Луизиана. Сегодня предоставляемые ею налоговые льготы достигают 30 процентов от суммы потраченного на месте съемок бюджета. Финансовый кризис заставил и другие регионы вводить стимулы для кинопроизводителей, и на сегодняшний день они предоставляются в 44 американских штатах.

Укажем, что предоставление налоговых и других льгот возможно только при условии взаимодействия кинопроизводственных предприятий с региональными кинокомиссиями, которые контролируют финансовые расходы на организацию киносъёмочного процесса и осуществляют первичный подбор продюсерам локаций, реестра потенциальных контрагентов (физических и юридических лиц), а

также плана организации работ по переезду, размещению съёмочной группы, освоению утвержденных съёмочных объектов. При этом кинокомиссиями устанавливаются минимальный уровень расходов, которые кинопродюсеры должны совершить на территории штата.

Достаточно интересным является тот факт, что право получения налоговых льгот (освобождение от уплаты налога на прибыли и налога с продаж) может быть передано кинопроизводителями другим заинтересованным хозяйствующим субъектам, в том числе не связанными с кинопроизводством, которые, в свою очередь, могут уменьшить или устранить свои собственные налоговые обязательства [9]. Такая форма поддержки реализуется в 26 штатах.

Достаточно важным обстоятельством, способствующим поддержанию высокого уровня удельной доли национального кино в кинотеатральном прокате в США, выступает также обязательное субтитрование фильмов, сделанных на не английском языке, что снижает их зрительский потенциал. Отметим, что в России абсолютное большинство фильмов дублируется.

В целом, основные меры государственной поддержки национальных кинематографий в странах Северной Америки сосредоточены на региональном уровне и выражаются в различных налоговых послаблениях, возврате части затрат, совершенных на этой территории и предоставлении специализированных услуг на безвозмездной основе. Основным инструментом реализации таких форм государственной поддержки выступают кинокомиссии, а также местное законодательство.

В настоящее время в Российской Федерации подобные подходы по поддержке национальных кинопроизводителей не используются, несмотря на существование достаточно большого пласта регионального законодательства в области кинематографии (более 4500 нормативно-правовых актов) и номинальное функционирование кинокомиссий.

В соответствии с авторскими представлениями для интенсификации развития отечественной кинематографии в настоящее время существует настоятельная необходимость разработки и совершенствования регионального законодательства, в частности формирования системы

возврата части затрат, совершаемых кинематографистами в конкретном субъекте Федерации. При этом представляется целесообразным осуществлять гармонизацию местного законодательства в два этапа. На первом необходимо предусмотреть обеспечение возврата расходов на кинопроизводство для всех заинтересованных лиц, прежде всего зарубежных кинопродюсеров, в сочетании с выделением финансовых ресурсов на модернизацию материально-технической базы региональных киностудий. Цель данного процесса – формирование необходимой инфраструктуры кинопроизводства. Тогда на втором этапе рациональным будет введение ряда дополнительных ограничений, которые бы ориентировали иностранных контрагентов на взаимодействия с российскими кинопродюсерами.

Особо отметим, что использование административно-территориальных образований субъектов Федерации в качестве элемента кинофильма (например, указание на то, что действие происходит в конкретном городе, регионе) в перспективе должно способствовать увеличению туристических потоков. Поэтому данное обстоятельство может являться основанием для повышения возвращаемой кинопроизводителю суммы.

При этом нам представляется рациональным обязательный контроль расходов кинопроизводства с помощью региональных кинокомиссий или специализированных некоммерческих организаций (фондов), учрежденных местными органами исполнительной власти.

Список литературы

1. Focus 2015. World Film Market Trends. Marché du film. Festival de Cannes, 2015.
2. Focus 2014. World Film Market Trends. Marché du film. Festival de Cannes, 2014.
3. Focus 2013. World Film Market Trends. Marché du film. Festival de Cannes, 2013.
4. Рехман П. Добежать до канадской границы // Менеджер. Кино. 2010. № 8(70). С. 22–32.
5. Положения о налоге на прибыль. URL: http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/c.r.c._c._945/page-52.html#docCont (дата обращения 10.07.2015).
6. Canada Film Capital. Retrieved 20 March 2011.
7. A Report on the Massachusetts Film Industry Tax Incentives (PDF). Massachusetts Department of Revenue. 2011. Retrieved 8 August 2013.
8. An Unexpected Bright Spot For Unions, May 21, 2013
9. Luther, William (January 2010). «Movie Production Incentives: Blockbuster Support for Lackluster Policy», Special Report (Tax Foundation) (173): 4–20.

АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КИНЕМАТОГРАФИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

THE ANALYSIS OF STATE REGULATION OF CINEMATOGRAPHY IN THE RUSSIAN FEDERATION

УДК 351.854



СЕРДЮКОВ Дмитрий Леонидович

аспирант Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, dmi.serdyukov@yandex.ru

SERDYUKOV, Dmitriy Leonidovich

Post-graduate student of the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, dmi.serdyukov@yandex.ru

Аннотация.

В статье рассматриваются основные особенности современного государственного регулирования кинематографии в РФ. Основное внимание уделяется оценке деятельности в этом плане Министерства культуры РФ и Фонда кино. Приводятся и анализируются основные статистические показатели этой деятельности за 2012–2014 годы.

Ключевые слова: кинематография, Министерство культуры РФ, Фонд кино, государственная поддержка кинематографа, государственное финансирование.

Abstract.

The article discusses the main features of modern state regulation of cinematography in the Russian Federation. It focuses on the assessment activities regarding to the Ministry of Culture and the Cinema Fund. It analyzes the main statistical indicators of this activity for 2012–2014.

Key words: cinematography, Ministry of Culture of the Russian Federation, Cinema Fund, the state support of cinematography of the state funding.

Кинематограф в нашей стране существует уже более ста лет и за все эти годы пережил множество взлетов и падений. Несмотря на множество проблем, кинематографическая отрасль в России за последние годы существенно развивается при стабильной государственной поддержке.

До 2010 года единственным государственным регулятором кинематографии России считалось Министерство культуры РФ. Однако с 2010 года данный федеральный орган делит эти обязанности с Федеральным фон-

дом социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии (Фондом кино).

Постановлением Правительства РФ от 3 марта 2012 года № 186 была утверждена Федеральная целевая программа «Культура России (2012–2018 годы)». Контроль за реализацией данной программы осуществляется Министерством культуры РФ. ФЦП «Культура России» устанавливает объемы расходования бюджетных средств, направленных на развитие и поддержку кинематографии в течение ближайших лет.

Таблица 1

Объемы финансирования кинематографии в соответствии с ФЦП «Культура России 2012–2018 годы» [1]

Развитие и поддержка кинематографии (млн руб.)									
	2012-2018	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Ожидаемые результаты
Поддержка отечественных производителей культурных благ в области кинематографии	3618,3	462	462	462	596	662,1	512,1	462,1	Создание в 2012–2018 годах не менее 70 игровых, 321 неигрового и 115 анимационных национальных фильмов
В том числе федеральный бюджет Минкультуры России	2727,3	360	360	342	461	512,1	362,1	312,1	
В том числе внебюджетные источники	891	102	102	102	135	150	150	150	
Подготовка кадров для современного отечественного кинематографа – федеральный бюджет	145	5	15,5	15,5	25	28	28	28	Развитие зрительского кино. За 7 лет планируется выпустить 100 сценаристов, 50 режиссеров, 80 аниматоров, 350 дистрибьюторов кинотеатрального рынка
Расширение доступности продукции и услуг кинематографии для населения России	1280	130	130	130	260	260	210	160	Проведение ежегодно не менее 30 российских и международных кинофестивалей в регионах России. Оказание в 2012–2018 годах государственной поддержки в прокате 104 полнометражным игровым и анимационным национальным фильмам
В том числе федеральный бюджет Минкультуры России	950	100	100	95	200	200	150	100	
В том числе внебюджетные источники	330	30	30	30	60	60	60	60	
Поддержка продвижения на мировой рынок отечественного кино	467	55	55	55	78	98	68	58	Расширение географии продвижения отечественных фильмов за рубежом, создание положительного образа России за рубежом. Проведение в 2012–2018 годах 175 некоммерческих киномероприятий за рубежом. Участие в международных кинофестивалях для коммерческого продвижения отечественного кино не менее чем в 10 странах мира ежегодно
В том числе федеральный бюджет Минкультуры России	350	40	40	38	60	80	50	40	
В том числе внебюджетные источники	117	15	15	15	18	18	18	18	
Итого по разделу	5510,3	652	662,5	662,5	959	1048,1	818,1	708,1	
В том числе федеральный бюджет Минкультуры России	4172,3	505	515,5	515,5	746	820,1	590,1	480,1	
В том числе внебюджетные источники	1338	147	147	147	213	228	228	228	

С объемами финансирования кинематографии в рамках ФЦП «Культура России (2012–2018 годы)» можно ознакомиться с помощью таблицы 1.

Как видно из данных, приведенных в таблице 1, наибольшие объемы финансирования ФЦП «Культура России» приходятся на 2015–2017 годы. При этом объем финансирования кинематографии из федерального бюджета в 3,12 раз превышает запланированные расходы из внебюджетных источников. На создание игровых, неигровых и анимационных национальных фильмов за 2012–2018 годы планировалось выделить 3618,3 млн руб. Столь значительная бюджетная сумма говорит о заинтересованности государства в поддержке производства национальных фильмов.

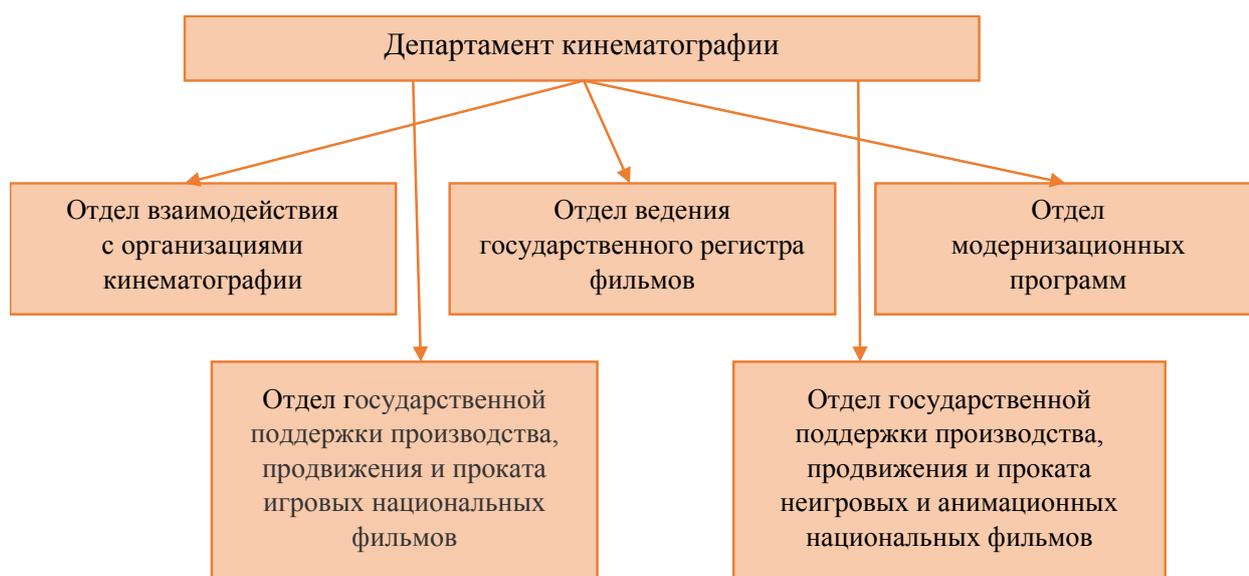
Главной задачей Министерства культуры РФ является повышение роста кинопроизводства в стране и повышение доли отечественных фильмов в прокате. В 2012 году Министерством культуры с целью развития отечественной киноиндустрии был создан Департамент кинематографии, со структурой которого можно ознакомиться на рисунке.

По данным Департамента кинематографии, общая сумма государственной поддержки кинематографа за 2014 год составила 6,5 млрд руб., из которых:

- 3 млрд руб. было перечислено Фонду кино;
- 2,9 млрд руб. было направлено на кинопроизводство;
- 0,6 млрд руб. было направлено на прокат и продвижение отечественного кино на территории страны и за рубежом, а также на другие мероприятия [2].

Стоит отметить, что в 2013 году на развитие кинематографа было выделено в общей сложности 6,7 млрд руб. Таким образом, можно заметить небольшое снижение государственной поддержки кинематографа за 2014 год (на 0,2 млрд руб.). В то же время наблюдается прирост в финансировании кинематографа по сравнению с 2012 годом (данный показатель в 2012 году составил 6,3 млрд руб.). По сравнению с 2000 годом (объем финансирования за тот год составил всего 528,6 млн), наблюдается огромный прирост в 1 129,66%.

В обязанности Министерства культуры РФ также входит выдача прокатного удостоверения, документа, позволяющего использовать фильм на территории РФ в целях тиражирования и распространения. Со статистикой, отражающей количество выданных прокатных удостоверений за 2012–2014 годы, можно ознакомиться с помощью таблицы 2.



Структура Департамента кинематографии Министерства культуры РФ [2]

Таблица 2

Количество выданных прокатных удостоверений, 2012–2014 годы

Показатель	2012	2013	2014
Количество выданных прокатных удостоверений, в том числе:	3 611	3 144	3 856
на отечественные аудиовизуальные произведения;	1 726	1 575	2 058
на зарубежные аудиовизуальные произведения	1 885	1 569	1 798

Таблица 3

Объемы государственной поддержки кинопроизводства, 2012–2014 годы

Виды кинопродукции	Объемы финансирования по ФЦП, тыс. руб.			Объемы финансирования вне ФЦП, тыс. руб.			Объемы финансирования по субсидиям, тыс. руб.		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Игровые полнометражные, короткометражные фильмы-дебюты	282 226	266 888	337 865	252 538	540 892	506 200	827 500	1 340 979	1 169 345
Неигровые фильмы и кинопериодика (кинолетопись)	77 774	93 112	4135	–	10 064	3102	354 751	382 259	501 494
Анимационные фильмы	–	–	–	163	1000	–	287 760	415 087	376 000
ИТОГО	360 000	360 000	342 000	252 701	551 957	509 301	1 470 061	2 138 325	2 046 839

Как видно из данных таблицы 2, после сокращения общего числа выданных прокатных удостоверений в 2013 году (на 467 по сравнению с 2012), в 2014 году этот показатель возрос (на 712 по сравнению с 2013 годом и на 245 по сравнению с 2012). В феврале 2015 года Министерство культуры РФ освободило российские фильмы от необходимости получать прокатные удостоверения для участия в кинофестивалях. Данная поправка позволит облегчить процесс проведения различных фестивалей на территории страны.

С помощью таблицы 3 проанализируем объемы государственной поддержки кинопроизводства по источникам и по направлениям финансирования.

В 2012 году общая сумма, выделенная на поддержку кинопроизводства, составила 2 083 млн руб. При этом финансирование игровых полнометражных и короткометражных фильмов-дебютов составило 65% от общей суммы. Остальная часть средств была выде-

лена на развитие неигровых и анимационных фильмов (21 и 14% от общей суммы, соответственно).

В 2013 году объемы поддержки кинопроизводства выросли на 46% и составили 3 050 млн руб. Доля финансирования игровых фильмов возросла до 70%, неигровых фильмов снизилась до 16%, а анимационных фильмов осталась неизменной по сравнению с 2013 годом – 14% [2].

За 2014 год сумма финансовой поддержки кинопроизводства составила 2 898 млн руб. Это на 5% меньше, чем в 2013 году, но на 39% больше аналогичной цифры 2012 года. Стоит отметить увеличение финансирования за год неигрового кино и кинопериодики, на развитие которых было выделено 508 млн руб. (18% от общей суммы), в то время как в 2013 году данная цифра составила 485 млн руб. Объемы финансирования игровых полнометражных и анимационных фильмов сократились по сравнению с 2013 годом на 6 и 10%, соответственно.

Статистика выпущенной киноvideопродукции за 2012–2014 годы представлена в таблице 4.

По данным Департамента кинематографии, в 2012 году при государственной поддержке было снято 35 игровых фильмов, в том числе 13 дебютных работ. Также большое внимание было уделено фильмам для детской аудитории. В 2012 году было выпущено 8 детских картин, в том числе: «Первоклашки» (режиссер-дебютант А. Артамонова), «Частное пионерское» (режиссер Л. Ядковская), «За встречу» (режиссер Е. Соколов), «Живой журнал – ЖЖ» (режиссер-дебютант А. Строев), «Дочь» (режиссеры А. Касаткин, Н. Назарова), «Шахта» (режиссер Н. Эген) [2].

Выпущенные в 2012 году 447 неигровых фильмов включают в себя 47 полнометражных и 400 короткометражных, в том числе 97 сериалов и 9 спецпроектов. Финансирование проводилось на конкурсной основе и путем предоставления субсидий из федерального бюджета на производство фильмов по приоритетным для страны тематическим направлениям. Часть средств была перечислена в рамках реализации государственной программы «Патриотическое воспитание граждан РФ». В этом же году было создано 130 анимационных фильмов, включая 1 полнометражный фильм, 24 сериала, 3 мини-сериала и 5 альманахов. Большинство из этих работ были ориентированы на детско-юношескую аудиторию.

В 2013 году при поддержке государства была завершена работа над 40 игровыми фильмами (39 полнометражными и 1 детским юмористическим киножурналом «Ералаш»). Выпущенные игровые фильмы также включали 9 фильмов-дебютов и 7 детских фильмов.

Следует отметить, что значительное внимание было уделено созданию фильмов, отражающих российскую действительность. В их числе можно отметить картины «Жажда» (производство ЗАО «Всемирные Русские Студии», режиссер Д. Тюрин), «Звезда» (ООО «Кинокомпания «Магnum», режиссер А. Меликян), «Игра в правду» (ООО «Артлайт», В. Шамиров), «Море, горы, керамзит» (ООО «Аврора-фильм», Т. Кеосаян), «Моя Русалка, Моя Лорелей» (ООО «Творческое объединение ХРОНОГРАФ», Н. Джорджазе) [3].

Вышедшие в свет в 2013 году 397 документальных неигровых фильмов включают в себя 35 полнометражных и 362 короткометражные картины, в числе которых выделим 89 сериалов и 10 спецпроектов. Тематика созданных за рассматриваемый период фильмов посвящена злободневным социально-нравственным проблемам страны, которые отражают ключевые моменты ее исторического развития, рассказывают о современной молодежи, межнациональных отношениях и т. д. 85 созданных анимационных фильмов включают 4 полнометражных фильма, 8 сериалов, 2 мини-сериала и 10 альманахов. Всего же, согласно таблице 4, в 2013 году при государственной поддержке было выпущено на 91 фильм меньше, чем в 2012. Однако падение затронуло в основном непрокатные проекты – документальные и короткометражные фильмы.

В 2014 году при поддержке Министерства культуры РФ и Фонда кино была завершена работа над 96 игровыми картинами. В соответствии с Приказом Минкультуры России от 24.02.2014 № 324 для проведения отбора организаций, претендующих на получение субси-

Таблица 4
Выпуск киноvideопродукции в 2012–2014 годах

Наименование кинопродукции	Количество фильмов (изменение по отношению к прошлому году)		
	2012 год	2013 год	2014 год
Игровые фильмы	35 (–16)	40 (+5)	96 (+56)
Неигровые фильмы	447 (–36)	397 (–50)	383 (–14)
Анимационные фильмы	130 (+24)	85 (–45)	155 (+30)
ИТОГО	612 (–28)	521 (–91)	634 (+113)

дий на производство игровых национальных фильмов, было создано четыре экспертных совета по игровому кино:

- экспертный совет по игровому кино для детей;
- экспертный совет по игровому кино режиссеров-дебютантов;
- экспертный совет по игровому авторскому и экспериментальному кино;
- экспертный совет по телевизионным сериалам [3].

Необходимо отметить, что начиная с 2013 года Министерством культуры РФ была введена процедура очной защиты проектов, которые претендовали на получение бюджетных средств на производство. В течение так называемых открытых питчингов (презентаций кинопроектов с целью получения средств) авторы проектов приводили аргументы, согласно которым Экспертными советами принимались решения о предоставлении необходимых субсидий. Данная система обеспечила прозрачность процесса предоставления субсидий на развитие потенциально успешных кинопроектов. С 2014 года одним из условий предоставления финансовой поддержки проектам стало наличие письменного подтверждения предварительной договоренности с телеканалами того, что продукт дойдет до массовых экранов страны.

Основные тематические направления игровых фильмов, выпущенных в 2014 (либо ожидающихся к выпуску в 2015):

- нравственно-этические темы («Левиафан», «Белые ночи почтальона Алексея Тряпицына», «Девять дней и одно утро», «Начни сначала», «Кино про Алексева» и т. д.);
- детско-юношеская тематика («Тайна четырех принцесс», «Дневник мамы первоклассника», «Класс коррекции», «Мальчики + Девочки», «Мы с бабушкой» и т. д.);
- экранизация произведений отечественной литературы («Бесы», «Две женщины», «На дне», «Белый ягель» и т. д.);
- военно-патриотическая тематика в честь 70-летия Великой Победы («Дорога на Берлин», «Единичка», «Про Петра и Павла», «Коридор бессмертия», «Председатель» и т. д.);

- историческая тематика («Батальонъ», «Пионеры-герои», «Молодежка» и т. д.);
- прочая тематика [3].

Согласно данным таблицы 4 число выпущенных при государственной поддержке игровых фильмов за 2014 год составило 383. В этот список вошли 68 полнометражных и 315 короткометражных картин, в том числе 61 сериал и 6 спецпроектов. Большое внимание было уделено созданию фильмов, посвященных 100-летию с начала Первой мировой войны и 70-летию Великой Победы. Также было выпущено 155 анимационных фильмов, в числе которых 2 полнометражных фильма, 58 сериалов и 4 альманаха.

Главной задачей Фонда кино является поддержка потенциально коммерчески успешных проектов, способных принести прибыль. Рассмотреть объемы и направления государственного финансирования, источником которого является Фонд кино можно с помощью таблицы 5.

Порядок взаимодействия Министерства культуры РФ и Фонда кино закреплен Постановлением Правительства РФ «О предоставлении субсидий из федерального бюджета на поддержку кинематографии» № 1397 от 25 декабря 2012 года. Данное Постановление также определяет особенности перечисления субсидий первым ведомством второму. В результате и в 2013, и в 2014 годах Министерство культуры РФ заключало с Фондом специальные Соглашения и субсидировало этой некоммерческой организации по 3 млрд руб. от общей суммы средств, выделявшихся из федерального бюджета на кинематографию [5].

Как видно из таблицы 5, на финансовое обеспечение и (или) возмещение расходов, связанных с производством фильмов лидерами отечественного производства на безвозвратной основе, в 2013 году было выделено 1,5 млрд руб., тогда как в 2014 – уже 1,2 млрд руб. Безвозвратные субсидии иным организациям кинематографии в 2013 году Фонд мог предоставить на 400 млн руб., а в 2014 – на 500 млн руб.

Стоит отметить, что заметно возросли средства на финансирование производства при условиях стопроцентной возвратности. Если в 2013 году выделялось 350 млн руб. – и

Таблица 5

Объемы и направления государственного финансирования, источником которого является Фонд кино [4]

Направление государственного финансирования кинематографии, осуществляемого Фондом кино	Объемы государственного финансирования в 2013–2014 годы, млн руб	
	2013	2014
Производство фильмов лидерами отечественного кинопроизводства на безвозвратной основе	1500	1200
Производство фильмов иными организациями кинематографии на безвозвратной основе	400	500
Субсидирование процентных ставок по кредитам	100	100
Производство фильмов на условиях 100%-й возвратности лидерами отечественного кинопроизводства	350	700
Производство фильмов на условиях 100%-й возвратности иными организациями кинематографии	350	500
Производство фильмов на условиях возвратности с прибыли от их реализации	150	–
Прокат фильмов на условиях возвратности	500	–
<i>Итого</i>	3000	3000

Таблица 6

Основные показатели деятельности Фонда кино, 2010–2014 годы

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014
Возвратность средств	0%	3,3%	12,9%	32,5%	40%
Количество фильмов, выпущенных в прокат	7	22	30	26	36
Количество фильмов, поддержанных в производстве	59	75	117	66	62
Кассовые сборы фильмов, созданных при поддержке Фонда кино, млн руб.	1145	3957	3341	6798	6194

для отечественных мейджоров, и для прочих организаций кинематографии, то в 2014 году отдельно на лидеров было заложено 700 млн руб., а все остальные компании могли претендовать на распределение еще 500 млн руб. Субсидии на условиях возвратности с прибыли от реализации фильмов в 2013 году составили 150 млн руб.; в 2014 году этой статьи соглашением оговорено не было. Финансовое обеспечение и (или) возмещение расходов, связанных с субсидированием процентных ставок по кредитам, в течение двух последних

лет предполагало одинаковую сумму в размере 100 млн руб. [3].

Основные статистические данные, отражающие деятельность Фонда кино за 2010–2014 годы, представлены в таблице 6.

Как видно из таблицы 6, возвратность средств, выданных Фондом кино, заметно возросла и составляет на 2014 год 40%. Ужесточение условий поддержки финансирования фильмов Фондом кино, заключающееся в производстве продукции на основе все большей возвратности средств, сказалось на числе

поддержанных проектов. Так, если в 2012 году денежную поддержку Фонда кино получили 117 проектов, в 2013 и 2014 годах их количество сократилось до 66 и 62 соответственно.

Количество фильмов, выпущенных в прокат в 2014 году, составило рекордное количество – 36 фильмов. Правда, кассовые сборы фильмов, созданных при поддержке Фонда кино, сократилось по сравнению с 2013 годом на 9% [4].

Подводя итог, отметим, что на сегодняшний день можно говорить об увеличении финансовой поддержки кинематографа со стороны государства по сравнению с концом и началом XX века. Так, за 2014 год на развитие кинематографа было выделено 6,5 млрд руб., в то время как аналогичный показатель за 2000 год составил 528,6 млн.

За 2014 год при государственной поддержке было выпущено 634 картины, что на 113 и 22 фильма больше, чем в 2013 и 2012 годах соответственно. Особое внимание уделяется патриотическому и социальному воспитанию граждан.

Фонд кино, оказывающий финансовую поддержку отечественному кинематографу параллельно с Министерством культуры РФ, выполняет задачу по развитию потенциально успешных проектов. Существенно вырос показатель возвратности средств, перечисленных Фондом, который составил на 2014 год 40%. Кассовые сборы фильмов, снятых при поддержке Фонда кино, за 2013–2014 годы возросли по сравнению с 2012–2013 годами примерно в два раза, что говорит о росте эффективности деятельности данного государственного регулятора.

Список литературы

1. Постановление Правительства РФ от 03.03.2012 г. № 186 «О федеральной целевой программе «Культура России (2012–2018 годы)».
2. Официальный сайт Министерства культуры Российской Федерации. URL: <http://mkrf.ru/ministerstvo/management/minister/> (дата обращения: 02.09.2015).
3. Киноиндустрия Российской Федерации: Информационное издание компании «Невафильм». СПб.: Европейская аудиовизуальная обсерватория, 2014. 213 с.
4. Официальный сайт Федерального фонда социальной и экономической поддержки кинематографии. URL: <http://www.fond-kino.ru/> (дата обращения: 01.09.2015).
5. Соглашение о предоставлении Федеральному фонду социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии субсидии из федерального бюджета в 2013 году № 618-01-41/03-13 от 24.04.2013 г. URL: <http://www.fond-kino.ru/documents/14/> (дата обращения: 31.08.2015).
6. Федеральный закон от 22.08.1996 г. № 126-ФЗ «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации».
7. Соглашение о предоставлении Федеральному фонду социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии субсидии из федерального бюджета в 2014 году № 877-01-41/03-14 от 18.04. URL: <http://www.fond-kino.ru/documents/14/> (дата обращения: 02.09.2015)
8. Евменов А. Д., Данилов П. В. Анализ эффективности государственного финансирования развития сферы культуры Российской Федерации // Петербургский экономический журнал. 2015. № 1. С. 8–16.
9. Борисенко О. А. Особенности действующего механизма государственной поддержки отечественной кинематографии // Петербургский экономический журнал. 2014. № 4. С. 28–37.

ИННОВАЦИИ В ПРОДВИЖЕНИИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ СЕТЕВЫХ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ ГОСТИНИЧНЫЙ РЫНОК

INNOVATIONS IN PROMOTING DOMESTIC HOTEL CHAINS TO THE INTERNATIONAL MARKET OF THE HOTEL SERVICES

УДК 332.142



МОРОЗОВА Марина Александровна

декан факультета медиакоммуникаций и туризма Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, доктор экономических наук, доцент, marmor70@mail.ru

MOROZOVA, Marina Alexandrovna

Dean of the Faculty of Media Communications and Tourism, Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Doctor of Economic Sciences, Professor, marmor70@mail.ru



МАЛЮШЕНКОВА Екатерина Дмитриевна

аспирантка Санкт-Петербургского государственного экономического университета, emalyushenkova@gmail.com

MALYUSHENKOVA, Ekaterina Dmitrievna

Post-graduate student of the Saint-Petersburg State University of Economics, emalyushenkova@gmail.com

Аннотация.

В статье рассматривается такая инновационная система продвижения индивидуальных и сетевых гостиничных предприятий, как интернет-маркетинг. Выделены и описаны основные составляющие интернет-маркетинга, в числе которых не только продвижение посредством собственного веб-сайта, но и использование социальных сетей и иных интернет-ресурсов. Производится сопоставление и систематизация данных элементов по основным признакам маркетинговых коммуникаций.

Ключевые слова: гостиничные услуги, инновационные технологии, национальный сетевой гостиничный бизнес, маркетинг услуг, интернет-маркетинг.

Abstract.

The article is about innovative system of promotion of individual hotels and national hotel chains such as Internet marketing. The main components are identified and described in this article. They include the promotion through the hotel's own website, as well as the use of social networks and other Internet resources. It provides comparison and systematization of data elements on the main features of marketing communications.

Key words: hotel services, innovations, national hotel chains, service marketing, internet marketing.

На современном этапе рынок гостиничных услуг можно охарактеризовать как насыщенный. Стремительно растущее число гостиничных предприятий, являющееся логичным последствием глобализации, выведшей туризм на новый уровень, вызвано ростом общего благосостояния населения, развитием транспортной системы, а также новым образом мышления, ставящим эмоциональную составляющую превыше материальной (такое переосмысление жизненных ценностей перераспределяет и финансовые потоки, направляя значительную их часть в сферу услуг) [1].

Вышеперечисленные факторы привели к ситуации, когда предложение на рынке гостиничных услуг превышает спрос, а гостиничные предприятия тратят огромные средства на маркетинговые исследования и собственное продвижение в условиях серьезной конкуренции. На современном этапе гостиничные предприятия все чаще занимаются поиском и активным привлечением гостей.

Традиционные системы маркетинговых коммуникаций, способствующие продвижению товаров и услуг на рынке, следующие:

- стимулирование сбыта;
- PR – связи с общественностью;
- личные продажи;
- реклама.

Запуск маркетинговой кампании, как правило, предполагает применение всех систем маркетинговых коммуникаций в комплексе.

Тем не менее необходимость тщательно продуманной маркетинговой стратегии, индивидуальной для каждого гостиничного предприятия, способствует формированию инновационных способов и методов продвижения услуг. Активное развитие информационных технологий позволяет перенести значительный информационный пласт в виртуальное пространство, которым является интернет.

Интернет-маркетинг является инновацией в продвижении гостиничных предприятий как на отечественный, так и на зарубежные рынки. Интернет-маркетинг включает в себя не только продвижение посредством собственного веб-сайта, но активное использование социальных сетей и иных подобных интернет-ресурсов.

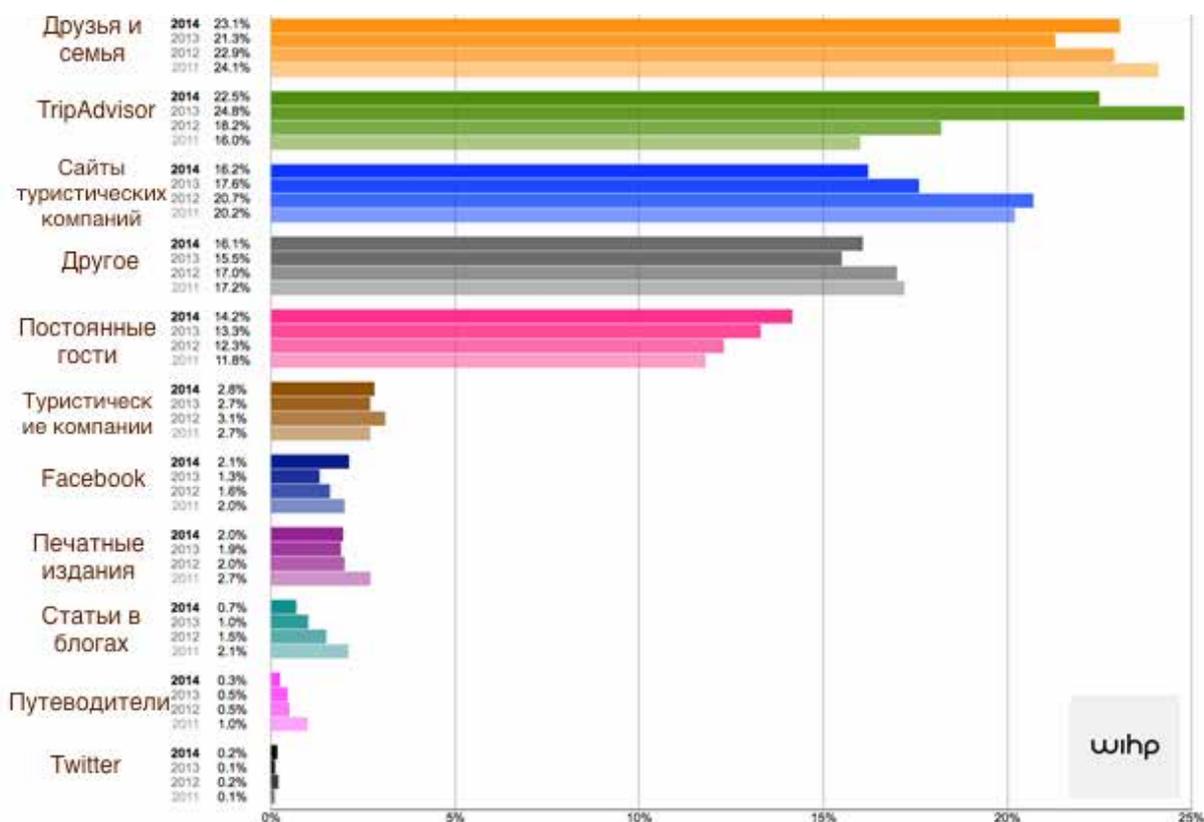
Высокий уровень эффективности продвижения отечественных сетевых гостиничных предприятий на международный гостиничный рынок через интернет объясняется полным отсутствием его границ.

Во-первых, интернет является информационным каналом, доступным во всех регионах (существует закономерность, что регионы, не имеющие доступа к интернет-ресурсу, также не имеют возможности путешествовать, соответственно данный сегмент в статье не берется во внимание).

Во-вторых, объем информации, который можно разместить в интернете и получить через «Всемирную паутину», в сотни и тысячи раз превышает объем, охватываемый туристскими каталогами, рекламными брошюрами и даже отдельными туристско-информационными бюро.

В-третьих, важно помнить об уровне влияния, которое оказывают современные социальные сети на сознание большинства жителей развитых и некоторых развивающихся стран. С помощью этого инструмента можно не только сформировать положительный имидж гостиничного предприятия, но и организовать устойчивые продажи через данный канал. Многие отели предпочитают интернет-продажи личным продажам, а PR посредством социальных сетей традиционным связям с общественностью.

Международная компания WHP (World Independent Hotels Promotion – независимое международное агентство по продвижению), специализирующаяся на интернет-продвижении гостиничных предприятий, регулярно проводит исследования рынка и в дальнейшем публикует аналитические материалы, связанные со спецификой системы продвижения гостиничных предприятий на современном этапе. В ходе проведения одного из исследований, связанного с выявлением наиболее эффективного способа влияния на аудиторию при выборе средства размещения, было опрошено более 12 000 респондентов [2]. На рисунке представлен результат данного исследования, представляющий собой графическое изображение системы распределения информационных потоков, имеющих влияние



Источники ссылок на бронирование номеров
 Источник: официальный сайт компании WHP

на процесс выбора гостиничного предприятия будущим постояльцем (данные представлены за период с 2011 по 2014 год).

Система сарафанного радио занимает лидирующую позицию, тем не менее, стоит выделить и такие инновационные пути, как TripAdvisor, Facebook, Twitter и блоги. Если проследить динамику за период с 2011 по 2014 год, то явно заметно сильное увеличение влияния вышеперечисленных каналов продвижения. В конце 2014 года резко возросла популярность продвижения гостиничных предприятий через Instagram и разного рода мобильные приложения.

В одном из опросов, проведенном международной компанией WHP в 2014 году, участвовало 700 международных отельеров, причем состав респондентов варьировал в категории от эконом-размещения до пятизвездочных люксовых отелей. 77% респондентов ответили, что ставят интернет-продвижение своих гостиничных предприятий в приори-

тете перед другими способами продвижения. 12% респондентов ответили, что пользуются услугами маркетинговых агентств регулярно, 5% обращались в маркетинговые компании для получения помощи в разработке бренда и отказывались от дальнейшего сопровождения деятельности услугами маркетологов, полагаясь на удачно выбранный стиль [2].

Интересный факт, что 33% респондентов из числа отельеров, делающих упор на интернет-продвижение, не отслеживают потоки трафика и пути, за счет которых он достигается. Данный факт можно объяснить новизной направления и соответственно непрофессиональным подходом со стороны маркетологов, желающих следовать последним тенденциям, но не владеющих тонкостями технологического процесса.

По данным компании WHP, с момента активного роста популярности социальных сетей и их использования в качестве инструментов продвижения товаров и услуг неко-

торым гостиничным предприятиям удалось сократить расходы на маркетинг примерно на 30%, что является существенным показателем в рамках системы продвижения как небольшого бюджетного отеля, так и крупного представителя люксового класса.

Говоря о создании сайта для гостиничного предприятия, можно выделить значительное число возможностей, которые открываются перед компанией. В первую очередь, на официальном сайте гостиничного предприятия потенциальный постоялец сможет найти достоверную и исчерпывающую информацию как о самом предприятии, так и об услугах, предоставляемых данным предприятием. Фотографии и 3D изображения позволят потенциальному постояльцу максимально погрузиться в атмосферу гостиничного предприятия и прочувствовать уровень оказываемой услуги еще до заселения. Такой сервис, как карты Google, позволит максимально точно сориентироваться территориально, а он-лайн система бронирования предоставит возможность в момент просмотра и принятия решения сделать бронирование незамедлительно.

Одним из основных элементов продвижения гостиничного предприятия инновационным способом при помощи сети Интернет является продвижение веб-сайта гостиницы в сети. Данную миссию можно осуществить различными способами, такими как:

- продвижение веб-сайта гостиничного предприятия за счет его регистрации в туристских информационных базах и каталогах;
- продвижение веб-сайта при помощи покупки ссылок;
- продвижение веб-сайта при помощи оптимизации тегов;
- продвижение веб-сайта за счет статей;
- активная публикация пресс-релизов и фотоотчетов;
- размещение на веб-сайте уникальной информации, полезной и интересной для потенциального гостя;
- прямая реклама гостиничного предприятия в сети с содержанием ссылки на сайт;

- активный пиар в тематических интернет-форумах, в том числе активное размещение ссылок на сайт.

Создание индивидуального сайта гостиничного предприятия является первым шагом на пути продвижения его в сети Интернет [3]. Однако это далеко не единственный современный инновационный способ продвижения. «Всемирная паутина» предоставляет гораздо более широкий спектр возможностей для реализации интернет-маркетинга, помимо создания собственной страницы.

Очень важным элементом продвижения является внесение гостиничного предприятия в электронную базу глобальных дистрибутивных систем гостиничного бронирования, таких как:

- booking.com;
 - hotels.com;
 - expedia.com;
 - oktogo.ru (для российского пользователя);
 - iglobe.ru (для российского пользователя)
- и др.

Наиболее инновационным способом продвижения гостиничного предприятия на современном этапе является продвижение посредством социальных сетей. Данное направление маркетинга сформировалось недавно, тем не менее пользуется большой популярностью в силу технологической доступности, а также относительной дешевизны.

Продвижение гостиничного предприятия в социальных сетях охватывает сразу два маркетинговых инструмента, таких как пиар и реклама [4]. Помимо прямой рекламы, активное присутствие в социальных сетях способствует созданию благоприятного имиджа гостиничного предприятия. Грамотное ведение страницы отеля в Instagram или на Facebook способствует формированию имиджа гостиничного предприятия как современного и модного.

Основные социальные сети, допускающие размещение рекламы и пиара:

- Facebook (отечественный аналог – Вконтакте);
- Twitter;

- LinkedIn;
- Foursquare;
- Instagram;
- YouTube;
- блоги.

Существуют и иные социальные сети, в том числе и аналоги вышеперечисленных. Как правило, на территории каждой страны распространены не только общепризнанные международные, но и локальные сайты, также предоставляющие широкую возможность для рекламы и пиара [5].

Говоря о продвижении отечественных гостиничных предприятий на зарубежные рынки, оптимальным является вариант использования международных интернет-платформ, без углубления в региональные. Это в первую очередь обусловлено высоким уровнем знания системы пользования и продвижения посредством данных социальных сетей. Ниже будет рассмотрена специфика работы с каждой социальной сетью индивидуально.

До 2011 года администрация Facebook не контролировала процесс ведения страниц, принадлежащих юридическим лицам, то есть компаниям. Проведенное в 2011 году исследование показало, что 84% информации, размещенной в социальной сети на такого рода страницах, является спамом. Такой показатель вынудил администрацию Facebook применить жесткие меры и в кратчайшие сроки очистить сеть от спама. Начиная с этого момента количество страниц, принадлежащих компаниям (юридическим лицам), было резко сокращено, а содержание опубликованных материалов должно было точно соответствовать миссии компании. В противном случае страница блокировалась. Такого рода шаг вынудил владельцев многих компаний серьезно подойти к вопросу интернет-маркетинга и обратиться за помощью в специализирующиеся консалтинговые компании, тем самым выведя Facebook на новый уровень, в качестве одной из основных платформ интернет-продвижения.

Электронный сервис Foursquare позволяет пользователям регистрировать свое местоположение при помощи смартфона, а также отслеживать перемещения других пользователей

данной социальной сети. Помимо этого, гости имеют возможность оставлять комментарии и отзывы, что не только стимулирует сотрудников гостиничного предприятия оказывать услуги на должном уровне, но и является дополнительным фактором в создании положительного имиджа компании в случае наличия большого числа положительных отзывов. Для увеличения потока посетителей гостиничные предприятия часто используют систему бонусов, действующую при регистрации через Foursquare.

Социальная сеть Instagram в 2014 году насчитывала более 200 миллионов пользователей по всему миру. Исследования показали, что около 93% наиболее известных брендов являются активными пользователями Instagram и относят данную социальную сеть к одному из элементов маркетинг-микса.

Инновации интернет-маркетинга, в первую очередь присутствие в социальных сетях, на современном этапе оказались настолько востребованными и актуальными, что владельцы предприятий сферы услуг вынуждены серьезно подойти к данному вопросу, поставив его во главе цепочки решений касательно продвижения услуг предприятия. Эксперты российской консалтинговой компании Mr. Brooks, специализирующейся на маркетинге предприятий сферы услуг (брендинг, коммуникации), утверждают, что последние полтора года компания не выпустила ни одного проекта, где бы интернет-маркетинг не фигурировал в качестве одного из основных элементов продвижения, а затраты предприятий на создание имиджа и рекламу в социальных сетях составляют порядка 30 % от общей стоимости каждого проекта.

Таким образом, можно сделать вывод, что за последние несколько лет произошел прорыв в сфере интернет-маркетинга. Появились новые инновационные платформы для продвижения гостиничных услуг, что, с одной стороны, существенно облегчило процесс взаимодействия с аудиторией, с другой стороны, привело большое количество предприятий сферы услуг, в том числе и гостиничных, к вынужденному освоению новой площадки для продвижения своего бизнеса, что в некоторой степени увеличило затраты на продвижение.

Список литературы

1. Морозова М. А., Малюшенкова Е. Д. Российские особенности развития сетевого гостиничного бизнеса // Актуальные проблемы экономики, управления и образования в сфере рекреации и туризма: Сб. науч. тр. / Отв. ред.: В.С. Боголюбов (науч. ред.), Л. В. Руглова. СПб.; М.: АР-Консалт, 2015. С. 69–75.
2. Официальный сайт компании WHP, специализирующейся на интернет-маркетинге для индивидуальных гостиничных предприятий и гостиничных сетей. URL: <http://wihphotels.com> (дата обращения: 23.06.15).
3. Голубев Г. М., Сазонова Е. В. Тенденции развития туристской отрасли в современных условиях // Петербургский экономический журнал: научно-практический рецензируемый журнал. 2014. № 3. С. 7–14.
4. Аль-Нсур А. А. Инновации в сфере услуг: виды и подходы к классификации // Вестник естественных наук. 2013. № 17 (2). С. 62–65.
5. Шестерикова Н. В. Государственное стимулирование инновационной активности в условиях глобализации экономики // Вестник нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2013. № 3. С. 267–271.

МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЕВЫМИ ИННОВАЦИЯМИ НАУКОЕМКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

INNOVATION MANAGEMENT MECHANISM OF HIGH-TECH ENTERPRISES

УДК 330.49



ЕНИКЕЕВА Лилия Аубакировна

профессор кафедры продюсирования и управления в социально-культурной сфере Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, доктор экономических наук, профессор, Enikeeva_lilia@mail.ru

ENIKEEVA, Liliya Aubakirovna

Professor of the Producing Business and Management in Social and Cultural Sphere Department, Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Doctor of Economics, Professor, Enikeeva_lilia@mail.ru

Аннотация.

В статье рассматривается необходимость управления знаниевыми инновациями наукоемких предприятий и разработки механизма их управления как комплекса методов и моделей управления бизнес-процессами. Разбираются основные этапы реализации предлагаемого механизма управления знаниевыми инновациями. Особое внимание уделено знаниевым инновациям как нематериальной составляющей в части управления нематериальными компонентами и обеспечения информационной безопасности как защиты информации бизнес-процессов на примере научно-производственного концерна.

Ключевые слова: инновационная модель развития, циклические процессы, институциональный подход, человеческий капитал, механизм управления инновациями, знаниевые инновации наукоемких предприятий, информационная безопасность.

Abstract.

The article discusses the need to manage knowledge based innovation research-intensive enterprises and the development of the mechanism of their management as a complex of methods and models of managing business processes. It shows the basic stages of implementation of the proposed management mechanism of knowledge innovation. The paper pays special attention to knowledge innovation as an intangible component of the management of intangible components and information security as information security business processes on the example of scientific-production concern.

Key words: innovative model of development, cyclical processes, the institutional approach, human capital, the mechanism of innovation management, knowledge innovation of high-tech enterprises, information security.

Статья подготовлена на основе исследований, поддержанных грантом Российского научного фонда №14-28-00065.

В условиях глобальной нестабильности экономических систем возрастает роль таких нематериальных составляющих, как знаниевые инновации. Знаниевые инновации – это стратегическая возможность национального развития и пополнения человеческого капитала как на макро-, так и на микроуровне.

Так как процесс накопления капитала сам по себе требует существования иерархической системы, то неизбежно приводит к демографической поляризации населения мира. К тому же развитие экономических систем является скорее циклическим процессом, чем хаосом. Как справедливо отмечает И. М. Валлерстайн в своей работе «Анализ мировых систем и ситуация в современном мире» [1]: «Действительность такова, что мы живем в мире глубокого неравенства, и у нас нет морального права просить кого-то воздержаться от попыток уменьшить это неравенство. Следовательно, мы должны желать “устойчивого развития” для всех, и мы должны признавать требования “культурной” целостности, предъявленные любой группой, любой страной. Если эти требования создают для нас сегодня проблемы, это происходит не потому, что выдвигаются требования, а потому, что ослабевают репрессивные механизмы миросистемы». По его же мнению, «великий всемирный беспорядок» может быть вызван «не борьбой угнетенных, но кризисом структур, которые их угнетают» [1, с. 218].

Достигнутый к настоящему времени уровень глобализации в значительной степени синхронизирует экономическое развитие различных стран [2]. Но не до конца изучены механизмы взаимодействий кризисных явлений в мир-системах, что и объясняет тот факт, что кризисы не локализуются в отдельной части земного шара, а довольно быстро распространяются на все континенты. Например, в виде кризисов политических институтов (Египет, Сирия, Украина), финансовых кризисов (Греция), кризисов природно-климатических и технологических систем (Япония) и т. д.

На наш взгляд, под кризисами следует понимать кризисы институтов мир-систем в рамках единой миросистемы. Институциональный подход к определению кризисов, как эконо-

мических, так и политических, через кризисы институтов позволяет по-новому взглянуть на теорию трансфера кризисов экономической системы в другие системы [3].

Конечно, распространение знаниевых инноваций идет достаточно быстро, если нет искусственных мер их регулирования (например, санкций на распространение и внедрение новых технологий). И. М. Валлерстайн в своей работе говорит о том что: «...вообще-то это могут все. Но это не обязательно означает, что страна или, по крайней мере, большинство ее населения будут жить лучше. Состояние страны или населения может фактически ухудшиться, несмотря на видимое “развитие”. Вот почему мы говорим теперь об “устойчивом развитии”, подразумеваемая нечто реальное и прочное, а не статистический мираж» [1, с. 215].

В понятие инновационной модели развития макросоциальных систем включаются не только материальные компоненты структурных и технологических инноваций, но и нематериальные составляющие ресурсного потенциала, влияющие на экономический рост и благосостояние населения:

- человеческий капитал как совокупность особенностей отдельных индивидов (различные психологические характеристики, социальный статус, свобода [2], культурные ценности, сохранение которых является большим плюсом не только для населения, но и для мира в целом) является движущим фактором экономического роста в инновационной модели развития макросоциальной системы;
- интеллектуально-информационный капитал (интеллектуальная собственность, знаниевый капитал);
- инфраструктурный капитал, регулирующий институциональные условия функционирования экономических систем (интеллектуальные телекоммуникационные и информационные технологии, методы и процессы управления).

Конечно, распространение знаниевых инноваций идет достаточно быстро, если нет искусственных мер их регулирования (например, санкций на распространение и внедрение новых технологий).

Таким образом, трансформации в макросоциальных системах в виде инноваций могут стать действенным катализатором долгосрочного и устойчивого экономического роста всей системы в фазе оживления, что очень важно для преодоления глобальной нестабильности макросоциальных систем [3].

Для России потенциал роста в рамках ее прежней экспортно-сырьевой модели практически исчерпан. Следует переходить от экспортно-сырьевой модели экономического роста к «национальной инновационной модели», включающей накопление знаний.

На наш взгляд, нематериальная составляющая, влияющая на экономический рост и благосостояние граждан, так же важна, как и материальная [4]. Повышение качества жизни определяет вектор социально-экономического развития России.

Например, М. С. Ширшиковой [4, с. 383] предлагается классификация факторов, определяющих качество жизни населения, с делением на нематериальный (внутренний, жизненный и внешний потенциалы) и материальный компоненты.

В то же время нельзя не согласиться с мнением В. Н. Соколова, что, как и в любой сложной системе, в экономике можно выделить несколько структурных уровней (макроэкономика – отрасль – фирма), и каждый характеризуется только ему присущими свойствами и взаимосвязями [5, с. 159]. Там же отмечается, что разработка методологии моделирования стратегий для количественной оценки структурных изменений на всех уровнях имеет стратегическое значение для развития национальной экономики России.

В современных условиях вопросы управления знаниями инновациями наукоемких предприятий достаточно актуальны, когда правительством Российской Федерации взят курс на локализацию производства технологического оборудования на территории России, на стимулирование роста российской экономики за счет введения мер, направленных на внедрение хозяйствующими субъектами передовых технологий, базирующихся на инновациях.

Об идее создать в России фонд развития отечественной промышленности Президент РФ

В. В. Путин высказался еще во время участия в Петербургском экономическом форуме 2014 года. Фонд сформирован в рамках поручений Президента РФ о мерах по стимулированию экономики и замещению импортной продукции отечественной. Разрабатываются меры, направленные на обновление предприятия своего производственного оборудования. В противном случае с данных предприятий будет взиматься дополнительный налог.

Являясь естественной реакцией на объективные процессы расширения масштабов научной и инновационной деятельности, современные промышленные предприятия будут переориентированы на использование таких технологий управления, которые способны интегрировать научную, техническую и производственную функции.

Наиболее интересными, на взгляд автора, в этом смысле являются такие организационные формы, как научно-производственные концерны (НПК).

Научно-производственный концерн – это предприятие, в рамках которого реализуется весь жизненный цикл изделия – от выявления и прогнозирования потребностей рынка до поставки потребителю нужной ему продукции, а также специфические бизнес-процессы, направленные на активное взаимодействие промышленных знаний [6, с.159].

Завершив автоматизацию бизнес-процессов организаций на уровне материальных ресурсов, специалисты-управленцы осознали необходимость управления нематериальными ресурсами.

Так как основным результатом инновационной деятельности НПК являются новые или усовершенствованные продукты (услуги), усовершенствованные технологические процессы или способы производства, нематериальные ресурсы как продукт также нуждаются в управлении.

Система управления бизнес-процессами НПК, таким образом, выступает в качестве инструментальной основы для успешной реализации ее бизнес-процессов в НПК, повышения оперативности принятия управленческих решений, направленных на осуществление инновационно-ориентированных стратегий его развития.

В результате мониторинга ряда промышленных предприятий, проведенного автором, выявлены тенденции отсутствия пристального внимания к проблемам управления нематериальными ресурсами на фоне готовности высшего руководства внедрять комплексные решения по управлению технологическими инновациями.

Такой подход к управлению знаниями, как инновациями, например, позволил бы выявить отставные положения управления нематериальными ресурсами: связь с бизнес-процессами, человеческими ресурсами, инновациями, информационными технологиями. Однако существующие концепции управления промышленными предприятиями еще не адаптированы к существующим бизнес-процессам НПК и не реализуются на предприятиях.

Актуальным, как представляется, является подход к проблемам управления НПК с позиций управления его бизнес-процессами, как материальными, так и нематериальными, в части знаниевых инноваций, что предполагает интеграцию экономических и технологических аспектов с привязкой к существующей системе управления НПК.

Таким образом, все вышеперечисленное обуславливает актуальность разработки механизма управления знаниевыми инновациями наукоемких предприятий на примере НПК, в составе которого необходима разработка моделей управления бизнес-процессами в части управления нематериальными компонентами НПК.

В рамках данной статьи под разработкой механизма управления знаниевыми инновациями наукоемких предприятий на примере НПК понимается разработка комплекса методов и моделей управления бизнес-процессами, включающая следующие обязательные *этапы*:

- разработку концептуальной модели управления бизнес-процессами НПК как сложного социально-экономического объекта, ориентированную на управление знаниями как нематериальным ресурсом НПК;
- формирование блока управления нематериальными ресурсами в системе управления НПК с обозначением его места и роли в системе управления НПК;

- разработку комплекса моделей управления бизнес-процессами НПК с учетом нематериальной составляющей, с помощью которых может быть осуществлена подборка методов количественной оценки эффективности управления в рамках принятой стратегии улучшения промышленной и инновационной политики для обеспечения национальной безопасности РФ;

- разработку методического обеспечения встраивания комплекса экономико-математических моделей управления нематериальными ресурсами в систему управления НПК;

- разработку системы экономической оценки результативности всей системы управления НПК.

С учетом выбранного процессно-ориентированного подхода управления знаниевыми инновациями следует также разработать компетентностно-ориентированную архитектуру системы управления бизнес-процессами НПК на основе особенностей информационной инфраструктуры с использованием инфокоммуникационных технологий, подобрать инструменты ее реализации в НПК.

Информационная инфраструктура НПК как наукоемкого промышленного предприятия включает совокупность программно-технических средств и организационно-административных мероприятий, обеспечивающих в совокупности безопасную обработку данных и информационное обеспечение бизнес-процессов внутри промышленного предприятия, а также адекватные возможности по обмену информацией с внешней средой [7, с. 354].

В рамках информационной инфраструктуры НПК необходимо создать четко работающую инфраструктуру защиты информации бизнес-процессов с точки зрения обеспечения непрерывности бизнес-процессов предприятия. Защита информационных ресурсов прежде всего направлена против различного вида угроз и рисков. Подробнее в [7, с. 357–358; 8]. Информационным ресурсам могут грозить:

- несанкционированный доступ к конфиденциальным данным как извне, так и изнутри структуры, их корыстное использование и разглашение;

- перехват, подмена и искажение информации в процессе передачи;
- целенаправленное искажение, фальсификация или подмена данных при несанкционированном доступе;
- информационное вмешательство в бизнес-процесс.

Процесс управления рисками информационной безопасности включает следующие этапы: планирование, реализацию, проверку, совершенствование и выполнение следующих процедур:

- выбор объектов защиты;
- выбор методологии оценки рисков;
- идентификация активов;
- анализ угроз и их последствий;
- обработка рисков;
- выбор защитных мер;
- переоценка и оценка остаточного риска.

Критерии оценки рисков информационной безопасности должны учитывать стратегическую ценность информационных активов НПК, защищенность информации с позиции конфиденциальности, целостности и доступности. На этапе планирования определение контекста заключается в формулировании цели менеджмента рисков информационной безопасности, разработке критериев принятия риска и определении допустимых уровней риска

В заключение следует отметить, что такой механизм управления знаниями инновациями позволит не только сократить затраты на поддержание инфраструктуры НПК, но и улучшить качество инфраструктуры защиты информации, оценить защищенность бизнес-процессов промышленных предприятий, снизить риски, в результате которых информационные активы теряют конфиденциальность, целостность и доступность.

Список литературы

1. Валлерстайн И. Анализ мировых систем и ситуация в современном мире / Пер. с англ. П. М. Кудюкина, под общ. ред. Б. Ю. Кагарлицкого. СПб.: Университетская книга, 2001.
2. Попова С. М., Шахрай С. М., Яник А. А. Измерение прогресса / Институт социально-политических исследований РАН. М.: Наука, 2010. 272 с.
3. Enikeeva L. A., Torosyan E. K. Formulating Strategies Towards Economic and Technological Retrofitting of Macrosocial Systems // Mediterranean Journal of Social Sciences, MCSER Publishing, Rome-Italy. 2015. Vol 6. № 4. P. 637–641.
4. Ширшикова М. С. Проблемы моделирования качества жизни населения // Научное обозрение. 2015. № 7. С. 382–385.
5. Акаев А. А., Сарыгулов А. И., Соколов В. Н. Структурные изменения в развитых и развивающихся экономиках. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2013. 171 с.
6. Аксенов В. В. Научно-производственные концерны: модели управления // Вестник ИНЖЭКОНа. Сер. Экономика. 2012. № 6(57). С. 158–161.
7. Enikeeva L. A., Stelmashonok E. V., Stelmashonok V. L. Models of optimizing the information security industry infrastructure // Mediterranean Journal of Social Sciences, MCSER Publishing, Rome-Italy. 2015. Vol 6. № 5. P. 353–359.
8. Булочников П. А. Организационная инновация по внедрению системы управления качеством на основе процессного подхода // Петербургский экономический журнал. 2015. № 2. С. 33–40.

АНАЛИЗ МИРОВОГО РЫНКА E-LEARNING И ОБОСНОВАНИЕ АКТУАЛЬНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ФОРМ ОБУЧЕНИЯ В СИСТЕМУ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ

ANALYSIS OF THE E-LEARNING GLOBAL MARKET
AND JUSTIFICATION OF THE RELEVANCE OF THE EDUCATIONAL
INNOVATIVE FORMS INTRODUCTION IN THE HIGHER EDUCATION
SYSTEM OF RUSSIA

УДК 378.1



КУБРАКОВА Александра Александровна

аспирантка Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, kubikspb@mail.ru

KUBRAKOVA, Alexandra Alexandrovna

Post-graduate student of the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, kubikspb@mail.ru

Аннотация.

В данной статье автором проводится анализ мирового и отечественного рынков электронного обучения и определяются особенности их развития. Актуальность изучаемой темы обусловлена мировым распространением электронного обучения как в корпоративном, так и в государственном секторе. Большинство прогрессивных университетов по всему миру используют дистанционные технологии для распространения знаний, получая при этом экономическую эффективность от реализации курсов и программ.

Ключевые слова: мировой рынок e-learning, электронное обучение, дистанционное обучение.

Abstract.

In this article, the author analyses the global and national market of the e-learning and defines the features of their development. The topic is relevant due to the global spread of the e-learning in both corporate and public sector. Most progressive universities around the world use remote technology to disseminate knowledge, while receiving the economic efficiency from the implementation of courses and programs.

Key words: global market for e-learning, e-learning.

Рынок электронного обучения, как и любой другой рынок, подчиняется классическим законам экономики и предназначен для установления непосредственных связей между покупателями и продавцами образовательных услуг и материалов.

Предпосылкой развития электронного обучения (ЭО, e-learning) является формирование рынка бизнес-образования. Учреждения, оказывающие услуги в области бизнес-обучения, оценив эффективность нового способа, стали постепенно переходить на электронный вариант.

Основными участниками рынка ЭО являются поставщики продуктов (рисунок 1) и пользователи (рисунок 2).

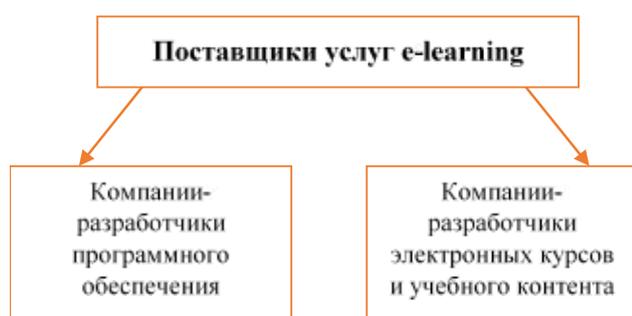


Рисунок 1
Поставщики услуг электронного обучения

Компани-разработчики ПО – это организации, создающие программные платформы для реализации различных видов дистанционного обучения (ДО), разрабатывающие системы управления обучением, системы управления учебным контентом, системы разработки курсов, инструменты для организации и проведения виртуальных занятий. Сюда же относятся компании, занимающиеся консультированием и внедрением системы дистанционного обучения (СДО) в корпоративном, «университетском» и государственном секторах.

Компани-разработчики контента – это организации, занимающиеся наполнением СДО базой знаний для обучающихся в виде готовых библиотек или разработанных под заказ курсов. Основными электронными учебными материалами являются: видеолекции, электронные учебники, слайды, учебные ви-

деофильмы, мультимедийные интерактивные курсы, обучающие CD, симуляция (виртуальная среда, имитирующая реальные условия деятельности), лекция (вебинар) и другие [1].

В России наиболее развитым сегментом среди пользователей ЭО является корпоративный сегмент. Развитию государственного сектора препятствуют ряд проблем, связанных с консервативностью представителей вузов, отсутствием четко прописанного законодательства в этой области, и финансовые затруднения.

На данный момент в области государственного образования обучение с применением дистанционных образовательных технологий (ДОТ) возможно для любой специальности с ограничениями доли электронных и очных форм.

По мнению экспертов в этой области, в ближайшее время тенденция сосредоточения интересов инвесторов в корпоративном секторе уступит главенствующее место сегменту государственного сектора. Наиболее перспективными вложениями станут инвестиции в разработку технологий e-learning в образовании от дошкольного до высшего уровня [1].

Для того чтобы сегодня быть конкурентоспособным на рынке и востребованным среди абитуриентов, вузам необходимо использовать возможности e-learning по полной программе: открывать полноценные подразделения дистанционного обучения и выдавать выпускникам конкурентоспособные дипломы [2]. В настоящее время многие учебные заведения стоят перед выбором сокращения невостребованных специальностей или внедрения электронного обучения. Таким образом, Россия постепенно вступает на путь модернизации высшего образования и догоняет мировые рынки, на которых электронное обучение получило практически повсеместное распространение. Таким образом, в среднесрочной перспективе следует ожидать постепенное снижение объемов очного обучения как в корпоративном секторе, так и государственном.

На сегодняшний день лидером в области ЭО являются США, где более 90% вузов и школ, а также коммерческие организации используют эту инновационную форму обучения. По сравнению с мировым рынком, российский рынок ЭО отстает на 5–7 лет [1].



Рисунок 2
Пользователи электронного обучения

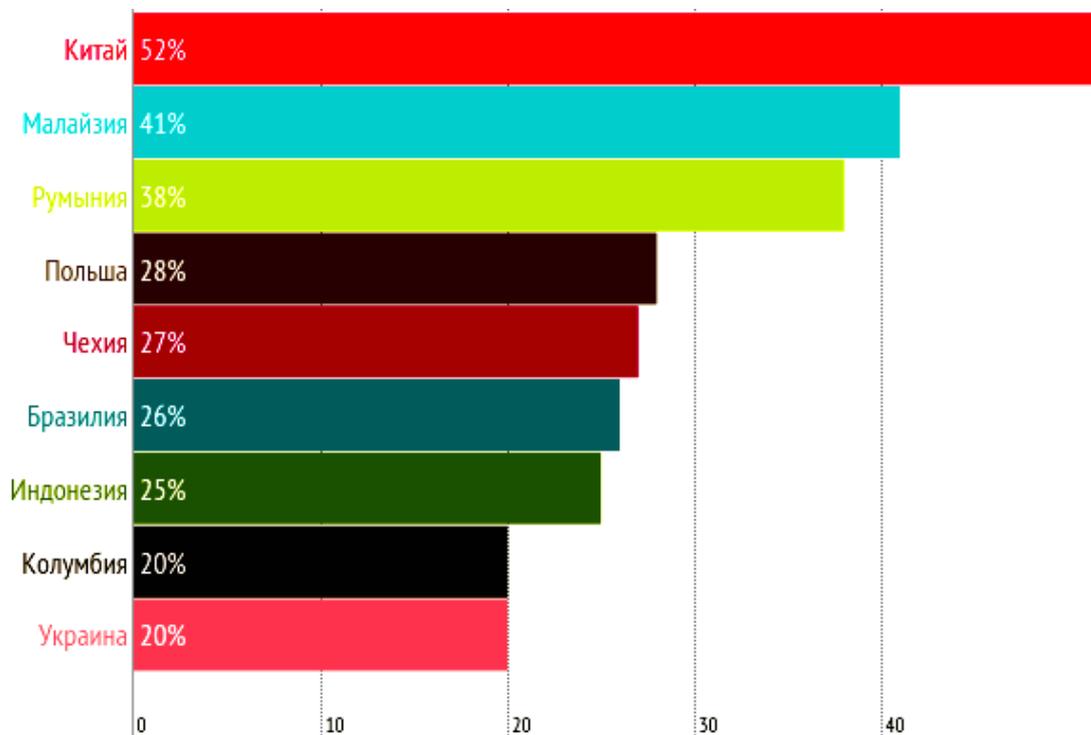


Рисунок 3
Рейтинг стран по темпу роста рынка электронного обучения

Объем мирового рынка e-learning в 2010 году составил 52,6 млрд долл., увеличившись по сравнению с 2007 годом на 32% (40 млрд долл.). На сегодняшний день оборот рынка индустрии e-learning составляет свыше 90 млрд долл. и прогнозируется, что к 2017 году он достигнет 110 млрд долл., таким образом, средний годовой темп роста составляет 7,6% [3].

Темп роста рынка e-learning – важный экономический показатель, который демонстрирует, насколько интенсивно развивается рынок в конкретной стране (рисунок 3). На основе темпа роста инвесторы рассчитывают примерную прибыль, определяют эффективность вложения денег в заграничные проекты по электронному обучению [4].

Наибольший рост показывают страны Азии: Китай – 52%, Малайзия – 41%. Также крупнейшими пользователями электронного обучения являются страны Европы и Латинской Америки (где в настоящее время стремятся экспортировать технологии за пределы региона). В десятку лидеров попала также Украина с темпом роста в 20%. Рынок Ближнего Востока и Африки специалисты считают перспективным с точки зрения вложения в него средств.

Самая большая доля рынка e-learning в мировом секторе принадлежит США. Однако вследствие того, что данная отрасль в США является уже достаточно развитой и действует по большому счету на коммерческой основе, то процент роста рынка в этом регионе небольшой (примерно 7%), в то время как на развивающихся рынках в Европе отрасль ЭО формируется в основном за счет государственных дотаций, и ежегодный темп роста значительно выше – от 20%.

Прогрессивные государства, осознавая важность и необратимость компьютеризации образования, оказывают значительное влияние на учебные заведения с целью внедрения в них электронных форм обучения. В таких странах как Бразилия, Индонезия, Китай, Эфиопия, наоборот, внедрение e-learning встречает сопротивление со стороны властей, прежде всего, в сфере распространения компаний-поставщиков.

С точки зрения интересов государства, электронное образование – это способ уstra-

нения образовательного неравенства, т. е. возможность получения одинакового уровня образования людям, проживающим в разных точках страны. И для его централизованного развития прежде всего необходимы инвестиции [1].

По данным информационно-торговой системы IPOboard, за 2014 год в России большая часть венчурных сделок пришлась на рынок компьютерных технологий, оборудования и мобильных приложений, что говорит о развитии сектора информационно-телекоммуникационных технологий как о приоритетном направлении [3].

В России рынок ЭО начал развиваться с начала 2000-х годов и до сих не выделен в самостоятельную отрасль. Статистические данные по нему отсутствуют, и информация об объемах рынка носит оценочный характер.

По итогам 2014 года объем отечественного рынка e-learning оценен в 9,3 млрд долл. (среднегодовой темп роста на 2014 год составил 16,9%).

Эксперты прогнозируют, что в ближайшей перспективе в связи с реализацией государственных образовательных программ и растущим спросом среднегодовой темп роста достигнет 20–25% (рисунок 4) [3].

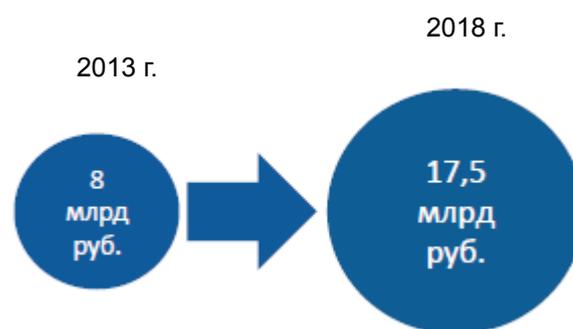


Рисунок 4
Объем рынка e-learning в России

Потенциальный объем рынка в России оценивается очень высоко. Согласно данным «The Economist Intelligence Unit», граждане России тратят около 10 млрд долл. в год на получение дистанционного образования в иностранных университетах. На сегодняшний день потенциальный спрос и реальное предложение

российского рынка e-learning отличаются друг от друга в десятки раз. Рынок будет расти и развиваться как за счет новых потребителей, так и за счет поиска опытными потребителями улучшений существующих систем [1].

С каждым годом онлайн-образование набирает популярность, все больше людей и компаний пользуются электронным обучением и безоговорочно признают его эффективность и удобства. Среди преимуществ e-learning студенты выделяют: сокращение времени на поездки, временную и территориальную гибкость, экономию средств, возможность привлечения экспертов к проведению обучения, большую последовательность в обучении [3].

Зарубежный опыт говорит о том, что при наличии качественного учебного контента и грамотно построенного учебного курса эффективность электронной формы обучения не уступает эффективности традиционной формы обучения. На сегодняшний день это официально признано на уровне ООН и ЮНЕСКО [1].

При этом аналитики компании SRI International, проводившие исследование в течение 12 лет, выявили, что студенты, получившие образование с помощью интернет-технологий, сдали тесты на 9% лучше студентов, получивших образование традиционным очным способом. Данный вывод объясняет, почему электронное обучение стало востребовано во многих сферах жизни человека [3].

В мире технологии e-learning в равной мере востребованы как в сегменте индивидуального образования, так и в сфере корпоративного обучения.

Например, в Германии работодатели ценят дистанционное обучение даже выше очного. И причиной этого является то, что качество этой формы обучения не уступает очным формам, что достигается хорошим информационным обеспечением и качеством экзаменов при отсутствии коррупции.

Развитие рынка электронного обучения в России отстает от мирового рынка, в том числе на уровне государственной поддержки и централизованной организации процесса развития отрасли. В то время, как рынок e-learning Европы и США можно назвать зрелым, в

России и странах СНГ только начинается его становление.

Следует отметить, что на сегодняшний день в России рынок электронного и дистанционного образования в отличие от европейского развивается бессистемно и без четко прописанного законодательного регулирования. Комиссией Европейского сообщества был определен проект развития электронного обучения прежде всего как базы завтрашнего образования. Разработанная стратегия подразумевает объединение всех участников рынка для оптимального взаимодействия с целью наиболее эффективного развития e-learning. Для этого поставлен ряд задач: обучение компьютерной грамотности всех учеников, заканчивающих школу, введение диплома о базисных навыках работы на компьютере, возможность переводить студентам дистанционного образования результаты своих зачетов в другие вузы, создание комитета, ответственного за дальнейшее развитие отрасли, и многое другое. В Европе более 77% университетов уже имеют необходимый технический функционал и соответствующий профессорско-преподавательский состав для ведения дистанционного обучения, а для 65% вузов развитие e-learning – важнейший приоритет настоящего времени. Подобный системный подход необходим и российскому законодательству в области инновационных форм обучения, чтобы обеспечить эффективное развитие отрасли в ближайшее время.

В настоящее время в России есть всего несколько вузов, которые могут вести электронное обучение от первой до последней дисциплины, направления или специальности. Лидерами отечественного рынка дистанционного обучения являются Томский государственный университет управления и радиоэлектроники, Тюменский государственный университет, Московский институт менеджмента, экономики и права, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, Российский новый университет, Институт магистерской подготовки МЭСИ, Moscow Business School и другие [1].

В апреле этого года Минобрнауки РФ объявило о создании национальной платформы

онлайн-образования, главным направлением которой будет являться перевод в систему открытого обучения базовых дисциплин, изучаемых с 1-го по 3-й курс бакалавриата. Она будет объединять всех участников проекта: восемь университетов, которые уже задействованы в создании обучающих курсов, университеты, которые будут использовать курсы и встраивать их в свои образовательные программы, а также студентов.

Исходя из этого, можно констатировать, что в нашей стране уже приняты меры по изменению отношения к дистанционному обучению, к пониманию того, что оно может быть эффективным и удобным. Следующий шаг – предоставить студентам возможность

выбора электронного обучения как альтернативы традиционному очному [5].

Таким образом, системное, целенаправленное формирование путей развития образования необходимо для престижа нашей страны и возможности экономить бюджетные средства в условиях экономической нестабильности, одновременно вовлекая большее количество людей в образовательный процесс. Создав электронное поле передачи качественного образовательного контента сначала в отдельных вузах страны, а затем и в общенациональном масштабе, мы сможем решить проблему экономической оптимизации высшего образования и обучения российских студентов вне зависимости от их места жительства и результатов ЕГЭ.

Список литературы

1. Обзор Мирового и российского рынка электронного обучения // Первый online-магазин «Все для дистанционного обучения, online-коммуникаций, автоматизации работы HR». URL: <http://ra-kurs.spb.ru/2/0/3/1/?id=42> (дата обращения: 15.06.2015 г.).
2. Как у нас, и как у них: российский и западный рынки E-learning как не поддающиеся сравнению // Блог про eLearning и сферу онлайн обучения, аналитика, обзоры. URL: <http://teachbase.ru/blog/elearning/> (дата обращения: 01.06.2015 г.).
3. Обзор рынка прямых и венчурных инвестиций. 2014 г. // IPOboard. <http://ipoboard.ru/files/cms/200dff3c0e542cd52294f166a762cfe0> (дата обращения: 12.06.2015 г.).
4. 10 свежих фактов об eLearning, которые вы должны знать. URL: <http://geektimes.ru/company/teachbase/blog/247454/> (дата обращения: 03.06.2015 г.).
5. Зачет за MOOC. Что известно о российской национальной платформе открытого образования // Edutainme. URL: <http://www.edutainme.ru/post/russian-national-mooc/> (дата обращения: 15.06.2015 г.).
6. Кроливецкий Э. Н. Перспективное планирование экономических результатов и эффективности функционирования отраслевой составляющей сферы услуг // Петербургский экономический журнал. 2013. № 2. С. 46–50.

О РОЛИ УНИВЕРСИТЕТОВ В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНОВ

THE ROLE OF THE UNIVERSITY IN THE REGIONAL INNOVATIVE DEVELOPMENT

УДК [001.895:378.4]:332.122



ПОГОДАЕВА Таисья Владимировна

доцент кафедры мировой экономики и международного бизнеса Тюменского государственного университета, кандидат экономических наук, доцент, taisyapogodaeva@gmail.com

POGODAEVA, Taisya Vladimirovna

Associate Professor, the World Economy and International Business Department, the Tyumen State University, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, taisyapogodaeva@gmail.com



ЖАПАРОВА Дарья Владимировна

аспирантка Тюменского государственного университета, daria_90@mail.ru

ZHAPAROVA, Daria Vladimirovna

Post-graduate student of the Tyumen State University, daria_90@mail.ru

Аннотация.

Анализ системы высшего образования России показал, что развитие классических университетов не соответствует глобальным образовательным тенденциям. Результаты эконометрического анализа доказывают, что наличие «сильного» университета выступает значимым фактором инновационного развития региона. Необходимость перехода Тюменской области от сырьевого к инновационному типу развития требует интенсивной трансформации системы высшего образования и формирования предпринимательских университетов.

Ключевые слова: предпринимательский университет, инновационный территориальный кластер, Тюменская область.

Abstract.

The analysis of the Russia's higher education system revealed that the development of universities is contrary to the global educational trends. The results of econometric analysis indicate that the presence of a strong university is a significant factor of innovative development. The need of the Tyumen region's transition to a knowledge economy requires transformation of the higher education system and the formation of entrepreneurial universities.

Key words: entrepreneurial university; innovative regional cluster; Tyumen region.

Многолетний опыт свидетельствует, что освоение Тюменской области проводилось в логике индустриального развития, в основе которого были заложены преимущественно вертикальные связи федерального центра и крупных нефтегазовых компаний, осваивающих месторождения региона. Все остальные сферы регионального развития, будь то наука или образование, занимали ярко выраженное подчиненное положение. Данная модель организации регионального развития претерпела некоторые изменения, но базовая конструкция применяется и в настоящее время. Однако история экономического развития развитых стран отчетливо рисует единственный путь успеха – это осознание обществом приоритета инновационного развития, повышение качества образования, высокий уровень финансирования науки, минимизация административных барьеров для ведения бизнеса, обеспечение эффективного процесса трансфера и коммерциализации технологий, «дружественность» к инновациям правовой, финансовой и налоговой систем. Мировой опыт свидетельствует, что институциональной основой построения эффективной инновационной системы выступает формирование партнерских отношений между тремя акторами инновационного развития: бизнесом, властью и образовательно-научными центрами – университетами. Новая конфигурация социума, в рамках которой обеспечивается целостность инновационного процесса, так называемый большой инновационный цикл, наиболее полно представлена в модели «тройной спирали» Г. Ицковича [1]. Ведущая роль в модели «тройной спирали» принадлежит предпринимательским университетам. В индустриальном обществе университет готовит специалистов, осуществляет фундаментальные и прикладные научные исследования, но очень редко участвует в процессах трансфера и коммерциализации технологий, запуска малых инновационных фирм. Постиндустриальное общество предъявляет в корне иные требования к университетам, они становятся центрами, генерирующими технологии и новые формы предпринимательства. Предпринимательский университет становится местом

организации непрерывного потока генерации знаний и новых форм предпринимательства, их трансформации в инновации.

Важность университетов для регионального развития уже не сводится к традиционной образовательной компоненте, обеспечению экономики высококвалифицированными специалистами. Функции университетов обогащаются, университеты выступают основной базой для проведения научных исследований, создают условия для технологического, социально-экономического развития регионов, накопления научно-педагогического потенциала. Университеты выступают «полюсами притяжения» в свой регион предприятий из наукоемких отраслей, становятся региональными центрами предпринимательской активности [2; 3; 4; 5].

Понятие «предпринимательский университет» вошло в научный мир в середине 1990-х годов и с тех пор привлекает к себе активное внимание. Однако единство подхода к пониманию данной категории до сих пор отсутствует. Согласно Б. Кларку, основным признаком предпринимательского университета является отсутствие боязни коммерциализовать генерацию и распространение знаний, работники не видят в коммерциализации опасности для академических традиций и качества образования [4]. Г. Н. Константинов и С. Р. Филонович определяют предпринимательский университет как высшее учебное заведение, которое систематически прилагает усилия по преодолению ограничений в трех сферах – генерации знаний, преподавании и преобразовании знаний в практику – путем инициирования новых видов деятельности, трансформации внутренней среды и модификации взаимодействия с внешней средой [6].

Общей тенденцией инновационного развития развитых и ряда развивающихся стран выступает активное формирование и развитие инновационных кластеров, представляющих собой концентрацию всех участников инновационных процессов вокруг ядра, которым на современном этапе становится университетский или научно-исследовательский комплекс. Включение университетов региона в кластеры позволяет обеспечить региону конкурентные

преимущества: инвесторы смогут осуществлять инвестиции одновременно в реальные секторы экономики и в образовательные, и научно-исследовательские процессы [2].

Последние десятилетия развития сферы высшего образования прошли под знаком интенсивных и масштабных преобразований, обусловленных тремя основными векторами: во-первых, потребностями социально-экономического развития стран, связанными с формированием экономики нового технологического уклада; во-вторых, усилением интеграционных процессов в самой системе высшего образования и формированием глобального образовательного пространства; в-третьих, повышением среднего возраста формирования профессиональных компетенций и распространением концепции «непрерывного» обучения.

Для российской системы высшего образования (ВО) развитие указанных тенденций совпало с беспрецедентными по масштабу внутренними реформами, затрагивающими все стороны образовательного процесса – его структуру, функции, содержательные характе-

ристики и технологии обучения. Либерализация системы высшего образования в 90-е годы привела к значительному расширению отрасли, так, за период 1990–2008 годы (таблица 1) число вузов увеличилось в 2,2 раза, численность студентов – в 2,7 раза, численность профессорско-преподавательского состава (ППС) вузов – в 1,8 раза. В ходе «образовательной» эйфории доля занятых с высшим образованием в общей численности занятых увеличилась в два раза. Однако, столь интенсивная динамика не могла не сказаться на качестве образовательных услуг. Массовизация высшего образования и снижение «входных» требований в совокупности с погоней вузов за прибылью привели к тому, что образовательный процесс в российских вузах приобрел откровенно имитационный характер. Коммерческие ориентиры университетов очень опасны, так как влекут за собой разрушение академических традиций [7]. В итоге страна получила «фабрику дипломов» социально-экономических и юридических направлений при сокращении выпуска физико-математических, инженерных и естественнонаучных кадров.

Таблица 1

Основные показатели системы высшего образования в России в 1990–2013 годах

Показатели	1990	2000	2005	2008	2010	2012	2013
Число образовательных учреждений ВО, ед.	514	965	1068	1134	1115	1046	996
Численность студентов в образовательных учреждениях ВО, тыс. чел.	2824,5	4741,4	7064,6	7513,1	7049,8	6075,4	5646,7
Численность студентов в учреждениях ВО на 10000 чел. населения, чел.	190	327	493	526	493	424	393
Численность ППС в организациях ВО (штатный персонал), тыс. чел.	219,7	279,6	358,8	404,6	356,8	342,0	319,3
Доля занятых в экономике с высшим образованием, %	16,1*	24,7	26,2	27,9	29,1	30,4	31,7

* данные по состоянию на 1992 год.

Источник: составлено автором на основе данных [8].

По данным доклада Education at a Glance [9], Россия уступает странам-членам Организации экономического сотрудничества и развития (ОЕСД) по уровню расходов на высшее образование по отношению к ВВП – 1,4%, для сравнения: в Канаде данный показатель составляет 2,8%, США – 2,8%, Финляндии – 1,9%, Нидерландах – 1,8%, Израиле, Норвегии, Швеции – 1,7%, в среднем по странам ОЕСД – 1,6%. Улучшение финансирования российских вузов, отмеченное в последние годы, привело к повышению доли расходов на ВО по отношению к ВВП на 75% (с 0,8% в 2008 году). Расходы на 1 студента (постоянные цены в России в 2011 году) составили 7424 долл. США, это ниже, чем во всех странах ОЕСД, и существенно ниже развитых стран, так в США расходы на 1 студента были равны 26021 долл., в Швейцарии – 22882 долл., Швеции – 20818 долл., Дании – 21254 долл., в среднем по странам ОЕСД – 13958 долл. Кроме того, в 2005–2011 годах в России наблюдалось сокращение расходов на 9%, на фоне роста по странам ОЕСД на 10%. Анализ структуры расходов на высшее образование говорит о том, что при сопоставимой доле расходов частного сектора в России и странах ОЕСД (0,2%) доля расходов государственного сектора в России ниже – 1,4% против 1,6% в среднем по сравниваемой группе стран.

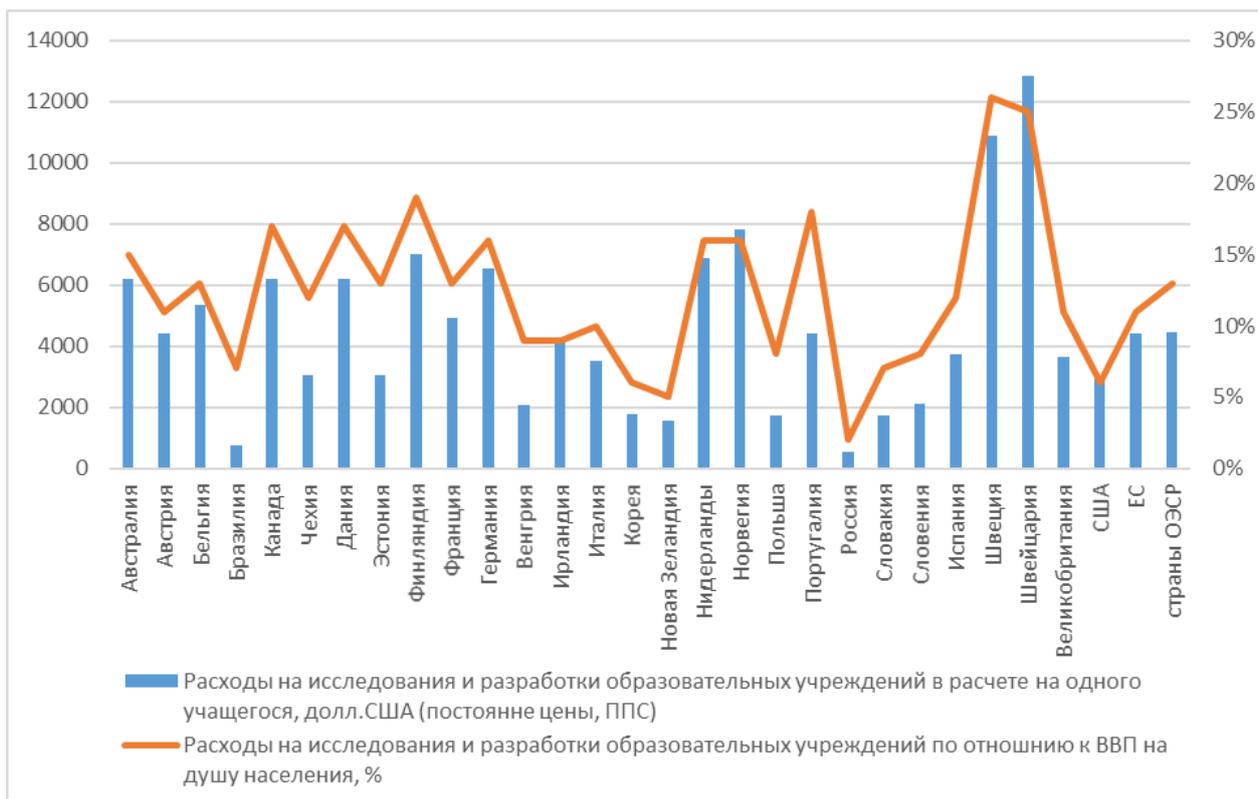
Анализ системы высшего образования в России с точки зрения глобальных «векторов» развития позволяет сделать следующие выводы:

1. Необходимость скорейшего преодоления избыточной зависимости России от экспорта сырья с выходом в экономику знаний, наукоемких производств, высоких технологий и интенсивных инноваций меняет запросы к системе высшего образования. Мировой опыт формирования высокотехнологичных кластеров опирается, прежде всего, на фундаментальные исследования передовых предпринимательских университетов. Анализ объемов расходов на НИОКР организаций высшего образования России и стран ОЕСД наглядно демонстрирует «слабость» позиций российских вузов в развитии научно-исследовательской сферы. Научные исследования

и разработки не являются стратегическими приоритетами высших учебных заведений в России, затраты на НИОКР в общем объеме расходов в 2011 году составляли 7% (в среднем по странам ОЕСД – 32%). В современном мире система высшего образования базируется на тесной интеграции образования (в том числе формирование деловой системной компетенции), научных исследований и новых форм предпринимательства. Российские вузы идут по пути реализации традиционных функций, образовательный процесс базируется на учебном плане, сводящемся к конфигурации учебных программ, обслуживаемых лекциями и семинарами. Следовательно, система ВО идет вразрез не только с глобальными трендами, но и с потребностями экономики страны (рисунки).

2. Интенсификация глобализационных процессов сформировала тенденцию к формированию единого образовательного пространства как наиболее эффективной формы реализации образовательного и научно-исследовательского процессов. В качестве одного из показателей включенности в интеграционные процессы сферы образования выступает академическая мобильность. Доля иностранных студентов в общей численности обучающихся по программам высшего образования в России в 2012 году составила 2%, что соответствует уровням Словении и Эстонии, но значительно уступает развитым странам, в частности, в Великобритании данный показатель составляет 17%, Швейцарии – 16%, среднее значение по странам ОЕСД – 8%. В рейтинге национальных систем высшего образования, составляемого Melbourne Institute of Applied Economic and Social Research (University of Melbourne), Россия в 2014 году заняла 35-е место, пропустив вперед Китай, Чили, Сербию и Венгрию. Наихудшие позиции отмечены по индексу «подключение», что еще раз подчеркивает слабую связь университетов с бизнесом, отсутствие практики кооперации и низкий уровень интеграции в глобальную среду.

3. В настоящее время роль образования в процессе развития человеческого капитала не ограничивается подготовительным этапом для профессиональной деятельности, а становится



Расходы образовательных учреждений на исследования и разработки, 2011 год

Источник: составлено автором на основе данных [9].

одним из ведущих факторов его воспроизводства и активной динамики. Непрерывный характер образовательного процесса позволяет осуществлять развитие способностей человека в течение жизни, максимально раскрывать творческий и интеллектуальный потенциал и обеспечивать устойчивость сформированных компетенций. Сравнение показателей доли лиц, зачисленных в образовательные учреждения, по разным возрастным категориям, выявляет следующее. В России в возрасте 15–19 лет 83% населения участвуют в образовательных процессах, данный уровень соответствует среднему по странам ОЭСД значению. Но изучение возрастных групп 20–29 и 30–39 лет позволяет выделить меньший уровень включенности населения в образовательные процессы, 21 и 4% соответственно. В странах ОЭСД среднее значение доли лиц, включенных в образовательный процесс, составляет 28% для группы 20–29 лет и 6% для группы 30–39 лет. Данный факт может быть объяснен не-

готовностью вузов предложить конкурентоспособные и качественные программы для данных групп населения.

Проведенный анализ свидетельствует о том, что система высшего образования идет вразрез с глобальными образовательными трендами, не соответствует приоритетам социально-экономического развития России на современном этапе, а также ограничивает возможности страны по формированию конкурентоспособной инновационной модели экономики. Последние годы система ВО в России живет в условиях постоянных изменений, скорость которых настолько высока, что ошибки выбора направления реформ стали обычным делом, о чем косвенно свидетельствует значительная волатильность регулирующих параметров и непрекращающиеся изменения образовательных стандартов. Отсутствие четких и ясных ориентиров проводимых преобразований приводит к колоссальному количеству внутренних про-

тиворечий, появлению откровенно противоречащих друг другу инициатив. Ряд авторов отмечают тенденцию к сворачиванию диалога между властью и экспертами, что приводит к отрыву реформ от реальных потребностей общества [10]. В сложившихся условиях необходима скорейшая трансформация системы ВО, в качестве основы данного процесса, на наш взгляд, должно стать формирование системы предпринимательских университетов, функционирующих в тесной взаимосвязи с бизнесом и властью.

В настоящее время регионы России стоят перед лицом сложной, но необходимой задачи – повышение конкурентоспособности региональных экономик посредством стимулирования инновационного развития территорий. Высокая эффективность и результативность кластерной политики в ведущих странах мира привела к выдвижению инициативы развития инновационных территориальных кластеров в регионах России. Министерством экономического развития РФ был проведен конкурсный отбор пилотных программ развития. В рамках процедуры конкурсного отбора учитывались следующие группы (блоки) критериев:

- научно-технологический и образовательный потенциал кластера;
- производственный потенциал кластера;
- качество жизни и уровень развития транспортной, энергетической, инженерной и жилищной инфраструктуры территории базирования кластера;
- уровень организационного развития кластера.

По результатам отбора из 94 конкурсных заявок были отобраны пилотные программы развития 25 территориальных кластеров 19 регионов России.

Изучение опыта инновационного развития США и стран Западной Европы свидетельствует, что на протяжении длительного времени ведущими акторами «тройной спирали» были корпорации-гиганты, но последние десятилетия высокотехнологичные кластеры, как правило, возникают на базе ведущих университетов, осуществляющих фундаментальные и прикладные научные исследования, тесно взаимодействующих с промышленностью и

внедряющих знания в практику. Примерами могут служить биотехнологические кластеры штатов Массачусетс, Калифорния и Северная Каролина.

Учитывая данную тенденцию, был проведен анализ выделенных в России пилотных программ развития инновационных кластеров на предмет качественных характеристик «якорных» вузов. Для этих целей в работе использовался рейтинг вузов России, составляемый ежегодно агентством «Эксперт РА» [11]. Интегральная оценка вузов производилась на основании анализа статистических показателей и результатов опросов следующих целевых групп: студенты и выпускники, представители академического и научного сообществ, представители компаний-работодателей. Итоговый индекс включает следующие интегральные факторы: условия для получения качественного образования, уровень востребованности работодателями выпускников, уровень научно-исследовательской активности вуза. Для определения качества «якорных» вузов в выделенных инновационных территориальных кластерах использовались два интегральных фактора, входящих в рейтинговую оценку: «качество образования» и «уровень научно-исследовательской активности». Для оценки степени влияния качества университетов на инновационное развитие территорий нами были выделены две группы регионов, являющихся территориями размещения пилотных кластеров (таблица 2).

Важным направлением исследования является оценка влияния инновационных факторов на социально-экономическое развитие выделенных групп регионов. С этой целью была проведена эконометрическая оценка взаимосвязи инновационного развития региона и валового регионального продукта на душу населения на основе годовых данных Федеральной службы статистики за период с 2010 по 2013 год (таблица 3).

Следует отметить, что при построении корреляционной матрицы между вышеуказанными переменными была выявлена сильная взаимосвязь между внутренними затратами на научные исследования и разработки и количеством персонала, занятого научными

Таблица 2

Типология регионов по концентрации кластеров с сильными/слабыми «якорными» вузами

Регионы, в которых концентрируются кластеры с сильными «якорными» вузами	Регионы, в которых концентрируются кластеры со слабыми «якорными» вузами
Красноярский край, Москва, Московская область, Новосибирская область, Нижегородская область, Самарская область, Санкт-Петербург, Свердловская область, Республика Татарстан, Томская область	Алтайский край, Архангельская область, Калужская область, Кемеровская область, Пермский край, Республика Башкортостан, Республика Мордовия, Ульяновская область, Хабаровский край

Таблица 3

Результаты оценки влияния инновационной активности регионов с наличием инновационных территориальных кластеров на показатель ВРП на душу населения

Объясняющие переменные	Зависимая переменная – валовой региональный продукт на душу населения
	Модель within со случайными эффектами
Затраты на технологические инновации, % к валовому региональному продукту	510394 (355667)
Объем инновационных товаров, работ и услуг, % к валовому региональному продукту	43682,8 (59540,5)
Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками на 10 тыс. экономически активного населения	6874,00 (4765,65)
Численность исследователей с учеными степенями на 10 тыс. экономически активного населения	92858,3 (40192,4)
Количество аспирантов и докторантов на 10 тыс. экономически активного населения	-22487,1 (26726,4)
Коэффициент изобретательской активности	61227,4* (19532,8)
Число созданных передовых производственных технологий на 10 тыс. экономически активного населения	2,25* (752650)
Количество используемых передовых производственных технологий на 10 тыс. экономически активного населения	8976,23 (8418,99)
Отношение поступления патентных заявок к количеству исследователей	10877,6 (47861,3)
Константа	230936* (59068,2)
Количество наблюдений	48
Количество регионов	16
Within R-квадрат	0,97

Примечания:

* – значимость на уровне 1%.

В скобках указаны стандартные ошибки.

исследованиями и разработками. Данная связь свидетельствует о том, что основная часть затрат на научные исследования и разработки идет на оплату труда персонала, занимающегося научными исследованиями. Это говорит о том, что финансируется не результат научно-

исследовательской деятельности, а ее процесс. По результатам корреляционного анализа показатель «внутренние затраты на научные исследования и разработки в процентах к валовому региональному продукту» был исключен из модели.

Полученные оценки были проверены на эконометрическую корректность, в результате были выбраны модели с наилучшими качественными характеристиками. Выбор моделей осуществлялся между сквозной регрессией, регрессией с фиксированными индивидуальными эффектами и регрессией со случайными индивидуальными эффектами посредством тестов Вальда, Бройша-Пагана и Хаусмана. По результатам проведенных тестов была выбрана модель со случайными эффектами как наиболее корректная (таблица 3).

Представленные в таблице 3 результаты свидетельствуют о влиянии лишь нескольких показателей инновационного развития на социально-экономическое развитие региона с наличием инновационных территориальных кластеров. Значимыми являются показатели: «коэффициент изобретательской активности», «число созданных передовых производственных технологий на 10 тыс. экономически активного населения». Кроме того, результаты исследования демонстрируют отсутствие значимого влияния показателей, характеризующих процесс внедрения инноваций. Стоит отметить, что наиболее подходящей моделью регрессии была модель со случайными эффектами, которая применяется в том случае, если выбор объектов осуществляется случайным образом из большой генеральной совокупности элементов, а случайный эффект не коррелирован с регрессорами. Таким образом, в представленной выборке регионов индивидуальные различия носят случайный характер. В связи с этим становится необходимым оценить степень влияния инновационной активности на социально-экономическое развитие тех регионов, где якорем формирования инновационных территориальных кластеров является сильный университет (таблица 4).

Анализ результатов по группе регионов с наличием инновационных территориальных кластеров с сильными вузами позволяет заключить, что практически все регрессоры оказывают значимое влияние на показатель ВРП на душу населения. Это подтверждает сделанный выше вывод о том, что важным элементом инновационной системы является наличие сильных университетов, взаимодействующих

с бизнесом, генерирующих и внедряющих инновации. Таким образом, необходимой тенденцией инновационного развития должна стать концентрация всех участников инновационных процессов вокруг ядра, которым выступает университет. Именно такая модель инновационного развития позволяет инновационной деятельности являться двигателем социально-экономического развития регионов.

Стоит отметить наличие отрицательного влияния показателей «число аспирантов и докторантов на 10 тыс. экономически активного населения» и «отношение поступления патентных заявок к количеству исследователей». Ситуацию с количеством аспирантов и докторантов можно объяснить неэффективностью российской аспирантуры, что связано с довольно низким уровнем научных требований на всех этапах оценки работ, недостаточным сроком учебы в технической аспирантуре, низким уровнем стипендий (стипендия российских аспирантов в 50 раз меньше стипендий аспирантов США и стран Западной Европы), что вынуждает аспирантов работать, а диссертационным исследованием заниматься по остаточному принципу. Перечисленные факторы, безусловно, сказываются на относительно низком качестве диссертационных работ. Отрицательное влияние показателя «отношение поступления патентных заявок к количеству исследователей» на ВРП на душу населения региона свидетельствует о слабой склонности к внедрению инновационных продуктов в производство.

Тюменская область амбициозно ставит задачи по формированию инновационных кластеров. Большой потенциал связан с освоением циркумполярной зоны. Арктические проекты должны создать мощный инновационный импульс в целом спектре направлений развития науки и техники. Очевидно, что данный процесс предполагает изменение роли университета. Модель «тройной спирали» объединяет инновационные усилия вузов, бизнеса и государства при центральной роли предпринимательского университета. Формирование университета данного типа требует сосредоточения усилий на трех основных направлениях:

Таблица 4

Результаты оценки влияния инновационной активности регионов с наличием инновационных территориальных кластеров на показатель ВРП на душу населения по группе регионов с наличием «сильного» вуза

Объясняющие переменные	Зависимая переменная – валовой региональный продукт на душу населения
	Модель within с фиксированными эффектами
Затраты на технологические инновации, % к валовому региональному продукту	4,17* (602670)
Объем инновационных товаров, работ и услуг, % к валовому региональному продукту	225838 (80517,0)
Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками на 10 тыс. экономически активного населения	12568,6* (2967,12)
Численность исследователей с учеными степенями на 10 тыс. экономически активного населения	332440* (58821,6)
Количество аспирантов и докторантов на 10 тыс. экономически активного населения	-216516* (48034,3)
Коэффициент изобретательской активности	50597,3* (4908,53)
Число созданных передовых производственных технологий на 10 тыс. экономически активного населения	3,39* (599116)
Количество используемых передовых производственных технологий на 10 тыс. экономически активного населения	47876,7* (10109,1)
Отношение поступления патентных заявок к количеству исследователей	-368757* (74554,7)
Константа	417443* (59068,2)
Количество наблюдений	27
Количество регионов	9
Within R-квадрат	0,96

Примечания:

* – значимость на уровне 1%.

В скобках указаны стандартные ошибки.

Во-первых, модернизация процесса подготовки студентов в университетах с акцентом на формировании у них системной деловой компетенции предпринимательского видения и действия. Необходимо осуществлять подготовку специалистов, обладающих знаниями, навыками и компетенциями, позволяющими профессионально анализировать, правильно оценивать ситуации практической деятельности и успешно решать реальные проблемы профессиональной деятельности и современного бизнеса на предприятиях и в организациях Тюменского региона, России и любой развитой страны мира.

Во-вторых, формирование и развитие инфраструктуры инновационной деятельности

вузов с акцентом на создание среды, благоприятной для обмена идеями, разработки адекватных проектов и бизнес-планов, формирование команд из числа студентов, аспирантов, ученых, преподавателей, сотрудников университетов и партнеров университетов.

В-третьих, формирование и развитие университетских малых инновационных фирм (старт-апов) не только в качестве ключевых субъектов коммерциализации результатов НИОКР, но и как объектов мониторинга, научных исследований инновационных процессов и площадок инновационных практик для студентов, аспирантов, ППС университетов. В этом направлении необходимо практически

реализовать следующие принципы организации процесса обучения.

1. Поэтапное формирование соответствующих навыков и компетенций на всех стадиях обучения студента, начиная с решения учебных задач, заканчивая обучением на основе решения реальных производственных и научных задач в ходе выполнения конкретных проектов.

2. Комплексный подход к формированию навыков и компетенций, предполагающий межпредметное и междисциплинарное взаимодействие студентов, преподавателей и ученых.

3. Формирование указанных навыков и компетенций на постоянной основе путем:

- создания организационных структур, площадок, лабораторий, проектных мастерских, содействующих осуществлению деятельности по формированию указанных навыков и компетенций;

- явного включения способов их формирования (проектные сессии, аналитические сессии, организационно-деятельностные игры, мастер-классы) в образовательные программы и планирование наряду с традиционными учебными работами.

Кроме того, новая конфигурация инновационного пространства, представленного властью, бизнесом и «наукой-образованием», базируется на устойчивых взаимосвязях ключевых акторов. Однако формирование такой конфигурации невозможно без сбалансированных, согласованных стратегий, которые реализуют университеты и власти региона. В качестве «общего дела», которое потребует налаживания партнерских взаимоотношений между основными участниками и обеспечит благоприятную среду для формирования региональной инновационной экосистемы, является создание инновационных региональных кластеров.

Список литературы

1. *Etzkovitz H., Leydcsdorff L.* The Dynamic of Innovations: from National System and «Mode 2» to a Triple Helix of University-Industry-Government Relations Research Policy. 2000. P. 109–129.
2. *Телегина Н. А., Краковецкая И. В.* Концептуальные основы зарубежного опыта влияния деятельности университетов на процесс инновационного развития // Вестник Томского государственного университета. 2008. № 312. С. 150–156.
3. *Slaughter S., Leslie L. L.* Academic capitalism. Politics, policies and the entrepreneurial university. Baltimore London: The Johns Hopkins University Press, 1997.
4. *Clark B. R.* Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. Issues in Higher Education. Oxford: Pergamon Press for International Association of Universities. 1998.
5. *Mowery D. C., Sampat B. N.* Universities in National Innovation Systems. In J. Fagerberg, D. C. Mowery & R. R. Nelson (Eds.), The Oxford Handbook of Innovation (P. 209–239). Oxford and New York: Oxford University Press, 2004.
6. *Константинова Г. Н., Филонович. С. Р.* Что такое предпринимательский университет // Вопросы образования. 2007. № 1. С. 49–53.
7. *Бок Д.* Университеты в условиях рынка. Коммерциализация высшего образования. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012.
8. Россия в цифрах, 2014 // Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1135075100641 (дата обращения: 01.10.2015).
9. OECD (2014), Education at a Glance 2014: OECD Indicators, OECD Publishing. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/eag-2014-en> (дата обращения: 01.10.2015).
10. *Бляхер Л. Е., Бляхер М. Л.* Мифология управления. Политика министерства vs. политика вузов: динамика противостояния // Российская полития. 2014. №1 (72).
11. Третий ежегодный рейтинг российских университетов, 2014 // Рейтинговое агентство Эксперт Ра. URL: http://raexpert.org/related_activities/researches/high_school_rating/#2012 (дата обращения: 01.10.2015).

ЗАРУБЕЖНЫЙ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ СОЗДАНИЯ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ, ОСНОВАННЫХ НА КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ АТТРАКТОРАХ: МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

FOREIGN AND RUSSIAN EXPERIENCE OF THE TOURIST PRODUCT BASED ON CONCEPTUAL TOURIST AND RECREATIONAL ATTRACTORS METHODOLOGICAL FEATURES

УДК 332.142



ГРИГОРЬЕВА Дарья Константиновна

аспирантка Санкт-Петербургского государственного экономического университета, dashulka_007@mail.ru

GRIGOREVA, Daria Konstantinovna

Post-graduate student of the Saint-Petersburg State University of Economics, dashulka_007@mail.ru

Аннотация.

До недавнего времени развитие отдельных видов туризма напрямую зависело от состояния туристских ресурсов в регионах. С пониманием того, что мультипликативный эффект от туристской отрасли оказывает позитивное влияние на развитие различных отраслей и сфер региона, муниципальные власти и представители бизнеса приходят к мнению о необходимости создания неких дополнительных объектов притяжения туристов. Такими объектами могут стать концептуальные туристско-рекреационные аттракторы. Особое социально-экономическое влияние данные аттракторы могут оказать на территории без выраженного туристско-рекреационного потенциала, для преодоления кризисных явлений в экономике моноориентированных городов. В данной статье представлен обзор зарубежной и российской практики по созданию туристских продуктов, основанных на концептуальных туристско-рекреационных аттракторах.

Ключевые слова: туристские ресурсы, туристский потенциал территории, туристские продукты, концептуальные туристско-рекреационные аттракторы.

Abstract.

Until recently, the development of certain types of tourism depended on the state of tourism resources in the regions. With the understanding that the multiplier effect of the tourism industry has a positive influence on the development of various sectors

and areas of the region, the municipal government and business representatives come to the opinion that it is necessary to create some additional objects of tourist attraction. Such objects may become conceptual tourism and recreation attractors. This article provides an overview of foreign and Russian practice of creation of tourist products which are based on these attractors.

Key words: tourist resources, tourist potential of the area, tourist products, tourist and recreational conceptual attractors.

Туристский спрос – динамическая категория, меняющаяся вместе с развитием общества. Среди общих факторов спроса можно выделить: покупательскую способность, демографические структуры и тенденции, социальные и культурные факторы, мотивацию и отношение к путешествиям, а также возможности для путешествия и интенсивность маркетинга [1]. Последний из факторов становится наиболее актуальным в силу активного развития информационных технологий ввиду того, что информация расходуется максимально быстро и повсеместно. Если раньше турист использовал в качестве выбора места отдыха личный опыт или опыт близких ему людей, то теперь туристы могут получить информацию из различных источников. На сегодняшний день в мире насчитывается такое огромное количество туристически-привлекательных территорий разного уровня, что турист физически не сможет посетить их все [4]. Поэтому большое влияние на развитие и продвижение туристских территорий оказывают туристские продукты, созданные на основе концептуальных туристско-рекреационных аттракторов.

Согласно традиционному подходу первичные туристские ресурсы диктовали территории вид туризма и объем его развития, а отсутствие необходимого потенциала означало отсутствие развития туризма. На основе вышеизложенных предпосылок представляется целесообразным формирование альтернативного подхода, где логика рассуждений была бы такова – «желание развивать туризм стимулирует развитие туристских аттракторов».

Концептуальные туристско-рекреационные аттракторы (КТРА) – это комплекс объектов, относящихся к дополнительным и/или косвенным турресурсам, расположенных на определенной территории, формирующих ее

туристско-рекреационный потенциал. КТРА являются созданными «с нуля» или переведёнными из категории «не вызывающих интерес» через реализацию туристского потенциала в объект показа, в основе создания которых лежит инновация, содержащая концепцию творческой идеи, предмета или технологии.

Финансовый кризис последних лет обнаружил и обострил существование в моноориентированных городах проблем экономического и социального характера, обусловил необходимость их решения. Разработка мероприятий по снижению зависимости экономики таких городов от функционирования градообразующего предприятия, повышению гибкости его структуры должна осуществляться в соответствии с имеющимися в городе ресурсами, потенциалом, специфичными факторами.

Проведенный автором ранее анализ типологии моноориентированных городов России позволяет определить, что приемлемыми сценариями развития могут быть следующие:

- 1) смена устаревшей промышленности на стратегическую;
- 2) диверсификация экономики;
- 3) развитие туристско-рекреационной зоны;
- 4) расселение моногорода.

Автор полагает, что использование КТРА для развития туризма, как одного из сценариев диверсификации социально-экономического развития территорий без выраженного туристско-рекреационного потенциала (моноориентированных городов), логически приводит к созданию концептуального туристского продукта. Туристской достопримечательностью может стать множество уже имеющихся или искусственно созданных объектов, главное их правильно оформить и преподнести туристу. На взгляд автора, популярностью у туристов могут пользоваться:

- архитектурные решения;
- отдельные элементы городской среды;
- герои;
- специалисты;
- заводы и фабрики;
- природные объекты;
- музыкальные и кинопроизведения;
- отсутствие принятых стандартов, запрет;
- праздники, фестивали, конкурсы, состязания;
- объекты спортивной тематики.

Рассмотрим эти блоки на примерах из российской и мировой практики.

Архитектурные решения

Не обязательно браться за строительство грандиозных и уникальных построек, достаточно просто создать копию знаменитого объекта, применить необычный материал, выбрать неожиданное место.

Пример 1. Парк «Аллея цивилизаций», Кабардинка, Россия

Архитектор Александр Алексеев из поселка Кабардинка недалеко от Геленджика возвел у себя на участке «Аллею цивилизаций». В числе экспонатов — египетская пирамида, храм Зевса, римский фонтан и др. Хозяин «мирового наследия» принимает больше сотни гостей-туристов каждый день.

Пример 2. Музей архитектуры и быта народов Нижегородского Поволжья на Щелоковском хуторе, Нижний Новгород, Россия [5]

В Нижегородской области есть уникальный музей под открытым небом, который представляет собой этнографический музейный комплекс, состоящий из старинных домов Нижнего Новгорода, построенных в конце XIX – начале XX вв. Оказавшись на территории, турист попадает в русскую деревню со всеми ее атрибутами – избами, овинами, амбарами, церквями, мельницами, перевезенными на территорию музея из заволжских районов Нижегородской области более 40 лет назад.

Отдельные элементы городской среды

Можно просто создавать в городе необычные архитектурные элементы – лестницы, фонари, городские часы, фонтаны и т. д. Учитывая, что туристы любят фотографироваться у таких элементов городской среды, можно

получить вторичную рекламу. Необычные городские объекты могут стать основой для любопытных ритуалов, экскурсий, интерактивных программ, легенд и сувенирной продукции.

Пример 3. Испанская лестница, Рим, Италия

Туристы, приезжающие в Рим, считают своим долгом посидеть на знаменитой Испанской лестнице. Здесь с раннего утра и до ночи можно увидеть сотни людей. Сидя на ступеньках, они отдыхают от пеших прогулок, наслаждаются окружающими видами, едят мороженое или просто фотографируются на фоне лестницы и соседних зданий.

Пример 4. Музыкальная лестница в метрополитене, Стокгольм, Швеция

Специалисты из автомобильного концерна Volkswagen построили на одной из станций метрополитена в Стокгольме лестницу, оформив ступени в виде клавиш пианино. При нажатии на эти «клавиши» ногой звучит музыка. Замечено, что пассажиры подземки с большим удовольствием поднимаются по музыкальной лестнице, чем по обычному эскалатору, расположенному рядом.

Герои

Речь идет о создании КТРА, в основе которых лежат истории о реальных или вымышленных персонажах. К таким перспективным персонажам можно отнести:

- исторические фигуры, представляющие собой собирательный образ;
- героев сказок, легенд, литературных произведений;
- персонажей, существование которых находится под вопросом.

Пример 5.

В Ярославской области разработали туристическую программу «Тайны языческой Руси». На берегу Волги выстроена деревня язычников, обнесенная высоким частоколом. Жизнь в ней течет, как во времена XI века, в деревне туристов встречает «племя Медведей» в шкурах и с топорами. В лесу можно встретить древние ловушки и даже обнаружить кладбище на деревьях. По окончании экскурсии туристы становятся свидетелями битвы Ярослава Мудрого с «племенем Медведей».

Пример 6. Экспозиция «В поисках снежного человека», Кемеровская область

В СМИ часто появляются сообщения об обнаружении в Таштагольском районе Кемеровской области снежного человека. Участникам одной из многочисленных экспедиций удалось даже найти хижину йети. А в Таштагольском городском музее этнографии и природы Горной Шории была создана экспозиция «В поисках снежного человека». Местные турфирмы активно предлагают экскурсию-квест с одноименным названием.

Пример 7. Музей гадов, Тверская область, Россия

В деревне Гадово Тверской области создан Музей гадов. Помимо увлекательного рассказа о жизни змей туристы встречаются с Кикиморой и идут на пир к Змею Горынычу.

Специалисты

Иногда туристы готовы отправиться в путешествие ради знакомства с теми или иными специалистами. Знакомство может подразумевать приобретение каких-то услуг, наблюдение за рабочим процессом или обучение. Поэтому городам и регионам имеет смысл рекламировать свой кадровый потенциал и вовлекать в этот процесс отдельные организации, которые могут похвастаться своими специалистами.

Пример 8.

Немалая доля россиян выбирают отдых в Таиланде и на Бали из-за возможности пройти полный курс прекрасного оздоровительного массажа за очень умеренную цену. А поклонники аюрведы по той же причине посещают в Индии штат Керала. Популярностью в Таиланде у российских туристов пользуется услуга – пошив верхней одежды. Заказ готов через 1–2 дня, а цены в 8–10 раз ниже, чем в крупных российских городах.

Пример 9. Шоу «Кормление акул» в Океанариуме, Санкт-Петербург, Россия [9]

Посетители зоопарков, заповедников и океанариумов часто приходят в подобные места посмотреть на кормление подопечных. Не исключением стал и Петербургский океанариум с шоу «Кормление акул», где зрители стараются оказаться поблизости от бассейна с акулами в обеденное время, чтобы понаблюдать за процессом кормления.

Пример 10.

В Эстонии возможности Таллиннского университета позволяют развивать академический туризм — во время студенческих каникул организуются краткосрочные курсы продолжительностью от одной до трех недель. Тематика занятий очень разнообразна: иностранный язык, живопись на пленере, кинематография и фотография, экотуризм, СМИ, социальная политика, глобализация и многое другое. День у слушателей начинается с посещения лекций и практических занятий, а после обеда свободное время, которое можно с пользой провести, осматривая местные достопримечательности.

Заводы и фабрики

Экскурсии на производственные предприятия все чаще входят в практику туристических компаний как за рубежом, так и в России. Ведь минус многих музеев в том, что экспонаты там «мертвые»: они могут быть уникальны и прекрасны, но если они вырваны из контекста, то цельного образа не возникает, гостю трудно прочувствовать атмосферу другой эпохи. А на производстве – все живое, сплошная динамика и реальность. Конечно, необходимо помнить о технике безопасности, соблюдении санитарных норм и коммерческой тайны, но наверняка найдутся такие стадии производственного процесса, которые можно показать. Проведение подобных мероприятий является дополнительной рекламой производителю.

Пример 11. Дом пива Гиннес, Дублин, Ирландия [3]

Здание, в котором находится музей (построенное в 1902–1904 годах) первоначально предназначалось для процесса ферментации, ввиду изменения технологии вместо деревянных бочек стали использовать алюминиевые и здание осталось «без работы». В октябре 1997 года решение по открытию музея было одобрено властями, и уже в 2000 году Дом пива Гиннес открыл свои двери для туристов. Гости поднимаются с этажа на этаж, познают все стадии пивоварения, а на последнем этаже их ждет паб со свежим пивом, дегустацией и потрясающим видом на Дублин, открывающимся со смотровой площадки окон кафе.

Пример 12. Музей лапши, Осака, Япония [6]

В японском городе Осака работает Музей лапши. Гостям музея в театрализованной форме рассказывают об истории создания лапши и особенностях производства, а также дают возможность самим приготовить лапшу на свой вкус на мини-фабрике. Посетители музея самостоятельно выбирают ингредиенты, соединяют их, чтобы сделать этот продукт, и, уходя из музея, получают свой персональный термостакан с лапшой.

Природные объекты

Природа может подарить множество идей по созданию КТРА. Источниками вдохновения могут быть:

- животный мир;
- цветы, деревья, кусты и другие зеленые насаждения;
- пейзажи;
- вода и связанные с ней явления и др.

Пример 13. «Музей Паразитов Мэгуро», Токио, Япония [7]

Существующий музей собрал свыше 300 экспонатов, включая 90-метрового солитера, которого извлекли у ничего не подозревавшей женщины... В музее можно увидеть витрины с колбами и банками, показывающие реальные экспонаты, также можно посмотреть муляжи паразитов в увеличенном масштабе, рукописи ранних исследований по изучению паразитов, интерактивные информационные доски. Четверо ученых, специализирующихся на изучении микроорганизмов, открыли этот музей. Его призыв – «Попробовать думать о паразитах без страха и уделить время изучению их изобретательному способу жизни». Большой плюс музея заключается в том, что он бесплатный. В сувенирной лавке можно приобрести футболки и брелоки с реальными паразитами внутри.

Пример 14. «Воскресенское Поветлужье», Нижегородская область, Россия [2]

Проект создан в зоне особо охраняемой природной территории национального парка, поскольку на этой территории сосредоточено много объектов туристского показа: река Ветлуга, озеро Светлояр, с которым связана легенда о граде Китеже, воссозданный храм в честь Пресвятой Троицы, которому в 2013 году

исполнилось 300 лет, усадьба Левашовых – памятник деревянного зодчества и уникальной русской архитектуры конца XIX – начала XX века, Русенихинское городище – памятник археологии. Проект ориентирован на культурно-познавательный, событийный, сельский и экотуризм.

Музыкальные и кинопроизведения

Объектом туристического показа могут стать места, тем или иным образом связанные с популярными произведениями в области музыки или кино, с известными исполнителями или актерами, а также с необычными музыкальными инструментами. Такие объекты могут быть как ключевым звеном путешествия, так и дополнительным сюрпризом на маршруте. Отметим, что в любом случае полезно использовать «многоходовку», т.е. не просто памятник, а памятник + легенда + ритуал + интерактив + сопутствующие товары или услуги.

Пример 15. День памяти Джона Леннона, Нью-Йорк, США

Два раза в год, в день рождения и смерти Джона Леннона, в Нью-Йорке в Central Park, на увековеченной им «Земляничной поляне», рядом с выложенной на земле круглой плитой с надписью Imagine, собираются огромные толпы – со свечами, цветами, гитарами и до позднего вечера распевают песни «Битлз». Интересно и трогательно наблюдать за этим неиссякающим братством битломанов, как вежливо они уступают друг другу «дорогу». Никто никого не хочет перекричать, никто одновременно не поет, все внимательно слушают и аплодируют друг другу. В основном это уважаемые люди среднего возраста, наверное, в прошлом – битники, хиппи, которым лет тридцать назад родители запрещали носить длинные патлы, но есть и много совсем молодых.

Пример 16. Фольклорный ансамбль KIXNYMYA, Кихну, Эстония

Культура и традиции эстонского острова Кихну (700 жителей) были включены ЮНЕСКО в список шедевров устного и нематериального наследия человечества. Гордость острова — фольклорный ансамбль KIXNYMYA, состоящий из кихнуских бабушек, поющих мелодичные обрядовые песни.

Отсутствие принятых стандартов, запрет

Как ни странно, но даже временное или постоянное отсутствие каких-то привычных явлений или объектов на территории может стать достопримечательностью. При этом «аномалия» может быть как природной, например, белые ночи или солнечное затмение, так и созданной человеком.

Пример 17. Музей плохого искусства, Бостон, США [8]

Это единственный музей в мире, который намеренно собирает плохие образцы в разных направлениях искусства, чтобы сохранить их для потомков. Зрители из любопытства приходят посмотреть на несочетающиеся цвета, нарушение пропорций и полную бездарность. Экспозиция разбита на темы: «Под кайфом», «Жалкие черты» и «Убогие пейзажи и натюрморты».

Пример 18. День Тишины, Бали

На острове Бали один раз в году наступает день тишины. В этот день местные жители не работают и стараются вообще не разговаривать. Это день спокойствия и молитвы. Люди не включают радио и телевидение, не пользуются транспортом, электричеством и телефоном. Исключения составляют служащие отелей. Таким образом, жители Бали выражают свое почтение богам и природе. Туристов в этот день просят по возможности не шуметь и закрывать шторы на окнах, чтобы свет ламп в вечернее время не нарушал окружающей гармонии.

Праздники, фестивали, конкурсы, состязания

На сегодняшний день разнообразие мероприятий, проводимых во всем мире с целью привлечения туристов, так велико, что приходится лишь удивляться богатству фантазии их организаторов. Основой мероприятий могут выступать:

- народные и религиозные праздники;
- светские праздники;
- исторические события;
- еда и напитки;
- особые люди, персонажи, поклонники;
- одежда, внешний вид, костюмы;
- музыка, кино;
- средства передвижения и т. д.

Пример 19. Фестиваль кофе, Львов, Украина

В конце сентября во Львове проходит Фестиваль кофе. Этот уникальный город со старинной архитектурой продвигает себя в качестве восточноевропейской столицы кофе. Согласно истории в XVII веке житель Львова по имени Юрий Кульчицкий принимал участие в освобождении Вены от турок и открыл в Вене первую в Европе кофейню.

Пример 20. Снежный фестиваль, Саппоро, Япония

Основателем этого фестиваля стали дети, которые в 1950 году в центральном парке построили шесть огромных снежных фигур. Сейчас фестиваль проводится ежегодно и помимо шедевров изо льда предлагает гостям различные развлекательные программы. В 2014 году Саппоро принял более 50 тысяч гостей только на открытие фестиваля.

Объекты спортивной тематики

Спортивная тематика может служить основой не только для организации мероприятий, но и для создания туробъектов. Для небольших областных городов прекрасным стимулом для приезда гостей из соседних городов и районов могут стать современные, обустроенные спортивные комплексы, футбольные поля, теннисные корты, катки, скалодромы и т. д.

Пример 21.

В Эссентуках сохранились первые в мире тренажеры, появившиеся еще в начале XX века. Они уже более ста лет не просто стоят в тренажерном зале, но и находятся в эксплуатации и радуют отдыхающих. Электрический двигатель, расположенный этажом ниже (раньше был паровой), приводит в действие пассивные тренажеры, которые мнут, гнут, трясут и делают много чего еще, а человек при этом особых усилий не прикладывает. Такие тренажеры появились в Европе раньше, чем в Эссентуках, но на данный момент нигде в мире работающих аналогов не сохранилось.

Однако, если вспомнить, что для туриста ценно и любопытно то, чего нет или «в дефиците» в его родном городе (даже если тот или иной объект не принято относить к достопримечательностям), то может случиться, что прекрасным стимулом для приезда гостей из соседних городов, районов или областей мо-

гут стать нормальные футбольные поля или волейбольные площадки, катки, теннисные корты, тир, бассейны, скалодромы и т. д.

Резюмируя вышесказанное, можно сказать, что в основе объектов, выступающих в роли КТРА, могут быть здания, природные ландшафты, особенности природы, элементы эпоса, истории и легенд и пр. Обустроенные достаточным уровнем сервиса данные аттрак-

торы превращаются в успешный туристский продукт, не менее интересный путешественнику, чем привычные достопримечательности. Есть основания полагать, что концептуальные туристские продукты могут стать катализатором социально-экономического развития регионов. Это может быть стимулом для развития туризма в тех регионах, где промышленность является основной экономики региона.

Список литературы

1. Благова И. Ю., Маслова Д. И. Анализ социально-экономических факторов, оказывающих влияние на потребительский спрос в сфере культуры Российской Федерации // Петербургский экономический журнал. 2015. № 3. С. 6–15.
2. Воскресенское Поветлужье [Офиц. сайт]. URL: <http://vetluga-park.ru/> (дата обращения: 10.10.2015).
3. Дом пива Гиннес [Офиц. сайт]. URL: <https://www.guinness-storehouse.com/en> (дата обращения: 10.10.2015).
4. Казаков М. Ю., Кutowой С. И. Развитие городского пространства: инструментарий анализа и концепция регулирования // Региональная экономика: теория и практика. 2013. № 45. С. 10–17.
5. Музей архитектуры и быта народов Нижегородского Поволжья на Щелоковском хуторе [Офиц. сайт]. URL: <http://www.hutor-museum.ru/> – (дата обращения: 10.10.2015).
6. Музей лапши в Осаке [Офиц. сайт]. URL: <http://www.instantramen-museum.jp/jp/> (дата обращения: 10.10.2015).
7. Музей Паразитов Мэгуро [Офиц. сайт]. URL: <http://www.kiseichu.org/> (дата обращения: 10.10.2015).
8. Музей плохого искусства [Офиц. сайт]. URL: <http://www.museumofbadart.org/> (дата обращения: 10.10.2015).
9. Океанариум в Санкт-Петербурге [Офиц. сайт]. URL: <http://www.planeta-neptun.ru/ocean/> (дата обращения: 10.10.2015).

АНАЛИЗ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА

THE ANALYSIS OF THE RESOURCE POTENTIAL OF THE SANATORIUM-RESORT COMPLEX

УДК 338.465.4



КАКОСЬЯН Эва Крикоровна

доцент кафедры продюсирования и управления в социально-культурной сфере Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент, kit.producer@mail.ru

KAKOSYAN, Eva Krikorovna

Associate Professor of the Producing Business and Management in Social and Cultural Sphere Department, Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, kit.producer@mail.ru

Аннотация.

В статье раскрываются роль и значение ресурсно-рекреационного потенциала, включающего в себя совокупность таких природных факторов, как климатические условия, рельеф, наличие минеральных вод, лечебных грязей и др. Рассматривается необходимость комплексного подхода к эффективному использованию как природных ресурсов, так и иных составляющих ресурсного потенциала санаторно-курортного комплекса.

Ключевые слова: ресурсный потенциал, санаторно-курортный комплекс, эффективность, санаторный продукт.

Abstract.

The article describes the role and importance of the resource and recreational potential which includes a combination of natural factors such as climate, topography, mineral waters, therapeutic muds which are able to affect positively the physiological and spiritual conditions of a person. It considers the necessity of an integrated approach to the efficient use of natural resources, and all components of the resource potential.

Key words: resource potential, sanatorium-resort complex, efficiency, health product.

Многообразии природно-климатических, материально-технических и трудовых составляющих ресурсного потенциала санаторно-курортного комплекса, методов и факторов, направленных на повышение эффективности его использования в различных временных периодах, привело к тому, что в экономической литературе в настоящее

время сформировались различные точки зрения ученых о средне-, долгосрочном развитии санаторно-курортного комплекса и его ресурсном обеспечении. Так, развитие субъектов хозяйствования санаторно-курортного комплекса одними авторами связывается с осуществлением государственной программы здравоохранения, другими авторами – с

видами туристской деятельности. При этом в соответствии со статьями Федерального закона «Об основах туристской деятельности», санаторно-курортные комплексы относятся к туристской индустрии и являются ее частью. В то же время санаторно-курортный комплекс находится и в ведении Министерства здравоохранения и социального развития РФ.

Наряду с этим, уровень эффективности использования ресурсного потенциала санаторно-курортного комплекса в существенной степени зависит от влияния таких факторов внешней среды на текущее функционирование и перспективное развитие его субъектов, как: социокультурные, экономические, природно-климатические, технологические, политические. В свою очередь, взаимодействие элементов ресурсного потенциала санаторно-курортного комплекса обусловлено объективизацией и конкретизацией результата функционирования санаторно-курортного комплекса, выражаемого в оказании основных и сопутствующих услуг разнообразному контингенту потребителей.

За рубежом в состав услуг рекреации включают две взаимосвязанные составляющие услуг, выражаемые услугами гостеприимства в процессе размещения в гостинице и ресторанного обслуживания, и услугами собственно курорта как деятельности по оказанию услуг туристам-путешественникам [1].

Рекреационные услуги, на взгляд автора, в достаточно полном объеме могут быть выражены в раскрытии сущности понятия «курорт», которое представляет собой освоенную и используемую в лечебно-профилактических целях территорию с природными лечебными ресурсами. При этом лечебные свойства природных объектов и условий, сопутствующих им, устанавливаются на основе научных исследований, многолетней практики и утверждаются соответствующими органами исполнительной власти, решающими проблемы в области здравоохранения.

Поскольку по международной классификации Всемирной туристской организации поездки на курорты с целью отдыха и восстановления здоровья относятся к лечебному туризму, то санаторно-курортный комплекс

можно рассматривать как один из видов курортного предпринимательства, имеющего с ним ряд общих черт и определяющих его рекреационные особенности.

Санаторно-курортное предпринимательство, на взгляд автора, следует представить преимущественно предпринимательством в сфере услуг с соответствующими этой сфере их особенностями, выражаемыми неосязаемостью, неспособностью к хранению, неразрывностью оказания и потребления, изменчивостью.

Своеобразие санаторного продукта в данном виде предпринимательства так же, как и курортного, можно определить комплексностью входящих в его состав услуг и сопутствующих им товаров. Санаторно-курортное предпринимательство характеризуется различным сочетанием самых разнообразных услуг, оказываемых в форме размещения, питания, транспорта, лечения, досуга. Особенностью санаторно-курортного продукта является комплексность оказываемых услуг и сопутствующих им товаров, удовлетворяющих потребности отдыхающих во время пребывания на рекреационной территории. Спрос на санаторно-курортные услуги очень эластичен по отношению к цене и доходам и вместе с этим чувствителен к таким неценовым факторам внешней среды, как политические, экономические, экологические.

В целом логико-вербальную форму понятия «санаторно-курортные услуги» можно представить как: «Санаторно-курортная комплексная услуга – это объединенный состав оказываемых потребителям услуг на рекреационной территории с целью восстановления здоровья в процессе изменения места своего территориального пребывания посредством лечения, отдыха, получения новых впечатлений» [2].

Курортное хозяйство, функциональным назначением которого является обслуживание потребителей услуг на рекреационной территории в процессе их лечения и отдыха, представляет собой комплекс лечебно-профилактических учреждений: санаториев, лечебных пансионатов, курортных поликлиник, пляжей, галерей минеральных вод, водолечебниц, радонолечебниц, грязелечебниц, соляриев, аэро-

риев, бассейнов и аквапарков, тематических и природных парков [3].

В решение основных задач курортного дела входят: разработка научных основ организации курортного дела, технологий управления и экономического регулирования этого вида деятельности; создание методов и технологий санаторно-курортного лечения и оздоровления; изыскание и использование курортных ресурсов; изучение потребности населения в санаторно-курортном оздоровлении и лечении, в том числе рекреационных потребностей; разработка нормативно-правовых регламентаций курортной деятельности, лицензирования, стандартизации и сертификации курортных услуг; эксплуатация курортных объектов (здравниц, курортной инфраструктуры); совершенствование технологий и повышение качества курортного обслуживания, в том числе размещения, питания, анимационно-досуговой деятельности; разработка научных основ и нормативов обеспечения объектами санаторно-курортной инфраструктуры, их эффективного использования, благоустройства, в том числе санитарной охраны курортов [3].

Санаторно-курортный продукт, предлагаемый для потребления отдыхающему во время нахождения в санаторно-курортном субъекте хозяйствования, в настоящее время характеризуется следующими особенностями: большим удельным весом входящих в него базовых услуг (70–80%) с преобладанием медицинской составляющей; индивидуальным, а не групповым направлением отдыхающих; отсутствием индивидуального предложения продукта для конкретного потребителя как по составу, так и по цене комплексных услуг; значительным количеством сложных и дорогостоящих медицинских процедур.

Сложившееся в настоящее время отношение потребителей к комплексным санаторно-курортным услугам свидетельствует о том, что в современных условиях данный вид услуг является второстепенным и существенно уступает привычной для потребителя услуге по организации отдыха, представляющей собой организацию туристской поездки в зарубежные страны. Однако значительное

число данных потребителей услуг готово приобретать туристские услуги, включающие курортную медицину, с тем условием, чтобы данная услуга выражалась в качестве индивидуального продукта, который, в свою очередь, по уровню затрат соответствовал бы уровню и качеству платной медицины, предоставляемой потребителю по месту его жительства.

Таким образом, перед санаторно-курортными субъектами хозяйствования в современных условиях встают такие первостепенные задачи, как: организация комплекса рекреационных, досуговых, анимационных услуг, направленных на удовлетворение потребностей современного потребителя в оздоровительном отдыхе; включение курортных объектов в гостиничную структуру; создание маркетинговых функциональных подразделений; оптимизация информационных, материальных, финансовых потоков; внедрение управленческого учета; создание таких условий, в которых каждый отдельный потребитель имел бы возможность обладать индивидуальным набором необходимых для него услуг в течение времени его пребывания в санаторно-курортной здравнице.

Первостепенную роль в создании, текущем функционировании и перспективном развитии санаторно-курортного комплекса в стране играет ее рекреационно-ресурсный потенциал, который включает в себя совокупность таких природных факторов, как климатические условия, рельеф, наличие минеральных вод, лечебных грязей, способных благоприятно повлиять как на физиологическое состояние человека (способствовать лечению заболеваний), так и на духовное. Одним из главных принципов оказания санаторно-курортных услуг при этом должен выступать комплексный подход к эффективному использованию как природных ресурсов, так и всех иных составляющих ресурсного потенциала.

Так, например, рельеф является основной составляющей ресурсного потенциала санаторно-курортного комплекса в процессе применения ландшафтотерапии, направленной на улучшение состояния организма человека, в условиях пребывания в красивой местности с живописными пейзажами. Кроме того, рельеф

является значительным конкурентным преимуществом конкретного санаторно-курортного комплекса.

Природно-климатические условия являются основой для лечения и оздоровления в процессе дозированного воздействия климатических факторов на организм человека (климатотерапия). Отметим также и то, что в случае, когда наблюдается недостаток базовых естественно-ресурсных факторов, важное значение принимает стремление к созданию и внедрению технологических, процессных, продуктовых и организационных новшеств, так как именно за счет них санаторно-курортный комплекс имеет возможность получить аналогичные, а зачастую и более сильные конкурентные преимущества. В тех случаях, когда имеет место ситуация, в которой можно наблюдать неоднородность влияния климатических факторов, ключевое значение отводится отдельным рекреационным территориям, обладающим уникальным микроклиматом.

Наличие таких элементов рекреационно-ресурсного потенциала, как гидрографические сети, включающие в себя совокупность рек и иных водоемов, гидрографические сети предоставляют санаторно-курортному комплексу возможность оказания комплексных услуг в процессе экологического и спортивного туризма, стремительно набирающих популярность во всем мире. Огромное значение в развитии санаторно-курортного комплекса играет нали-

чие гидроминеральных ресурсов, использование которых зачастую не является достаточно интенсивным, эффективным и полноценным. Данная ситуация наиболее характерна для тех стран, где отсутствует успешное позиционирование на рынке санаторно-курортных турпродуктов. В качестве положительных примеров эффективного использования и позиционирования гидроминеральных ресурсов можно привести такие международные курорты, как Виши (Франция), Карловы Вары (Чехия).

Еще одной важной природной составляющей ресурсного потенциала, влияющей на развитие санаторно-курортного комплекса, является наличие месторождений лечебных грязей. Однако их географическая концентрация является неравномерной и тем самым снижает эффективность их использования. В данной ситуации крайне важна правильная организация решения данной проблемы посредством транспортировки лечебных грязей в другие санаторно-курортные комплексы в целях наиболее полного использования данного ресурса.

Таким образом, в большинстве регионов наблюдается недостаточно полное использование рекреационно-ресурсного потенциала. Так, значительное количество уникальных месторождений минеральных вод и грязей не вводятся в эксплуатацию, микроклиматические условия отдельных регионов остаются без внимания, что существенно тормозит развитие сети санаторно-курортных комплексов.

Список литературы

1. Исследования ЗАО «СКО ФНПР «Профкурорт» profkurort.ru (дата обращения 29.08.14)
2. *Нагоев А. Б.* Проблемы развития санаторно-курортного и туристско-рекреационного комплекса Кавказских Минеральных Вод. Управление экономическими системами. Электронный научный журнал. URL: <http://uecs.ru/> (дата обращения 25.08.14)
3. *Ветитнев А. М., Журавлева Л. Б.* Курортное дело: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2007. 528 с.
4. *Малюшенкова Е. Д.* Анализ концентрации на рынке национальных гостиничных сетей // Петербургский экономический журнал. 2013. № 3(3). С. 12–18.
5. *Айдаров Л. А., Лавров В. В.* Формирование стратегии развития туристско-рекреационного комплекса в Калининградской области // Петербургский экономический журнал. 2014. № 1. С. 83–91.
6. *Лаврова Т. А., Сорвина Т. А.* Тенденции и особенности развития предприятий SPA-индустрии // Петербургский экономический журнал. 2015. № 2. С. 92–98.

ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ОЦЕНКИ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ ПРИ ЭКСПЕРТИЗЕ ПРОЕКТОВ НЕДРОПОЛЬЗОВАНИЯ

THE TECHNOLOGY OF THE IMPACT ASSESSMENT FORMATION ON THE ENVIRONMENT DURING THE EXAMINATION OF DRAFT SUBSURFACE USE

УДК 332.63: 332.64 + 347.234



ЖУКОВА Инна Викторовна

доцент кафедры гражданского и предпринимательского права Дальневосточного института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Хабаровск, кандидат экономических наук, i-6041@yandex.ru

ZHUKOVA, Inna Victorovna

Associate Professor of the Civil and Entrepreneurial Laws Department, the Far East Institute of Management – branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration in Khabarovsk, Candidate of Economic Sciences, i-6041@yandex.ru

Аннотация.

В статье рассматривается последовательность действий и условия оценки воздействия на окружающую среду при экспертизе инвестиционных проектов в недропользовании. Определены компенсационные мероприятия. Выделены этапы в проведении оценочных действий. Результатами проведения такой оценки является информация о масштабах, характере и объемах воздействия на окружающую среду на всех стадиях инвестиционного проекта.

Ключевые слова: оценка воздействия на окружающую среду, недропользование, инвестиционный проект, экспертиза проектов.

Abstract.

The paper considers conditions and the sequence of measures of the environmental impact assessment (EIA) in evaluation of subsurface use investment projects. The author points out a complex assessment taking into account the monitoring of the mining enterprise operation. The compensatory measures must be determined separately and in a definite sequence for all the elements of environment. The stages of the assessment procedure are also spelled out. Organizing the EIA according to the offered methodology will result in data about the scope, character and extent of the EIA impact at all stages of an investment project.

Key words: EIA, subsurface use, investment project, project evaluation.

Современное российское законодательство, касающееся экологической оценки воздействия на окружающую среду (ОВОС), берет за основу Федеральный закон «Об охране окружающей среды» [1] и Федеральный закон «Об экологической экспертизе» [2]. Закон «Об охране окружающей среды» 2002 года содержит специальные положения, касающиеся ОВОС [1, ст. 32].

Оценка воздействия на окружающую среду (ОВОС) основывается на принципах, которые определены в ст. 3 ФЗ «Об экологической экспертизе», и среди них указан такой принцип, как «обязательность оценки воздействия на окружающую природную среду».

О комплексности при проведении ОВОС автором впервые был поставлен вопрос на состоявшемся 9 апреля 2008 года круглом столе «Правовые проблемы государственного, муниципального и иных видов экологического контроля»¹. Но за прошедшие 7 лет проблема комплексности ОВОС в сфере недропользования остается по-прежнему актуальной, поскольку по-прежнему не решена.

Оценка воздействия на окружающую среду – вид деятельности по выявлению, анализу и учету прямых, косвенных и иных последствий воздействия на окружающую среду планируемой хозяйственной и иной деятельности в целях принятия решения о возможности или невозможности ее осуществления [1, ст. 1]. При положительном заключении определяется очередность и последовательность операций по восстановлению среды. Например, мероприятия по предотвращению загрязнения атмосферного воздуха и вод проводятся безотлагательно в ходе производственной деятельности, а для восстановления земель, растительного покрова и животного мира определяются наиболее благоприятные сроки [3].

¹ 9 апреля 2008 года в Институте законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации состоялся круглый стол на тему: «Правовые проблемы государственного, муниципального и иных видов экологического контроля».

Цель такой деятельности – выявление воздействий и последствий воздействия негативного характера при осуществлении горнодобывающей деятельности (в статье рассматривается только эта отрасль промышленности), в том числе экологические, социальные, экономические последствия реализации инвестиционных проектов на всех стадиях проектирования. Если такое выявление воздействий будет осуществлено на ранних этапах проектирования, то внесение изменений в проект для устранения их будет своевременным и финансово наименее затратным для недропользователя. ОВОС должна содержать финансовые ресурсы на регулярное проведение мониторинга системы на весь период деятельности предприятия. Такую оценку необходимо проводить еще на предпроектной стадии, при экспертизе проекта путем интегральной оценки материальных затрат на восстановление нарушений в природном комплексе и окружающей среде.

Должно быть правилом для всех инвестиционных проектов в горнодобывающей промышленности – если в процессе ОВОС будут выявлены потенциальные экологические и социально-экономические воздействия, как положительные, так и отрицательные, которые ожидаются при реализации проекта и деятельности предприятия, для них должны быть обозначены все возможные технические решения, направленные на охрану окружающей среды. Должны быть определены как воздействия, так и проведена оценка их важности для каждого этапа осуществления недропользования (т. е. строительства, эксплуатации, добычи, прекращения добычи, закрытия и периода после закрытия, связанного обычно с рекультивацией).

Оценка воздействия на окружающую среду, в нашем понимании, содержит три вида информации: 1) нормы допустимого воздействия на каждый компонент среды; 2) соответствующие этому воздействию компенсационные мероприятия; 3) финансовые ресурсы.

Нормативная оценка воздействия необходима для контроля за ходом деятельности. Компенсационные мероприятия определяются для всех элементов окружающей среды в отдель-

ности (атмосферный воздух, поверхностные и подземные воды, литосфера, компоненты биосферы, включая растительный и животный мир, почвенный слой). Также производится обоснование компенсационных мероприятий воздействия на социальную инфраструктуру (транспортные коммуникации, жилые и культурно-бытовые здания и др.), включая их снос и замену новыми в безопасных местах. Важным элементом компенсационных действий является время их осуществления, которое обосновывается для каждого компонента. Итоговая интегральная часть ОВОС должна быть представлена экономической оценкой воздействия и финансовыми ресурсами для их устранения.

В настоящее время комплексной оценки ОВОС с учетом мониторинга в дальнейшем недропользователями не проводится. Сейчас можно говорить о последовательности проведения оценочных действий для каждого из компонентов, т. е. о технологических процедурах оценки. Рассмотрим их в соотношении с применяемой геологической информацией.

1. *Этап сбора материалов по выбору проектной площадки* связан со сбором геологической и иной информации, собранной и соответствующим образом подготовленной. Информация должна содержать материал как по добывающей деятельности на территории субъекта, так и по состоянию окружающей среды. Именно на этом этапе формируется перечень элементов окружающей среды, реагирующих на влияние проектируемых работ. Именно здесь выявляются и анализируются все возможные воздействия проектируемых геологоразведочных и горнодобывающих работ и иной деятельности предприятия на окружающую среду.

2. *Этап подготовки технико-экономического расчета (ТЭР) и технико-экономического обоснования (ТЭО) инвестиций.* В ходе реализации данного этапа определяются все возможные варианты достижения конечной цели, которые ставит недропользователь на всех стадиях разработки месторождения (проектирования, строительства предприятия и т. д.). На этом этапе осуществляется прогнозирование и оценка изменений окружающей среды после того, как начнет осуществляться

намечаемая деятельность в сфере недропользования. Прогнозирование и оценка изменений должны осуществляться в целом на всей территории деятельности.

3. *Этап разработки геологического проекта.* В проекте, реализуемом предприятием, предусматриваются все возможные горно-технические, инженерные и другие решения, принимаемые на этом этапе и учитываемые при формировании ОВОС. На этом этапе должны быть предусмотрены и всесторонне обсуждены (с учетом мнения общественности) все варианты размещения объекта по проекту. Воздействия должны быть систематизированы по значимости последствий как экологического, так и связанных с ними социально-экономического характера. Пути решения проблем должны быть учтены при разработке на этом этапе проектной, предплановой, предпроектной документации. Анализ геологической информации при этом предполагает наличие высокопрофессиональных кадров.

4. *Намечаемая хозяйственная деятельность* предполагает готовность инвестора вложить инвестиции в разработку нового месторождения, строительство нового объекта, реконструкцию имеющегося предприятия. В ходе хозяйственной деятельности должен осуществляться учет в подготавливаемых хозяйственных решениях возможных последствий их реализации.

При проведении ОВОС большое значение имеют *основополагающие принципы экологической экспертизы*, а именно:

- презумпции потенциальной экологической опасности любой намечаемой хозяйственной и иной деятельности;
- обязательности проведения государственной экологической экспертизы до принятия решений о реализации объекта;
- обязательности учета требований экологической безопасности;
- достоверности и полноты информации [2, ст. 3].

К этому перечню необходимо добавить также следующие принципы:

- комплексности ОВОС при осуществлении хозяйственной или иной деятельности и ее последствий для окружающей среды;

- независимости экспертов, проводящих экологическую экспертизу;
- открытости экологической информации и участия в оценке общественных организаций.

Воздействие на окружающую среду может быть оценено по достаточно большому количеству факторов. Ранее автор уже рассматривал классификацию факторов, которые нужно подвергать определенному анализу с целью не только принятия соответствующего решения, но и для формирования тех проектов хозяйственной или инвестиционной деятельности, которые возможны [4, с.129]. Факторы можно объединить в группы:

1) компоненты окружающей среды:

- факторы воздействия на земельные ресурсы,
- климатические факторы,
- почвенные факторы,

• гидрогеологические и гидрологические факторы,

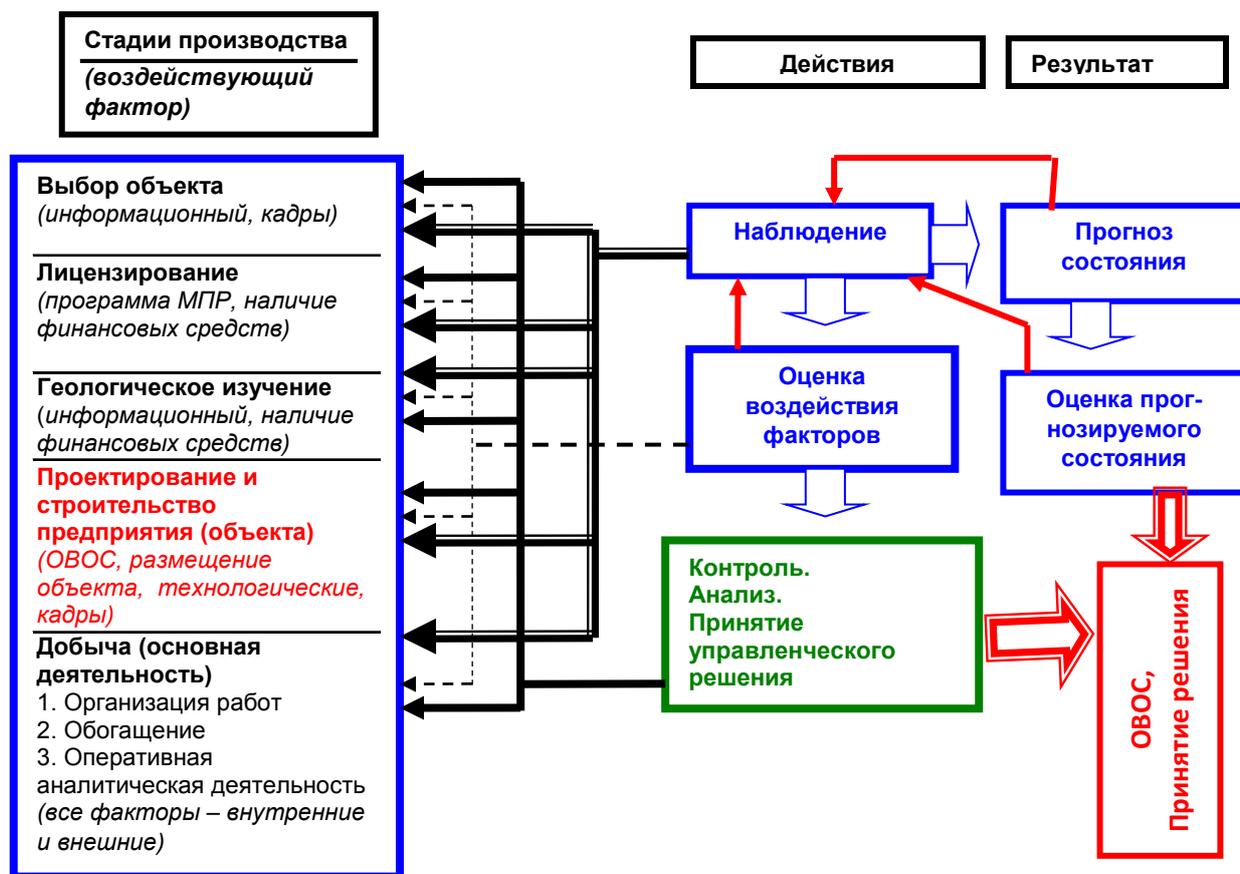
- геологические факторы,
- инженерно-геологические факторы,
- геоморфологические факторы;

2) здоровье человека, состояние фауны и флоры (биологические факторы);

3) взаимодействие вышеупомянутых факторов и нормативные аспекты такого взаимодействия.

На рисунке, представленном ниже, отображено схематичное распределение влияющих факторов по стадиям горнодобывающего производства на оценку воздействия на окружающую среду.

Необходимо принимать во внимание прямое воздействие, а также какое-либо не прямое, побочное или кумулятивное воздействие, возникающие в результате реализации проекта. Планы и программы хозяйственной



Распределение факторов, воздействующих на ОВОС, на всех стадиях горнодобывающего производства (по материалам автора)

и экономической деятельности как таковые, подготовленные и / или утвержденные на центральном, региональном или местном уровне в соответствии с действующим законодательством, должны включать характеристику воздействия и территории, подверженной негативному воздействию с точки зрения:

- вероятности, длительности, частоты;
- кумулятивного эффекта;
- трансграничного эффекта;
- угрозы здоровью человека или окружающей природной среде;
- величины и пространственного воздействия;
- важности и уязвимости территорий, могущих подвергнуться отрицательному воздействию.

Проведенный анализ необходим для выводов по ОВОС. Таким выводом будет определение потенциальной возможности осуществления добывающей и иной хозяйственной деятельности с учетом всех экологических рисков для конкретной территории. Результатом ОВОС должно быть определение наиболее уязвимых компонентов окружающей среды, пути их минимизации, приоритетные направления для снятия экологических рисков, а также необходимые компенсационные действия.

Цель такой оценки – свести к минимуму воздействие на окружающую среду, поскольку избежать его совсем не удастся. В большинстве добывающих стран финансовые параметры ОВОС стали неотъемлемой частью экологической оценки всех этапов оценки проекта и контроля за его реализацией. Такая оценка позволяет обеспечить осведомленность об экологическом аспекте освоения недр, последствиях реализации добычи. В случае негативных воздействий – предупредить экологические опасности, а также обеспечить контроль всех затрат и финансовых обязательств при расчете эффективности инвестиционных вложений в недропользовании. Расчет финансовых параметров ОВОС позволяет подтвердить (или опровергнуть), насколько предполагаемая хозяйственная деятельность эффективна, насколько возможно предотвратить вредные последствия, а также определить улучшение

состояния окружающей среды как в целом, так и по отдельным компонентам.

Результатами формирования ОВОС при соблюдении предлагаемой технологии будет информация о масштабах, характере и объемах воздействия на окружающую среду на всех стадиях проекта, альтернативах реализации деятельности, предусматривая в том числе и отказ от инвестиций. Это будет информация об оценке последствий воздействия и их значимости, о возможности уменьшить степень воздействия с учетом общественного мнения. Все действия по минимизации, результаты ОВОС впоследствии должны включаться в документацию проекта недропользования, представляемую для проведения государственной экологической экспертизы, а также быть основой для принятия управленческого решения о дальнейшей реализации проекта.

Обилие полученной цифровой и текстуальной информации по каждому воздействию на окружающую среду не позволяет обоснованно охарактеризовать проект и оценить полностью ОВОС. Надежным обоснованием является интегральный показатель воздействия – стоимость процедур восстановления нарушенной экосистемы до первоначального состояния.

Таким образом, технология формирования ОВОС при экспертизе проектов недропользования должна включать расчет интегрального показателя воздействия. И общая модель ОВОС подлежит корректировке в зависимости от полученного результата:

1. Воздействие имеет допустимую величину по всем компонентам – минимум компенсационных затрат.
2. Обоснование компенсационных работ по восстановлению (очередность и суммы затрат).
3. Обоснование очередности и последовательности операций по восстановлению среды.
4. Финансовые потоки: оплата первоочередных работ и материальных компенсаций, накопление средств на отложенные.

ОВОС должна содержать финансовые ресурсы на регулярное проведение мониторинга системы на весь период деятельности предприятия.

В заключение необходимо отметить следующее. В технологии формирования ОВОС обоснование финансовых показателей является наиболее сложной работой. Из всех возможных способов наиболее приемлемым

является оценка через стоимость компенсационных работ по приведению окружающей среды в первоначальное состояние (например, репродукция растений и животных и т. п.).

Список литературы

1. Федеральный закон «Об охране окружающей среды» от 10.01.2002 № 7-ФЗ (в ред. 29.06.2015) / Правовой сервер «Консультант плюс». URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 17.09.2015).
2. Федеральный закон «Об экологической экспертизе» от 23.11.1995 № 174-ФЗ (ред. 13.07.2015) / Правовой сервер «Консультант плюс». URL: <http://www.consultant.ru/document> (дата обращения: 17.09.2015).
3. Об утверждении Положения об оценке воздействия намечаемой хозяйственной и иной деятельности на окружающую среду в Российской Федерации: приказ Госкомэкологии РФ от 16.05.2000 №372 // Российская газета. 2000. 1 сент. № 170.
4. Жукова И. В. Организационно-экономический механизм управления горнодобывающей промышленностью (на примере Хабаровского края): дис. ... канд. экон. наук. Хабаровск, 2011. 181 с.

СВЯЗЬ РЕГИОНОВ С ИНОСТРАННЫМИ ИНВЕСТОРАМИ: КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ

INTERACTION BETWEEN REGIONS AND FOREIGN INVESTORS: COMMUNICATIVE ASPECT

УДК 330.322



ФАДЕЕВА Алиса Юрьевна

аспирантка Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, Kallista89@mail.ru

FADEEVA, Alisa Yurievna

Post-graduate student of the Lomonosov Moscow State University, Kallista89@mail.ru

Аннотация.

Статья посвящена исследованию системы коммуникации между региональными органами власти и иностранными инвесторами. В основу анализа была положена классическая модель коммуникации Гарольда Лассуэла, результатом которого стало четкое определение каждого из элементов коммуникации, а также связей между ними. Это дает возможность управлять данной системой и строить ее наиболее эффективно.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность региона, прямые инвестиции, привлечение иностранных инвестиций, система коммуникации, модель коммуникации Лассуэла, элементы коммуникации.

Abstract.

This article investigates the communication between regional administration and foreign investors. The classical communication model by Harold Dwight Lasswell was taken as basis for the analysis. The result of this study is a clear determination of communication elements, as well as how they relate to each other, therefore, it gives you the opportunity to manage this system and build it most effectively.

Key words: the region's investment attractiveness, direct investments, foreign investments, communication system, Lasswell communication model, elements of communication.

Ключевым элементом любого успешного бизнеса является профессионально построенная система коммуникации, которая во многом определяет эффективность взаимодействия экономических партнеров. Если же в качестве партнеров выступают региональные органы власти и иностранные инвесторы, то важность коммуникации становится крити-

ческой. И дело вовсе не в языковом барьере и различии культур, а в острой конкуренции между различными регионами за привлечение и установление партнерских отношений с потенциальными инвесторами.

Дело в том, что определение инвестиционной привлекательности региона уже давно выходит за рамки оценки таких базовых кри-

териев, как экономические, политические, социальные и другие показатели. Иностранцы инвесторы все активнее отмечают в качестве важнейшего индикатора успешности сотрудничества с регионом возможность построения продуктивной коммуникации. В инвестиционном процессе, как и во многих других сферах бизнеса, своевременность, полнота и достоверность информации выходят на первый план. Обеспечить достижение этих характеристик способна только профессионально построенная система коммуникации.

В связи с этим понимание того, как грамотно строить и управлять системой коммуникации, становится крайне важным. Для этого необходимо определить, что же такое коммуникация, из каких элементов состоит ее система и как они связаны между собой.

Понятие «коммуникация» является крайне многогранным и динамичным, в силу чего выработалось множество подходов к его определению.

Наиболее простым и в то же время информативным является определение, предложенное С. В. Борисневым: «Коммуникация – социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по различным каналам с помощью разных коммуникативных средств» [1, с. 14].

Существует множество видов коммуникации, условно их можно разделить на два блока: межличностная и организационная. Поскольку при взаимодействии между государственными органами власти и иностранными инвесторами устанавливается организационный вид коммуникации, то именно он представляет наибольший интерес в рамках данной статьи.

Как следует из определения, коммуникация – это процесс, следовательно, как и любой процесс, она состоит из определенных элементов, образующих модель коммуникации.

На сегодняшний день разработано огромное количество моделей, объясняющих процесс коммуникации, но, как правило, все они соотносятся с одной из трех основополагающих моделей. Модель Лассуэлла, шумовая модель К. Шеннона и У. Уивера и социаль-

но-психологическая модель коммуникации Т. Ньюкомбо.

Первой и наиболее известной считается модель, предложенная в 1948 году известным американским политологом и социологом Гарольдом Лассуэлом в статье «The Structure and Function of Communication in Society». Как утверждает сам Г. Лассуэл, для того, чтобы описать процесс коммуникации, необходимо ответить на следующие пять вопросов:

- кто? (передает сообщение) – коммуникатор;
- что? (передается) – сообщение;
- как? (осуществляется передача) – канал;
- кому? (направлено сообщение) – аудитории;
- с каким эффектом? (эффективность сообщения) – результат [2].

Поскольку данная модель имеет статус классической в коммуникационной практике, то именно она была взята за основу при анализе элементов коммуникационного процесса между региональными органами власти и иностранными инвесторами в целях управления и оптимизации данного взаимодействия.

Начнем с определения Коммуникатора, то есть того, кто передает сообщение.

В данном случае в качестве Коммуникатора выступают органы региональной власти. И здесь важно понимать, что существуют органы власти, которые регулируют данный процесс, а есть те, которые вступают в непосредственное взаимодействие с иностранными инвесторами.

Что касается второй группы, то ее, как правило, составляют региональные агентства, которые относятся к исполнительным органам власти. Они создаются по инициативе Правительства РФ, либо главы субъекта. Основная цель таких агентств – улучшение инвестиционного климата в регионе и привлечение инвесторов.

Чтобы лучше понять специфику их работы, рассмотрим несколько примеров.

В Калужской области в 2000 году по инициативе правительства области было учреждено агентство регионального развития области (Агентство), а, начиная с 2009 года, агентство является государственным автономным

учреждением и функционирует в структуре министерства экономического развития Калужской области.

Миссией Агентства является создание благоприятного климата для привлечения инвесторов. Именно Агентство регионального развития является основной структурой, обеспечивающей взаимодействие с инвесторами на всех стадиях инвестиционного процесса [3].

Для развития инвестиционной среды в Республике Татарстан было создано Агентство инвестиционного развития. Приоритетными задачами для Агентства являются: генерирование инвестиций, сопровождение и реализация инвестиционных проектов, формирование благоприятного инвестиционного климата и повышение инвестиционной привлекательности региона, государственно-частное партнерство [4].

Агентство инвестиционного развития Ростовской области было основано в 2004 году и считается одним из первых агентств данного профиля в России, по итогам 2007 года его признали лучшим. В качестве приоритетной задачи Агентство обозначило привлечение новых инвесторов и инвестиций в регион [5].

Подобные агентства созданы во многих других регионах, таких как Астраханская, Челябинская, Новосибирская область, Удмуртская республика и т. д.

В некоторых субъектах создают не агентства, а так называемые советы по инвестициям.

Подобный совет функционирует на территории Свердловской области. Задачами совета являются: улучшение инвестиционного климата в регионе, создание условий для проведения политики эффективного размещения производительных сил в области, обеспечение взаимодействия органов власти различного уровня, специализированных организаций и предпринимателей, участвующих в инвестиционных процессах, взаимодействие с губернатором Свердловской области по вопросам повышения инвестиционной привлекательности региона, а также развитию государственно-частного партнерства [6].

Как видно из обозначенных задач, несмотря на различие в названиях, и агентства, и советы выполняют одни и те же функции.

Таким образом, в качестве коммуникатора в коммуникационном процессе между региональными органами власти и иностранными инвесторами выступают агентства по инвестиционному развитию, советы по инвестициям либо другие специально созданные организации, основная цель которых заключается в улучшении инвестиционного климата, привлечении инвесторов и непосредственной работы с ними на протяжении всего цикла взаимодействия.

Теперь необходимо перейти к определению того, кому направлено сообщение – аудитории. В данном случае в качестве аудитории выступают иностранные инвесторы.

В соответствии с Федеральным законом об иностранных инвестициях иностранным инвестором признается:

- иностранное юридическое лицо;
- иностранная организация, не являющаяся юридическим лицом;
- иностранный гражданин;
- лицо без гражданства, которое постоянно проживает за пределами Российской Федерации;
- международная организация, которая вправе в соответствии с международным договором Российской Федерации осуществлять инвестиции на территории Российской Федерации;
- иностранные государства в соответствии с порядком, определяемым федеральными законами.

При этом гражданская правоспособность (дееспособность) иностранного инвестора определяется в соответствии с законодательством государства, в котором оно учреждено, и которое вправе в соответствии с законодательством указанного государства осуществлять инвестиции на территории Российской Федерации [7].

Иностранные инвестиции можно классифицировать по различным признакам, однако, с точки зрения взаимодействия с инвесторами, наиболее показательным будет деление иностранных инвестиций на прямые; портфельные и прочие.

Как известно, только прямые иностранные инвестиции предполагают непосредственное

участие инвестора в процессе управления, следовательно, будем рассматривать именно этот тип инвесторов и инвестиций.

Кроме того, прямые инвестиции имеют ряд существенных преимуществ:

- долгосрочный и стабильный характер;
- высокий объем вложений;
- возможность контролировать или принимать участие в управлении объектом инвестирования со стороны инвестора;
- трансфер технологий производства и новых методов управления;
- повышение квалификации местной рабочей силы и т. д.

Именно из-за высокой значимости прямых иностранных инвестиций для успешного и прогрессивного развития региона их привлечение стало одним из критериев оценки эффективности деятельности региональных властей в России.

Осуществление прямых иностранных инвестиций возможно различными способами, основными из которых являются:

1. Организация новой компании за границей, полностью принадлежащей иностранному инвестору.
2. Приобретение существующих организаций за рубежом.
3. Учреждение совместных компаний с различной долей иностранной собственности.

Таким образом, в модели коммуникации элемент «Кому?» представлен иностранными инвесторами, которые ориентированы на взаимодействие посредством прямых инвестиций. При этом им доступны три основных метода реализации прямых инвестиций: учреждение новой компании, покупка существующих либо создание совместных предприятий с различной долей иностранного участия.

Следующий элемент Сообщение передается от региональных органов власти иностранным инвесторам, и его содержание напрямую зависит от стадии взаимодействия между субъектами.

Попробуем разграничить стадии взаимодействия региональных органов власти и иностранных инвесторов, а также определить, какие особенности свойственны каждой из них.

Первая стадия

Иностранный инвестор принял решение о необходимости организовать бизнес за границей посредством прямых инвестиций на определенных условиях. Конкретная страна и субъект еще не определены, оценка и отбор регионов еще не производились. Органы региональной власти знают о решении иностранного инвестора, их устраивают условия, на которых инвестор готов сотрудничать, есть твердое намерение привлечь данного инвестора в регион для осуществления проекта.

Вторая стадия

Инвестор ознакомился с возможностями и условиями различных регионов в различных странах. После чего сократил список потенциальных партнеров, оставив только самых подходящих, среди которых есть российский регион. Окончательное решение по выбору партнера еще не принято.

Третья стадия

Инвестор принял решение о выборе региона – партнера. Заключены необходимые соглашения, которые определяют условия сотрудничества. Инвестор приступает к реализации проекта, то есть непосредственной реализации прямых инвестиций одним из трех вышеописанных способов.

Четвертая стадия

Иностранный инвестор прекращает деятельность в данном регионе. Бизнес либо ликвидируется, либо переходит под управление экономических агентов – резидентов.

Таким образом, можно перейти к анализу элемента Сообщение на различных стадиях коммуникационного процесса.

На первой стадии взаимодействия задача региональных властей состоит в том, чтобы сообщить иностранным инвесторам о существовании данного региона как потенциально-го партнера в инвестиционном процессе и дать краткую характеристику того, почему данный субъект подходит для реализации инвестиционного проекта. Здесь крайне важно не только предоставить необходимую информацию о регионе, но и продемонстрировать открытость и желание сотрудничать.

Поскольку выбор региона для сотрудничества представляет собой довольно длительный

процесс (кроме случаев, когда субъект должен обладать какой-то уникальной характеристикой, которая не присуща другим регионам либо представлена в гораздо меньшем объеме или уровне качества), то основная цель взаимодействия на данной стадии – войти в список потенциальных партнеров.

Специфика второй стадии заключается в том, что иностранный инвестор определил для себя несколько наиболее подходящих регионов и теперь стоит перед выбором, кого из них утвердить в качестве окончательного партнера. Инвесторы сравнивают различные характеристики субъектов, которые могут повлиять на реализацию и успешное функционирование бизнеса. Взвешивают возможности и угрозы, которые присущи каждому региону, оценивают потенциал развития. На данном этапе главная цель региона – проявить себя как наиболее подходящего для сотрудничества. Это не значит, что необходимо фальсифицировать данные, если они менее презентабельны, чем у регионов-конкурентов. Скорее, необходимо определить, какие из критериев являются ключевыми для иностранного инвестора и оперировать исключительно этими данными. Если же по определенным показателям регион проигрывает своим конкурентам, то можно использовать сравнение не с конкурирующими субъектами, а с собственными прошлыми показателями, подчеркивая положительную динамику. Содержание Сообщения должно убедить инвесторов в том, что данный регион является лучшей альтернативой из возможных и определить выбор в его пользу.

На третьей стадии отношения между инвестором и регионом уже характеризуются как партнерские. Однако наиболее распространенной и грубой ошибкой считается прекращение активного взаимодействия с инвестором. Некоторые представители региональной власти убеждены в том, что их основная задача заключается в привлечении инвесторов, забывая, что не получив необходимого уровня взаимодействия, даже привлеченные инвесторы могут отказаться от сотрудничества и свернуть проект. На этой стадии инвесторы как никогда нуждаются в качественной коммуникации с региональными органами

власти, поскольку именно они представляют для них основной источник информации. Иностранные инвесторы должны чувствовать поддержку и внимание со стороны представителей власти. Поэтому основной посыл со стороны региональных органов должен заключаться в том, что иностранный инвестор может обратиться к ним по любым вопросам, в любое время. Также необходимо продемонстрировать, что данный проект важен на всех уровнях региональной власти, в том числе для главы региона. Ощущение поддержки со стороны главы субъекта, безусловно, скажется благоприятным образом на общем впечатлении от сотрудничества с регионом.

Четвертая стадия характеризуется тем, что инвестор больше не осуществляет бизнес на территории данного региона. Подобный результат не всегда является следствием негативного опыта работы в субъекте. Зачастую инвестиционный проект имеет определенные сроки и цели, по достижении которых инвестор уходит из региона. Однако бывают ситуации, при которых инвестор сталкивается с некоторыми сложностями, которые вынуждают его либо закрыть бизнес, либо продать. В любом случае процесс взаимодействия с инвестором не должен прекращаться. При этом содержание Сообщения будет разным. В случае ухода инвестора из-за негативного опыта важно сохранять с ним взаимодействие для того, чтобы информировать о тех улучшениях, которые удалось достичь, тем самым демонстрируя не только постоянную работу над совершенствованием условий для инвесторов, но и важность данного инвестора как партнера. Во втором случае важно коммуницировать с инвестором для того, чтобы оставаться в поле его зрения на случай нового проекта, а также использовать преимущества «сарафанного радио», когда инвестор, имевший положительный опыт работы с регионом, сообщает об этом другим инвесторам.

Несмотря на то, что процесс коммуникации с инвесторами делится на несколько стадий и представляет собой отдельные интеракции, существует так называемый общий посыл Сообщения, который выражается в идее того, что региональные власти готовы приложить

все возможные усилия для того, чтобы сделать сотрудничество максимально выгодным и эффективным для обеих сторон.

Следующий элемент модели Канал можно определить, как реальную или воображаемую линию связи (контакта), по которой сообщения движутся от коммуникатора к реципиенту.

При взаимодействии с инвесторами используются различные каналы коммуникации. Можно представить их следующим образом.

Передача сообщения в устной форме

В данном случае происходит непосредственное общение с инвестором «с глазу на глаз». То есть региональные власти передают сообщение в устной форме, находясь в непосредственном контакте с инвестором. Такой канал коммуникации возможен в случае, если инвестор и региональные власти договорятся о личной встрече, либо посредством организации групповых семинаров и форумов, на которых будут присутствовать обе стороны.

Передача сообщения в документальной форме

Это может быть напечатанный текст либо различного рода напечатанные изображения (графики, рисунки, чертежи, схемы, фотографии и т. д.).

Передача сообщения в электронном виде

Передать информацию в электронном виде можно двумя способами: посредством электронных носителей информации либо используя Интернет. К электронным носителям относят носители для однократной или многократной записи электронным способом: CD-ROM, DVD-ROM, полупроводниковые (флеш-память и т. п.), дискеты. Такой способ передачи информации имеет значительное преимущество перед документальным по объему и уровню сохранности информации. Кроме того, помимо текстовой информации и изображения, посредством электронных носителей можно передать информацию в аудио и видеоформатах.

Что касается передач информации через Интернет, то это один самых современных и популярных каналов передачи сообщения, поскольку он стирает границы пространства, позволяя коммуникатору вступать во взаи-

модействие с аудиторией даже на огромном расстоянии. Существуют различные способы взаимодействия через Интернет, такие как: электронная почта, системы мгновенного обмена сообщениями, взаимодействие через сайт инвестора (например, на сайте инвестора можно оставить заявку о том, что данный регион заинтересован в сотрудничестве) и другие.

Интернет-технологии связи находятся в постоянном развитии, в силу чего регулярно появляются новые способы взаимодействия.

Передача сообщения в устной форме на расстоянии

Особенность данного канала заключается в том, что, с одной стороны, региональные власти и инвесторы находятся на удаленном расстоянии друг от друга, с другой стороны, современные средства связи позволяют им коммуницировать в режиме реального времени. К таким средствам можно отнести телефон, аудиосвязь и видеосвязь. В отличие от передачи информации в электронном виде, данный канал коммуникации является более интерактивным, поскольку можно мгновенно отследить реакцию на сообщение и получить ответ.

Таким образом, можно выделить четыре основных канала коммуникации между региональными органами власти и иностранным инвестором: передача сообщения в устной форме, передача сообщения в документальной форме, передача сообщения в электронном виде, передача сообщения в устной форме на расстоянии. При выборе канала необходимо учитывать обстоятельства и характер передаваемого сообщения.

Последний элемент коммуникационной модели необходим для того, чтобы определить, каких результатов удалось достичь по итогам взаимодействия. Оценка результата напрямую зависит от поставленной цели.

Безусловно, цель каждой конкретной коммуникации будет своя, однако всегда есть основополагающая идея – то, ради чего региональные власти вступают во взаимодействие с иностранными инвесторами. Для того чтобы определить эту цель, обратимся к тем задачам, которые ставят перед собой региональные

инвестиционные агентства, поскольку они создаются и функционируют исключительно для осуществления данной деятельности.

Так, например, цель агентства регионального развития Калужской области – привлечение инвестиций в экономику Калужской области [8]. Целью создания Агентства инвестиционного развития Республики Татарстан является сопровождение и реализация инвестиционных и бизнес-проектов в республике [9]. Приоритетной задачей для Агентства инвестиционного развития Ростовской области является привлечение в регион новых инвестиций и инвесторов [10]. Основная цель агентства по инвестиционному развитию Удмуртской области определена как привлечение инвестиций в регион, устранение административных барьеров, формирование и продвижение положительного инвестиционного имиджа Удмуртской Республики [11]. Агентство инвестиций и развития Кабардино-Балкарской Республики было создано с целью содействия развитию инвестиционных процессов на территории республики и продвижения ее инвестиционной привлекательности [12].

Резюмируя описанные выше примеры, можно сделать вывод о том, что главной целью функционирования данных агентств является привлечение инвесторов на долгосрочной основе и повышение инвестиционной привлекательности региона.

Однако наряду с общей целью коммуникации можно выделить цели на каждой из стадий взаимодействия, что позволит получать оперативную информацию о промежуточных результатах коммуникации.

Так, на первой стадии цель агентства состоит в том, чтобы заинтересовать инвесторов в возможности сотрудничества и войти в список потенциальных партнеров. Соответственно, результат определяется тем, вошел регион в список потенциальных партнеров или нет. На второй стадии основная задача сводится к тому, чтобы стать официальным партнером для инвестора, при этом результативность подобных действий довольно очевидна. Активность третьей стадии характеризуется степенью удовлетворенности инвесторов от поддержки и помощи со стороны региональ-

ных властей во время реализации проекта. При этом результаты третьей стадии определяют стратегию поведения во время четвертой стадии, когда в случае положительного опыта сотрудничества цель агентства заключается в том, чтобы оставаться в постоянном близком взаимодействии с инвесторами, стимулировать к возобновлению сотрудничества. В случае отрицательного опыта сотрудничества – смягчить негативное отношение, убедить в возможности дальнейшего успешного сотрудничества.

Таким образом, результат коммуникации определяется достижением поставленной цели. основополагающей целью взаимодействия для агентств инвестиционного развития регионов является привлечение инвесторов на долгосрочной основе и повышение инвестиционной привлекательности региона. При этом помимо основной цели коммуникаторы должны осознавать стоящие перед ними задачи на каждой стадии взаимодействия, чтобы оценивать эффективность своей работы оперативно, корректируя стратегию коммуникации в случае необходимости.

Итоговые результаты анализа автором элементов коммуникации между региональными органами власти и иностранными инвесторами по модели Лассуэла представлены в таблице.

Таким образом, в статье был исследован один из важнейших факторов инвестиционной привлекательности региона – система коммуникации. Для анализа данного фактора была использована классическая модель коммуникации, предложенная Г. Лассуэлом, которая включает пять элементов (Коммуникатор, Аудитория, Сообщение, Канал, Результат).

Каждый из элементов был исследован в рамках системы взаимодействия между региональными органами власти и иностранными инвесторами. По результатам удалось определить, что в качестве Коммуникатора выступают агентства инвестиционного развития регионов, а в роли Аудитории – прямые иностранные инвесторы. При этом для анализа таких элементов, как Сообщение и Результат, необходимо было разграничить процесс коммуникации на отдельные стадии. В результате удалось выде-

Элементы коммуникации между региональными агентствами и прямыми иностранными инвесторами по модели Лассуэла [13]

	Стадии	Сообщение	Канал	Результат	
Коммуникатор Региональные агентства инвестиционного развития	1	Наш регион заинтересован в сотрудничестве и обладает рядом подходящих характеристик для данного проекта	Передача сообщения в устной форме Передача сообщения в документальной форме Передача сообщения в электронном виде	Регион вошел/не вошел в список потенциальных партнеров	Аудитория Прямые иностранные инвесторы
	2	Наш регион является наиболее подходящим партнером для сотрудничества	Передача сообщения в устной форме на расстоянии	Регион стал/не стал партнером	
	3	Мы готовы помочь по любым вопросам в любое время		Инвесторы довольны/недовольны уровнем поддержки	
	4	Мы крайне заинтересованы в дальнейшем сотрудничестве по новым проектам		Инвесторы рассматривают/не рассматривают регион как потенциального партнера для будущего сотрудничества	
	Основная идея	Мы готовы приложить все возможные усилия для того, чтобы сделать сотрудничество максимально выгодным и эффективным для обеих сторон	Выбрать наиболее подходящий канал для каждой коммуникационной итерации	Привлекли/не привлекали инвесторов на долгосрочной основе, повысили/ не повысили инвестиционную привлекательность региона	

лить четыре стадии взаимодействия, для каждой из которой формируется свое Сообщение и существует своя система оценки Результата. Что касается Каналов передачи сообщения, то все они делятся на четыре вида, среди которых самым сильным по воздействию является передача сообщения в устной форме.

Результатом проведенного исследования является четкое определение того, что представляет собой система коммуникации и каждый из ее элементов, а также как они связаны между собой, следовательно, это дает возмож-

ность управлять данной системой и строить ее наиболее эффективно.

Необходимо также подчеркнуть, что несмотря на признание модели Г. Лассуэла классической, она не включает в себя ряд элементов, которые также играют важную роль в процессе коммуникации (барьеры, посредники и т. д.), в том числе при взаимодействии между агентствами инвестиционного развития регионов и иностранными инвесторами. В связи с этим данные аспекты нуждаются в дальнейшем исследовании.

Список литературы

1. Бориснёв С. В. Социология коммуникации: Учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 270 с.
2. Lasswell, Harold (1948). Bryson, L., ed. The Structure and Function of Communication in Society. The Communication of Ideas. New York: Institute for Religious and Social Studies. P. 117.
3. Сайт агентства регионального развития Калужской области URL: <http://www.arrko.ru/ob-agentstve/glavnoe1/> (дата обращения: 26.06.2015).
4. Сайт агентства инвестиционного развития Республики Татарстан. URL: <http://tida.tatarstan.ru/rus/about.htm> (дата обращения: 26.06.2015).
5. Сайт агентства инвестиционного развития Ростовской области. URL: <http://www.ipa-don.ru/agency/about> (дата обращения: 27.06.2015).
6. Указ губернатора Свердловской области «О Совете по инвестициям в Свердловской области» от 28.03.2012 № 180-УГ.
7. ФЗ от 09.07.1999 № 160-ФЗ (ред. от 29.04.2008) «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации» (принят ГД ФС РФ 25.06.1999).
8. Сайт агентства регионального развития Калужской области. URL: <http://www.arrko.ru/ob-agentstve/glavnoe1/> (дата обращения: 26.06.2015).
9. Сайт агентства инвестиционного развития Республики Татарстан. URL: <http://tida.tatarstan.ru/rus/about.htm> (дата обращения: 26.06.2015).
10. Сайт агентства инвестиционного развития Ростовской области. URL: <http://www.ipa-don.ru/agency/about> (дата обращения: 3.07.2015).
11. Сайт агентства инвестиционного развития Удмуртской Республики. URL: <http://www.udminvest.ru/air/> (дата обращения: 20.06.2015).
12. Сайт агентства инвестиций и развития Кабардино-Балкарской Республики. URL: <http://airkbr.com/agenstvo/ob-agentstve> (дата обращения: 14.06.2015).

О СОЗДАНИИ ЕДИНОЙ МЕТОДОЛОГИИ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА НА БАЗЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ НАЛОГОВОЙ ПОДДЕРЖКИ

ON THE ESTABLISHMENT OF A UNIFIED METHODOLOGY OF ESTIMATION OF REGION INVESTMENT ATTRACTIVENESS BASED ON STATE TAX SUPPORT

УДК 332.1



КРАСИЛЬНИКОВА Валерия Сергеевна
соискатель Волгоградского государственного университета, lera_2007_@mail.ru

KRASILNIKOVA, Valeria Sergeevna
External doctoral candidate of the Volgograd State University, lera_2007_@mail.ru

Аннотация.

В статье рассмотрена проблема необходимости формирования единой методологии оценки инвестиционной привлекательности. Ведущую роль в данной оценке должна принадлежать именно налоговым льготам, от которых во многом зависит количество инвестиций в любом субъекте. Предлагаются конкретные шаги по усовершенствованию существующей методологии национального рейтинга. Результаты анализа показателей бюджетной и экономической эффективности сравниваются с результатами национального рейтинга.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, налоговые льготы, бюджетная эффективность, экономическая эффективность.

Abstract.

The article considers the problem of necessity to form a unified methodology of estimation of investment attractiveness. A leading role in this assessment should belong to the tax benefits which largely depend on the amount of investment in any subject. It offers certain steps to improve the existing methodology of the national rating. The results of the analysis of indicators of budgetary and economic efficiency are compared with the results of the national ranking.

Key words: investment attractiveness, tax incentives, and budgetary efficiency, economic efficiency.

О недостаточности собственных финансовых средств в регионах говорит не одно поколение экономистов. С момента зарождения российской рыночной экономики само планирование доходов и расходов каждого субъекта допускало дефицитность бюджета, что привело к диспропорции по количеству субъектов-доноров и субъектов-реципиентов. Последние пять лет только подтверждают данный довод. На рисунке изображен график дефицитности/профицитности бюджетов Российской Федерации за 2011–2015 годы.

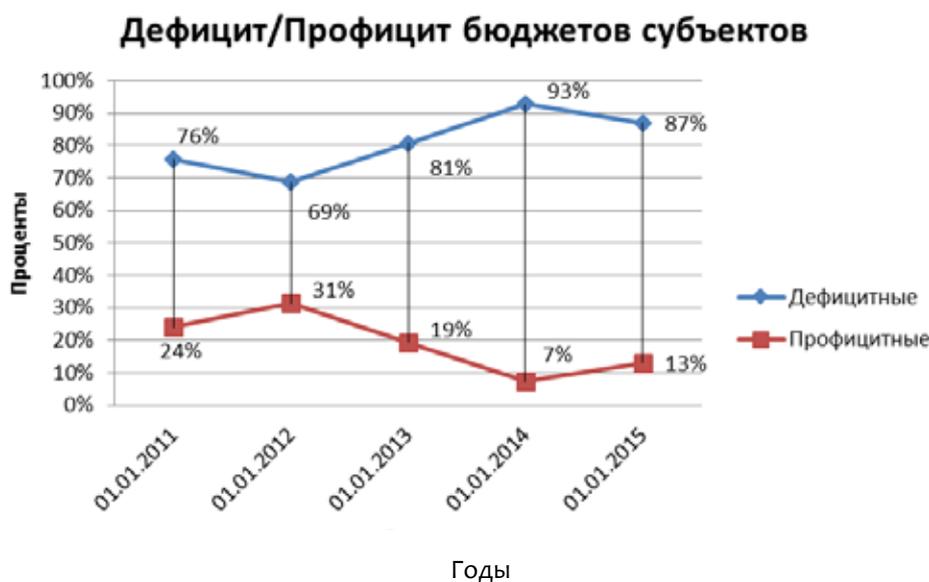
Из рисунка видно, что наблюдается устойчивая тенденция к превышению дефицитных регионов над профицитными (на 01.01.2011 года более чем в 3 раза, а на 01.01.2015 года более чем в 7 раз). За 4 года дефицитные регионы увеличились на 11%, что заставляет задуматься об их финансовой самостоятельности и самостоятельности.

Недостаточность в доходах субъектов можно уменьшить с помощью активизации внимания органов власти к выпадающим доходам регионов, которые, в свою очередь, связаны с предоставлением различных налоговых льгот отдельным категориям налогоплательщиков.

Выпадающие доходы регионов представляют собой не поступившие в бюджет субъекта налоговые платежи, связанные с предоставлением различного рода налоговых льгот определенным категориям налогоплательщиков.

Предоставление налоговых льгот в каждом регионе строится на принципе возвратности, по которому на один рубль льготы налогоплательщики пополняют казну определенным количеством дополнительных налоговых сборов. Именно поэтому ежегодно и проводятся оценки эффективности предоставленных налоговых льгот. Так, в более чем 60% субъектов РФ приняты нормативно-правовые акты, в соответствии с которыми проводится оценка эффективности предоставленных льгот [2].

Попытки создания единой методологии по поводу оценки налоговых льгот ведутся в России уже давно. Официально о необходимости ее создания заявил первый заместитель Председателя Правительства Российской Федерации в своем поручении от 12.12.2011 года Минэкономразвитию России совместно с Минфином России разработать единую методологию оценки эффективности налоговых льгот [3]. Создание данной методологии



Динамика дефицитности/профицитности бюджетов субъектов Российской Федерации за 2011–2015 годы

Источник: составлено автором на основании данных Министерства финансов [1].

предполагалось до 1 марта 2012 года, но, к сожалению, не было реализовано данными органами власти.

К первым попыткам создания единой методологии оценки налоговых льгот можно признать исследование 2014 года, посвященное составлению национального рейтинга состояния инвестиционного климата субъектов Российской Федерации. Именно в разделе «Налоговые льготы» этого исследования видна попытка систематизировать материал и оценить сразу несколько субъектов по данному критерию. В частности, экономистами был проанализирован 21 субъект Российской Федерации по такому показателю, как отношение суммы региональных налоговых льгот к сумме налоговых доходов субъектов.

Проанализировав итоги пилотного апробирования национального рейтинга, были выявлены следующие преимущества, недостатки, угрозы и возможности для его дальнейшего применения, которые показаны в таблице 1.

Из таблицы 1 видно, что в основном критика данной методики направлена на существующий выбор показателей для составления национального рейтинга. Большое количество показателей, связанных с общественным мнением респондентов, приводит к неоднозначной трактовке полученных показателей. Так, в итоговом интегральном рейтинге на последних строчках оказались Москва и Санкт-Петербург, с которым тяжело соревноваться даже крупным областям по многим экономическим показателям и по инфраструктурным объектам.

В связи с этим, автором была предпринята попытка составить свой авторский рейтинг этих же субъектов Российской Федерации, который базировался бы исключительно на статистических общедоступных показателях.

Для составления рейтинга инвестиционно-привлекательных регионов основным акцентом в методологии должны были стать налоговые льготы. Если в методологии нацио-

Таблица 1

Сравнительный анализ методики национального рейтинга состояния инвестиционного климата в субъектах РФ

Преимущества	Недостатки
<p>Впервые было проведено комплексное исследование инвестиционной привлекательности регионов на базе статистических и опросных данных. Выстраивание четкой методологии исследования. Перевод показателей в количественное выражение для построения рейтинга. Открытость и прозрачность в построении рейтинга</p>	<p>База исследования в своей основе построена на анкетировании представителей предпринимательской среды, что приводит к субъективной оценке инвестиционной привлекательности регионов. Исследование является выборочным и не дает полной картины событий, происходящей в России. Не понятен принцип отбора регионов в исследовании национального рейтинга. Не понятна цель построения данного национального рейтинга</p>
Возможности	Угрозы
<p>Создание единой методологии для мониторинга инвестиционной привлекательности регионов. Привлечение органов государственной власти к проблеме дифференциации регионов по уровню инвестиционной привлекательности (возможное выделение дополнительных ресурсов для поднятия уровня самых отстающих регионов)</p>	<p>Формальность подхода, проведение национального рейтинга без возможности улучшения в них текущего состояния. Выборочная государственная поддержка отдельных регионов может привести к еще большему перекосу в уровне развития</p>

Источник: составлено автором на основании методологии расчета показателей национального рейтинга [4].

нального рейтинга налоговые льготы являлись только отдельными показателями, то в нашем случае именно на них будет направлено основное внимание.

Воздействие налогообложения на инвестиционную среду регионов было выделено через систему показателей бюджетной эффективности в виде таких показателей, как налоговая нагрузка на единицу экономически активного населения, темпы роста налога на прибыль и налога на имущество, потери от недополученных налоговых доходов по федеральным налогам и сборам. Остальные показатели бюджетной эффективности косвенно взаимосвязаны с понятием «налоговая льгота», так как характеризуют доходные части бюджетов субъектов, зависящих от налоговых сборов и выпадающих доходов. Среди них такие показатели, как дефицит/профицит бюджета, объем государственного долга на 1 жителя, темпы роста дохода бюджетов, межбюджетные трансферты, число бюджетных учреждений и капитальные вложения в основные фонды. Всего было рассмотрено 10 показателей бюджетной эффективности.

Кроме того, для характеристики влияния налоговой составляющей на общее экономическое состояние субъектов были введены еще 10 показателей, которые должны были охарактеризовать общий инвестиционный потенциал субъекта. Среди них были такие показатели, как инвестиции в основной капитал, валовой региональный продукт на душу населения, уровень безработицы, рост среднедушевых доходов населения, рост численности населения, рентабельность проданной продукции (услуги), внешнеторговый оборот, долгосрочные финансовые вложения, основные средства, индекс производства.

После того, как были выяснены значения показателей бюджетной и экономической эффективности, по каждому субъекту были составлены диапазоны этих значений в зависимости от высокого, среднего или низкого потенциала бюджетной и экономической эффективности (далее ВБЭ, СБЭ и НБЭ соответственно).

Данные диапазоны были построены с помощью расчета максимальных и минимальных

значений каждого показателя, которые дали пороговые значения для шкалы. Среднее значение между максимальным и минимальным значением характеризовало средний уровень развития данного показателя.

В итоге были образованы две шкалы по бюджетной и экономической эффективности. На основании данных диапазонов были вписаны значения по каждому региону (ВБЭ, СБЭ либо НБЭ). Затем было посчитано общее количество показателей ВБЭ, СБЭ и НБЭ.

Регионы, получившие наибольшее количество ВБЭ, были во главе списка, получившие СБЭ соответственно в середине, а получившие НБЭ замыкали список регионов. Общий рейтинг регионов представлен в таблице 2.

Таблица 2
Общий рейтинг регионов по уровням инвестиционного развития

Регион	Уровень
Санкт-Петербург	Высокий
Москва	
Ставропольский край	
Владимирская область	
Алтайский край	
Приморский край / Ростовская область	Средний
Краснодарский край	
Ленинградская область	
Томская область	
Самарская область	
Республика Татарстан / Костромская область / Тульская область / Калужская область	
Республика Саха (Якутия)	
Красноярский край / Хабаровский край	Низкий
Свердловская область	
Ульяновская область	
Челябинская область	

Источник: составлено автором на базе расчетов общего рейтинга регионов по показателям бюджетной и экономической эффективности.

Таблица 3

Сравнительный анализ результатов национального рейтинга и нового рейтинга

Субъект	Место в национальном рейтинге	Место в авторском рейтинге	Расхождение
Калужская область	1	11	-10
Ленинградская область	13	8	5
Ульяновская область	2	15	-13
Алтайский край	9	5	4
Красноярский край	3	13	-10
Тульская область	6	11	-5
Костромская область	5	11	-6
Владимирская область	10	4	6
Республика Татарстан	4	11	-7
Хабаровский край	15	13	2
Москва	16	2	14
Ростовская область	11	6	5
Томская область	8	9	-1
Самарская область	14	10	4
Краснодарский край	7	7	0
Челябинская область	12	16	-4
Свердловская область	18	14	4
Приморский край	21	6	15
Санкт-Петербург	20	1	19
Ставропольский край	19	3	16
Республика Саха (Якутия)	17	12	5

Источник: составлено автором в ходе анализа показателей экономической и бюджетной эффективности.

Результаты полученного исследования были абсолютно не похожи на список представления по итогам национального рейтинга. Сравнительный анализ полученных результатов показан в таблице 3.

Из таблицы 3 видно, что в список лучших регионов попали именно наиболее самодостаточные и более развитые по экономическим показателям субъекты. Расхождение между национальным рейтингом и проведенном в данном исследовании составляет до 20 пунктов. Именно поэтому просто необходимо улучшить существующую методику национального рейтинга, для того чтобы она более точно отражала существующее положение дел в экономике Российской Федерации.

Улучшать необходимо именно методику национального рейтинга, так как на сегодняшний день она является единственной общепринятой и комплексной по сравнению с другими. Среди направлений ее улучшений хотелось бы отметить уменьшение количества опросных показателей, введение в основном количественных характеристик регионов, изменение роли показателя налоговых льгот в методологии расчета. Например, для регионов с большим количеством предоставленных налоговых льгот следует ввести поправочный коэффициент, который мог бы поднять их в общем интегральном рейтинге.

Список литературы

1. Мониторинг сбалансированности бюджетов субъектов РФ. URL: <http://www.iminfin.ru/index.php/razdely/defitsit-profitsit/monitoring-sbalansirovannosti-byudzhetrov-sub-ektov-rf> (дата обращения: 01.09.2015).
2. Домбровский Е. А. Налоговые льготы: практика применения, значение для региональных бюджетов и методы оценки эффективности // Финансы и кредит. 2011. № 8. С. 75–80.
3. Отчет о результатах контрольного мероприятия Коллегии Счетной палаты «Проверка эффективности предоставления и применения налоговых льгот и преференций в части администрирования налога на прибыль организаций». URL: <http://www.ach.gov.ru/upload/iblock/61c/61ce36ec9e633e92f8033c4bf71c2dcf.pdf> (дата обращения: 26.08.2015).
4. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата субъектов РФ. URL: <http://asi.ru/regions/rating/> (дата обращения: 01.09.2015).
5. Открытый бюджет. URL: <http://www.iminfin.ru/index.php/razdely/dokhody> (дата обращения: 01.09.2015).
6. Официальная статистика. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/ (дата обращения: 30.08.2015).

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ И НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

IMPROVEMENT OF QUALITY OF EDUCATION AND SCIENTIFIC ACTIVITY OF HIGHER EDUCATION ESTABLISHMENTS

УДК: 330.341.1



КАРПУШИН Евгений Сергеевич

доцент кафедры экономики и управления Балтийского гуманитарного института, кандидат экономических наук, mfisk@yandex.ru

KARPUSHIN, Evgeny Sergeevich

Associate professor of the Economics and Management Department, the Baltic Humanitarian Institute, Candidate of Economic Sciences, mfisk@yandex.ru

Аннотация.

Анализируются проблемы повышения качества образования и научных исследований в высших учебных заведениях. Описываются возможные стратегии качества для решения задачи повышения конкурентоспособности российского образования и науки. Формируется вывод о достаточной эффективности системы наукометрических параметров как инструмента решения и оценки процесса реализации поставленной задачи.

Ключевые слова: образование, наука, параметр, профессионализм, управление.

Abstract.

The article analyzes problems of improvement of quality of education and scientific researches in higher educational institutions. It describes possible strategy of quality to solve a problem of competitiveness growth of the Russian education and science. It concludes about sufficient effectiveness of scientometric parameters system as tool of the solution and estimation in implementation process of a task in view.

Key words: education, science, parameter, professionalism, management.

Президент Российской Федерации В. В. Путин в мае 2012 года обозначил ключевую задачу для российской системы высшего профессионального образования: к 2020 году как

минимум пять российских вузов должны войти в сотню авторитетных международных рейтингов [1]. Документально данная задача была закреплена в указе Президента РФ

от 07.05.2012 № 599, который был опубликован в Российской газете [2].

В этом же месяце был объявлен конкурс, результатом которого стало выделение государственной поддержки участникам-победителям: 15 крупным вузам РФ. На данный момент местом в элитной сотне может отметить только МГУ им. М. В. Ломоносова (согласно World Reputation Rankings). В текущей ситуации какого-либо качественного прорыва в решении данной задачи не наблюдается, однако научная деятельность относится к категории высокосложных, интенсивных видов деятельности, что предопределяет долгий путь российской системы высшего образования к данной цели. Даже если к 2020 году задача не будет выполнена (что наиболее вероятно), то это не означает, что нужно от нее отказываться. Наоборот, исследователи, преподаватели, ученые должны помочь как России в целом, так и самим себе повысить как наукометрические показатели своих вузов, так и свои собственные.

Важность и актуальность поставленной научной задачи, таким образом, определяется необходимостью не только решением задачи, поставленной Президентом РФ, но и стратегической концепцией повышения конкурентоспособности системы образования РФ, промышленности, сферы услуг, специалистов, выпускаемых вузами. Эффект от роста качества образования и научно-исследовательских работ лежит далеко за пределами образовательной сферы, поскольку определяет квалификацию будущих инженеров, учителей, преподавателей, специалистов, руководителей [3].

Система качества в образовательных учреждениях, нацеленная на стимулирование студентов, аспирантов, сотрудников, профессорско-преподавательского состава (ППС) к проведению научных исследований и последующей публикационной активности, требует хорошо организованной системы стратегического управления как со стороны государственных властей в целом, так и со стороны руководства вузов в частности. Деятельность руководства вуза, таким образом, должна быть нацелена на создание творческого подхода к обучению среди студентов, аспирантов, преподавателей и на формирование концепции

постоянного совершенствования научного потенциала преподавателей [4].

Проведение исследований в области обоснования целесообразности и оценки эффективности организации научной работы, образовательного процесса в системе высшего образования (ВО), оценки профессионализма ППС, знаний студентов, выпускников, качества работы вузов, рано или поздно приводит к осознанию той мысли, что вузы подчиняются тем же законам экономической науки, что и промышленность, сфера услуг, любой вид профессиональной деятельности. Образовательные услуги, как часть сферы услуг, требуют централизованного управления. В системе ВО (да и во всем российском обществе) в настоящий момент наблюдается четкий перекоп (дисбаланс) мнений в сторону наличия приоритета ответственности ППС за результаты своего труда (качества обучения студентов, научной работы, количества публикаций, уровня цитируемости) в противопоставление прочим заинтересованным сторонам (руководству вузов, Министерству образования и науки РФ, Правительству РФ).

Иначе говоря, и специалисты, и обычные граждане РФ склонны считать, что подавляющая часть ответственности за низкое качество образования, слабые темпы научно-технического прогресса и низкий престиж российских вузов на мировой арене лежит именно на ППС. Отчасти такое мнение обосновывается тем, что ППС относится к категории высокообразованного населения, что объясняет наличие к нему повышенных требований. Кроме того, ППС представляет собой последнее звено в цепочке образования и науки, что предопределяет формирование к нему пристального внимания. Не стоит забывать и о том, что ППС составляет группу населения, имеющую весьма специфические ценности и взгляды на труд. Само содержание научного и образовательного труда, сложность оценки его качества приводит к конфликтам среди преподавателей, обвиняющих друг друга в некомпетентности, для повышения таким образом своего авторитета [5].

Так или иначе, единственно правильной (научно обоснованной) позицией в вопросе повышения качества образования и научно-исследовательских работ (НИР) ППС и

студентов является следующая: вуз необходимо рассматривать как организацию (а не совокупность отдельных сотрудников), подчиняющуюся при своем функционировании законам экономической науки в области управления. Это означает, что при постановке задачи повышения качества образования и НИР необходимо начинать с верхней ступени управления, формирования руководящих указаний, стратегии управления, а не заниматься безрезультатной критикой ППС. Даже если эта критика справедлива и обоснована, то она должна и в этом случае приводить к выработке и реализации управленческих решений, направленных на исправление ситуации силами всей организации, а не личными инициативами отдельных сотрудников. Об этом говорит один из постулатов экономических наук, свидетельствующий о превосходстве трудового коллектива, обладающего собственным руководством, который в свою очередь имеет профессиональный опыт и образование в области экономики и управления над коллективом, который работает на принципах самоорганизации. Данное утверждение является частным случаем превосходства специализации над непрофессиональным трудом.

Таким образом, вышеуказанная задача является задачей всего российского общества, интересы которого представляет государство. Законодательные и исполнительные органы государственного управления должны обеспечить ее решение. Сферу образования, как уже было указано выше, необходимо рассматривать на равных условиях с прочими отраслями народного хозяйства и сферами деятельности. Такой подход не только обеспечит унификацию управленческих решений, но и позволит использовать инструментальный набор методов управления, доказавших свою эффективность в прочих отраслях.

Следовательно, повышение качества образования, НИР, наукометрических показателей как индикаторов развития представляет собой стратегическую задачу, интегрированную в общую национальную стратегию развития страны, и решение которой требует десятилетий.

Национальная стратегия представляет собой выбор государством определенных ключевых, приоритетных задач, а также фор-

мирование программы по их реализации в долгосрочной перспективе. Все подобные задачи сводятся к одной цели: обеспечение большей части населения комфортным проживанием на территории РФ, включающим в себя обеспечение необходимых гражданам страны материальных благ, культурное и образовательное развитие, а также предоставление им возможности реализации своих прав и свобод, закрепленных в Конституции РФ и прочих законодательных актах. Данная цель и ее подцели разбиваются на множество частных задач, которые требуют формирования следующих теоретических составляющих:

- концепции развития нации, что подразумевает формирование таких определений, как потребности общества, его цели, понимание цивилизованной жизни, ценностей, алгоритмы развития, методы управления и стратегического выбора;
- представления о ситуации в окружающем мире: глобальные проблемы, в том числе в отдельных странах, тенденции развития международных отношений, технологий, торговли, экологии, безопасности;
- положения РФ в мире: ее ресурсы, в том числе и человеческие, интересы страны и ее граждан, уровень научно-технологического развития, боеспособность армии, уровень развития экономики, ее зависимость от остального мира;
- развития отношений с ближайшими соседями, наличия союзников, врагов, возможные конфликты, войны, экономическая блокада;
- обеспечения автономности функционирования страны: ее продовольственная безопасность (степень зависимости от поставок продовольствия из других стран), энергетическая безопасность, сырьевая, научная (доля собственных научных разработок в общей массе используемых в стране), образовательная (соответствие отечественных специалистов необходимым требованиям, накладываемым требованиями профессиональной деятельности, соответствие спроса и предложения внутри страны на отдельных специалистов);
- экологической обстановки в стране.

С учетом этого можно определить виды стратегий, принимаемых государством:

1. Стратегия инноваций, главной задачей которой является обеспечение ускоренного создания конкурентоспособных отраслей народного хозяйства, их модернизация, технологическое перевооружение, снабжение необходимыми высококвалифицированными кадрами. Данная стратегия нацелена на усиление позиций отечественных производителей и специалистов как на отечественном, так и на мировом рынках.

2. Стратегия обеспечения национальной безопасности, заключающаяся в первоочередном развитии обороноспособности страны. Однако в настоящее время принято считать, что цель данной стратегии практически совпадает с целью вышеописанной стратегии внедрения инноваций. Логика подобной постановки задачи стратегии заключается в том, что если народное хозяйство в целом является высокоразвитым, то и стране не будут страшны никакие внешние и внутренние угрозы.

3. Стратегия качества более сложна для понимания, методы ее достижения неоднозначны, работают далеко не всегда (не во всех странах и организациях). Целью данной стратегии является в первую очередь не столько производство качественных товаров и услуг, сколько создание предпосылок для этого посредством внедрения соответствующего типа управления (отчасти философии управления). В масштабах государства для реализации данной стратегии необходимо создание целого ряда высококачественных институтов социальной защиты (под таковыми понимаются такие государственные учреждения, работу которых одобряют большинство граждан страны, то есть более половины населения довольны качеством их работы), здравоохранения, образования, науки, охраны правопорядка, обеспечения прав и свобод граждан.

4. Стратегия социально-экономического развития подразумевает развитие отраслей народного хозяйства, государственных институтов образования, науки, власти, развитие территорий, обеспечение улучшения качества жизни различных слоев населения. Реализуется в виде выделения государственной поддержки (финансовых ресурсов) регионам на выполнение строго определенных целей, а также и посредством формирования соот-

ветствующих стратегий развития для государственных и муниципальных предприятий и территорий.

Все перечисленные стратегии, что можно понять из их описания, сильно взаимосвязаны, поэтому часто решение одной стратегии подразумевает выполнение задач другой. В Российской Федерации принята стратегия национальной безопасности до 2020 года, однако ее реализация невозможна без стратегий качества (в том числе образования и науки) и внедрения инноваций. Технологическая отсталость экономики России, тяжелое положение космической отрасли, выразившееся в целой череде катастроф (падений и отказов ракетополетов), коррупционные скандалы, слабое отечественное станкостроение, отсутствие производств продукции с высокой добавленной стоимостью обусловлены рядом причин. К их числу можно отнести недостаток инвестиций как в государственные, так и в частные предприятия, неэффективную систему управления, мотивации персонала, государственного контроля, слабую поддержку малого и среднего бизнеса, отсутствие прорывных технологий, обусловленных слабым финансированием НИОКР и их неэффективностью, а также многими другими причинами, которые являются взаимосвязанными и взаимообусловленными с вышеназванными.

Однако любые причины, объясняющие недостатки развития российской экономики, сводятся во многом к отсутствию высококвалифицированных кадров, неэффективностью научных исследований высших образовательных учреждений. У экономики любой страны (вне зависимости от ее фактического уровня экономического развития) есть только природные ресурсы (земля, полезные ископаемые, водные ресурсы и пр.) и человеческий труд, который, воздействуя на ресурсы, создает все существующие результаты труда: машины, оборудование, вооружения, товары и услуги. Даже инвестиции представляют собой эквивалент труда (прошлого труда, создавшего богатство в виде накопления), поскольку согласно законам экономической науки единственным источником богатства является труд. Таким образом, труд и его разновидности – оказание услуг – представляют собой центральный объ-

ект изучения в вопросах обеспечения национальной безопасности, внедрения инноваций, социально-экономического развития.

Обеспечение высокого качества труда и оказания услуг представляет собой единственную возможность для России в вопросе позиционирования себя в качестве независимой, устойчивой и сильной страны. Президент РФ В. В. Путин неоднократно высказывал мнение о том, что необходимо повышать качество отечественных товаров и услуг [6]. Академик РАН В. В. Окрепилов определяет качество как неотъемлемое условие обеспечения конкурентоспособности и экономического роста [7].

В настоящий момент в России существуют определенные проблемы с качеством образования и науки, государственного управления. Согласно индексу качества государственного управления (GRICS), который включает в себя качество законов и их исполнения, Россия на протяжении многих лет прочно удерживает позиции в нижней части соответствующего рейтинга. Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП) характеризует Россию не лучше [8].

С точки зрения развития образования и науки, качество государственного управления определяется степенью и содержанием влияния на них, что обуславливает профессионализм подготавливаемых специалистов, ученых и ППС.

Особого внимания заслуживает индекс конкурентоспособности роста, который предназначен в том числе и для оценки наличия и качества работы общественных институтов [9]. Уровень образования и науки, являясь важнейшим элементом обеспечения конкурентоспособности страны (производимых в ней товаров и услуг), может быть оценен различными способами. Первый способ оценки заключается в сравнении цен на товары и услуги, производимые отраслями народного хозяйства различных стран. Этот способ позволяет оценить издержки производства, а также величину спроса на национальные товары. Второй способ основан на анализе конкурентных преимуществ, которые получает страна от внешней торговли, структуры экспорта, по которому можно понять, насколько сильна страна в создании высокотехнологичных товаров и услуг (если доля экспорта подобных товаров и услуг больше, чем у других стран, то очевидно,

что данная страна опережает в технологическом развитии своих конкурентов) [10]. Третий способ оценки конкурентоспособности страны является смешанным, то есть основан на вычислении множества показателей, учете мнений экспертов, сопоставлении рейтингов страны по различным методикам расчета. К таким показателям можно отнести наукоемкость продукции, соотношение «цена–качество», уровень технологического развития, профессионализм кадров, доля использования неквалифицированного труда, уровень автоматизации производства, производительность и качество труда и оказываемых услуг.

Для системы образования и науки к таким показателям относят количество (доля к общей численности) лауреатов Нобелевской и других престижных научных премий, работающих в вузах или НИИ, количество (доля к общей численности) докторов и кандидатов наук, количество публикаций в журналах, включенных в базы данных Scopus и Web of Science, величина прибыли, полученная вузом или НИИ от внедрения в производство разработанных ими образцов продукции, услуг, рационализаторских предложений, методик, методологий, доли безработных выпускников и работающих по специальности, индекс Хирша вузов (НИИ) и их сотрудников, а также многие другие параметры.

Каждый отдельный параметр, призванный оценить конкурентоспособность как страны, так и отдельной организации, не дает целостной картины, однако при учете всего множества показателей становится очевидна общая эффективность подобной методологии оценки. Если по большинству параметров страна занимает высокие позиции, то это объективно свидетельствует об уровне ее конкурентоспособности. Отдельные же параметры дают информацию о том, какие позиции необходимо усилить для повышения конкурентоспособности в целом. Единственным потенциальным изъяном подобной методологии является выбор того, какие именно параметры учитывать, а какими пренебрегать. Например, в России большинство ученых не очень положительно отзывалось об индексе Хирша, практикуемого за рубежом и имеющего там положительную репутацию.

Говоря о конкретных методиках, позволяющих вычислить конкурентоспособность страны, стоит отметить методику Всемирного экономического форума (WEF). Данная методика подразумевает вычисление, статистическую регистрацию множества параметров, перечень которых постоянно расширяется. К основным показателям данной методики отнесены: состояние здоровья граждан и уровень начального образования; уровень среднего и высшего образования; технологическое развитие; уровень развития инфраструктуры: внедрение инноваций; емкость (размер) рынка; развитие институтов; степень эффективности товарных рынков; макроэкономическая стабильность; уровень эффективности рынка труда; уровень развития (совершенства) бизнеса; состояние и развитие финансовых рынков.

В зависимости от состояния (оценки) вышеперечисленных показателей (факторов) страны классифицируются по одной из трех возможных альтернатив:

1. Страна, находящаяся на стадии влияния базовых экономических факторов. Для таких стран характерны дешевая рабочая сила, преобладание товаров массового потребления, наличие природных ресурсов, отсутствие современных собственных технологий, доминирование ценовой конкуренции, сильная зависимость от курсов валют и цен на товары первой необходимости.

2. Страна, находящаяся на стадии преобладающего влияния инвестиционных предложений. Для таких стран характерны относительная доступность кредитов; производство типовых изделий, товаров и услуг; сильное влияние государства на развитие бизнеса; наличие крупных инвестиций в развитие инфраструктуры; преобладание импортных технологий над отечественными; сильная зависимость от внешнего рынка.

3. Страна с преобладанием внедрения инноваций. Для таких стран характерны сильный бизнес, наличие собственных современных технологий; устойчивое развитие практически всех отраслей; большая доля сферы услуг в экономике; высокая устойчивость к любым финансово-экономическим кризисам [11].

При оценке стран также учитываются размер ВВП и доля сырья, необработанных

материалов в экспорте. Для получения высокой оценки согласно методике WEF необходимо следовать рекомендациям данной организации, а именно обеспечить наличие значительных инвестиций в образование и обеспечение соблюдения практики постоянного повышения квалификации сотрудников всех отраслей; стимулировать граждан страны к накоплению сбережений и их последующему инвестированию в экономику страны проживания; создать четкое, прозрачное, понятное и справедливое законодательство; создать такую структуру экономики, которая смогла бы быстро приспособиться к изменениям спроса и предложения товаров и услуг, что требует наличия доступных кредитов, простоты открытия бизнеса, наличия технологий и квалифицированных кадров; обеспечить вложение инвестиций в инфраструктуру всех видов; повысить качество государственного и административного управления, что подразумевает оперативность, прозрачность решений, то есть необходимо обеспечить высокий уровень доверия граждан к государству, что предопределяется удовлетворенностью большинства граждан страны государственными услугами и его деятельностью в целом; обеспечить рост экспорта; привлечь иностранные инвестиции; соблюдать баланс между величиной налогов, заработной платы и производительностью и качеством труда и оказанных услуг; сократить разрыв между минимальными и максимальными заработками; обеспечить интеграцию экономики страны в мировую при соблюдении национальных интересов.

Инвестиции в развитие образования и науки, в повышение качества подготовки кадров представляют собой сложное решение с трудно предсказуемыми последствиями, что и предопределяет нежелание и государства, и частного бизнеса вкладывать финансовые средства в проекты, связанные с образованием и наукой. Однако необходимо отметить, что такая экономическая категория, как «качество жизни», основана практически полностью на технологическом развитии страны, предоставлении населению высококачественных услуг, уровне образования и науки в стране, высокой производительности и качестве труда и оказываемых услуг. То есть достижение высокого значения

качества жизни в стране возможно лишь в том случае, если большинство населения представляет собой высокообразованную массу людей, являющуюся профессионалами на своем рабочем месте. Эти параметры учитываются и в индексе развития человеческого потенциала.

Говоря о текущем положении дел, стоит отметить, что в концепции долгосрочного социально-экономического развития России [12; 13], разработанной Правительством РФ, указано, что в нашей стране наблюдается низкий профессиональный уровень кадров, образовательных услуг, что негативно сказывается на конкурентоспособности производимых товаров и всей экономики страны.

Эти же взгляды разделяют и эксперты, и граждане РФ, регулярно критикующие образовательную систему, РАН, научные институты, квалификацию государственных служащих в ходе различных социологических опросов, а также публикаций научных работ.

Возможных решений для повышения качества науки и образования, профессионализма выпускников вузов существует множество, и все они так или иначе связаны с необходимостью внедрения тех или иных государственных программ, основанных на ужесточении образовательных стандартов, требований к ученым, повышении стандартов государственного контроля, увеличении финансирования, внедрения системы менеджмента качества, доктрины стратегического управления качеством научной деятельностью и предоставлении образовательных услуг, обеспечения регулярной процедуры повышения квалификации ППС и научных сотрудников, привлечения иностранных специалистов в вузы, повышении рейтингов вузов по международным стандартам, усилении публикационной активности ППС и ученых [14].

Для решения поставленной задачи как в части повышения профессионализма преподавателей, так и в части повышения качества образовательного процесса и организации научных исследований работ, что в целом должно выражаться наукометрическими параметрами, необходимо:

- разработать инструкции для преподавателей и студентов (с принудительным выполнением в рамках образовательных стандартов,

либо положений вузов), которые позволили бы им существенно повысить количество публикуемых работ в научных рецензируемых журналах, а также повысить их качество, что выражается наличием в работах практических, а не только теоретических данных, статистики, сложных аналитических выводов, мнений экспертов, бизнесменов, представителей власти, взаимно увязывающих данные из различных источников, мнения отдельных исследователей;

- регламентировать процедуры, направленные на стимулирование процессов научных исследований, повышение производительности научного труда, борьбы с невыполнением планов исследований студентами и преподавателями;

- обозначить методы согласования работ отдельных подразделений в области научных исследований, позволяющих обеспечить совместную работу студентов из различных групп, факультетов, ведущих исследования по общей тематике;

- ознакомить сотрудников и учащихся с международными этическими нормами определения соавторства (доли труда в общей работе, статуса отдельных исследователей), формирования официальных благодарностей, чтобы в будущем избежать конфликтов в данной сфере;

- разработать мероприятия, направленные на популяризацию научных исследований и отображение уже достигнутых результатов как со стороны учащихся, так и ППС.

По мнению автора, наиболее перспективным направлением решения вышеуказанных задач является создание стратегической системы управления качеством образовательных услуг и профессионализма кадров, основанной на повышении наукометрических показателей. Данная система имеет ряд очевидных преимуществ:

- возможность внедрения системы силами одного вуза без наличия каких-либо регламентирующих документов из Минобрнауки РФ, что предопределяет практическую, а не теоретическую реализуемость;

- наличие достаточно конкретных методов повышения наукометрических параметров (увеличение количества публикаций и

изменение их тематики и методов написания для стимулирования интереса у читателей из научного сообщества);

- результаты труда имеют объективную, конкретную, математическую величину, признаваемую во всем мире (индекс цитируемости, индекс Хирша вуза и ППС);
- написание высококачественных научных статей будет стимулировать рост уровня развития науки в стране и рост профессионализма ППС и научных сотрудников;
- наличие достаточных данных о журнале, в котором размещена публикация, позволяет судить о ее качестве (перечень Scopus, ВАК, импакт-фактор);

• привлечение студентов в данную систему посредством обязательного включения требования руководством вуза по написанию студентами научных статей с проверкой на антиплагиат в программу практических занятий.

Это позволит улучшить качество подготовки (обучения) студентов, будет развивать у них навыки самостоятельного мышления, повысит интерес к учебе. Публикация в престижном журнале, в том числе из перечня Scopus, для студентов представляет собой очень сильный стимул к научной работе и образованию. Это в будущем положительно скажется на их способности решать практические задачи в ходе профессиональной трудовой деятельности.

Список литературы

1. Стерлигов И. Российские вузы в мировых рейтингах. Опять двойка? URL: https://slon.ru/russia/rossiyskie_vuzy_v_mirovykh_reytingakh_opyat_dvoynka-827509.xhtml (дата обращения 24.10.2015).
2. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2012 № 599. URL: <http://www.rg.ru/2012/05/09/nauka-dok.html> (дата обращения 24.10.2015).
3. Карпушин Е. С., Дорохова Л. Ю. Инновационные методы управления персоналом и их значение в обеспечении конкурентоспособности организации // Биржа интеллектуальной собственности. 2015. № 6. С. 37–42.
4. Забродин В. Ю. «Человек» в современной экономике // Петербургский экономический журнал. 2015. № 2. С. 8–18.
5. Горшков А. А. Конфликты в социально-культурных системах как источник развития и инструмент управления // Петербургский экономический журнал. 2015. № 2. С. 19–24.
6. Деминг Э. Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми и процессами. М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. 419 с.
7. Окрепилов В. В. Роль качества в условиях глобального рынка // Экономика качества. 2013. № 1 (2). Электронный журнал. URL: <http://www.eq-journal.ru>
8. Материалы Всемирного экономического форума 2012 года. М.: Центр ситуационного анализа, 2012. Электронный журнал. URL: <http://www.eq-journal.ru>
9. Горбашко Е. А., Максимцев И. А. Управление конкурентоспособностью. М.: Изд-во «Юрайт», 2014. 447 с.
10. Карпушин Е. С., Патулов В. С. Последствия санкций для российской экономики // Биржа интеллектуальной собственности. 2015. № 2. С. 27–30.
11. Булочников П. А. Организационная инновация по внедрению системы управления качеством на основе процессного подхода // Петербургский экономический журнал. 2015. № 2. С. 33–39.
12. Окрепилов В. В. Экономика качества. СПб.: Наука, 2011. 660 с.
13. Шубенков Д. Ю. К вопросу формирования стратегии экономического развития России // Вестник Томского государственного университета. 2012. № 4 (20). С. 73–81.
14. Карпушин Е. С. Сравнительный анализ эффективности управления государственной и частной собственностью // Биржа интеллектуальной собственности. 2015. № 1. С. 51–53.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ КОНКУРЕНЦИИ И ЕЕ ОСОБЕННОСТИ В СФЕРЕ УСЛУГ

ACTUAL COMPETITION TRENDS WITH PARTICULARITIES IN SPHERE OF SERVICES

УДК 338.4



ГРИШКОВ Антон Федорович

аспирант Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, conf_uesp@gukit.ru

GRISHKOV, Anton Fedorovich.

Post-graduate student of the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, conf_uesp@gukit.ru

Аннотация.

В статье рассматриваются современные особенности конкурентной борьбы хозяйствующих субъектов в глобальной экономике. Проводится анализ основных тенденций конкуренции в сфере услуг. Выполнен анализ направленности способов повышения конкурентоспособности хозяйствующими субъектами различной отраслевой направленности в мировой экономике.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентная борьба, глобализация, сфера услуг, тенденции развития конкуренции.

Abstract.

The article deals with the modern features of competitive economic entities in the global economy. It analyses the main trends of competition in the service sector. It provides the analysis focus ways to maintain the competitiveness of economic entities of various industries in the world economy.

Key words: competition, competitiveness, competition, globalization, services, trends in the development of competition.

В условиях современной глобальной мировой экономики, характеризующейся возрастающей гомогенизацией условий и особенностей ведения бизнеса в разных странах, связанной с усилением прозрачности границ для движения капиталов, ресурсов, в том числе трудовых, а также потребителей, наблюдается все большая формализация «правил игры», детальное разделение и описание мельчайших отраслевых сегментов бизнеса, замедление темпа открытия новых рыночных ниш и ужесточение конку-

ренции между существующими бизнес-игроками за потребителя, все большее усиление крупных транснациональных игроков, получающих контроль над базовыми видами ресурсов мировой экономики.

В общем виде конкуренция возможна лишь в том случае, если существует несколько или большое количество игроков, борющихся за определенный ограниченный ресурс, которым может быть потребительский спрос, приносящий доход.

Сущность конкуренции заключается в борьбе между игроками (организациями) за ресурс.

Отметим, что конкуренция имеет объективную тенденцию сокращаться и постепенно переходить в монополию, что связано с постоянным усилением и укрупнением сильнейших игроков, уничтожающих слабых, и распространенностью соглашений и сговоров в случае с олигополистическими рынками [1; 2].

Конкуренция производителей выгодна для потребителей, но возможна лишь в краткой сложившейся перспективе, пока сильные игроки не уничтожили слабых, либо когда государством искусственно будут созданы соответствующие условия.

По мнению автора, к числу современных тенденций развития конкуренции можно отнести следующие.

1. Выход конкуренции на международный (мировой) уровень.

С развитием торговли и мировых рынков сырья, труда и капитала окончательно сформировалась сначала конкуренция национальных производителей, а позднее транснациональных корпораций (ТНК), лишь формально привязанных к стране базирования, которые помимо конкуренции в области продукции стали успешно теснить национальных производителей услуг (например, известные сети отелей). Появилась глобальная конкуренция на рынке труда, когда качественные специалисты легко привлекаются для работы в компаниях, находящихся в других странах.

В целом, глобальный характер конкуренции проявился с XX века: на уровне ТНК и государств за контроль над ресурсами: земля, сырье, технологии, труд [3].

2. Возрастание функциональной специализации стран в мировой экономике.

Конкуренция осуществляется в целом по функциям, а не по конкретным товарам или услугам. Так, например, Китай – мировая фабрика, Япония – инновационная промышленность высоких технологий, США – крупнейший потребитель в мире, военные технологии, монополист основной мировой резервной валюты, оффшоры – финансовая среда для оптимизации национальных налогов и т. д.

3. Возрастание роли Всемирной торговой организации (ВТО) и подобных организаций как инструмента глобализации.

Данная тенденция приводит к все большей унификации правил и условий торговли, устраняет экономические и таможенные барьеры между странами для беспрепятственного проникновения на национальные рынки внешних игроков, что обуславливает ужесточение конкуренции, увеличение гомогенизации мирового экономического пространства, вымывание слабых по меркам мировой арены национальных игроков с их же родных рынков, превращение экономически несостоятельных государств, вступивших в ВТО, в колонии по поставке разных видов ресурсов в развитые страны.

4. Рост конкуренции на низших уровнях мировой экономики при монополизации на высших [4].

Это можно назвать принципом пирамиды – основание всегда больше вершины, то есть на нижних уровнях идет борьба более активно, поскольку игроков, пусть и небольших, большое количество и они «борются за место под солнцем». Объективная тенденция такова, что наиболее сильные с точки зрения наличия совокупности всех видов ресурсов постепенно укрепляют свои позиции, вытесняя или поглощая конкурентов, выходят на международный рынок, становятся ТНК. При этом такие сильные игроки, в свою очередь, конкурируют на своем уровне пирамиды, распространяя свое влияние и на нижние, «подчиненные» уровни, вводя барьеры на вход и работу в соответствующих отраслях экономики разными способами (например, влияя на законодательство через лоббирование своих интересов в национальных законодательных органах).

5. Рост конкуренции ведет к монополизации.

В связи с изложенным в предыдущем пункте, постепенно в глобальном масштабе возникает реальное сокращение конкуренции по мере сосредоточения все большего количества рыночной (и не только) власти у все более ограниченного количества игроков – ТНК.

6. Создается видимость конкуренции товаров и услуг при ее реальном практическом отсутствии на базовом уровне.

Это свойственно для рынков псевдомонополистической конкуренции, когда потребителям предлагается внешне разнообразная продукция при внутреннем ее однообразии по содержанию, что обусловлено все большей унификацией и стандартизацией элементов в рамках экономической целесообразности массового производства. Внешнее многообразие при внутренней унификации – так решается противоречие между целями маркетинга и производства, что становится возможным при монополизации значительного количества всех видов ресурсов крупными корпорациями, получающими возможность внедрять на национальных и мировых уровнях свои собственные унифицированные стандарты качества.

7. Появление новых управляемых извне факторов конкурентоспособности.

К таким факторам можно отнести, например, создание ISO – Международной организации по стандартизации (International Organization for Standardization). С введением международных стандартов качества функционирования данная организация стала влиятельным игроком на глобальной арене. Так, при прочих равных условиях – организации, прошедшие сертификацию ISO, считаются более предпочтительными и конкурентоспособными. В настоящее время в некоторых странах есть законодательные ограничения по ведению бизнеса с несертифицированными компаниями. Например, ТНК, сами являющиеся крупнейшим потребителем продукции более мелких фирм, устанавливают свои требования к качеству поставляемой продукции и услуг и качеству самих компаний-поставщиков, выдвигая сертификацию как обязательное условие сотрудничества.

8. Исчерпание возможностей классической ценовой конкуренции.

На мировом рынке в связи с монополией на ресурсы и глобализацией все важнейшие виды сырьевых ресурсов, финансовые ресурсы, технологические ресурсы (ключевые технологии) сконцентрированы у относительно небольшого количества крупнейших игроков, которые формируют предложение, а соответственно, и цены на такие ресурсы, что предопределяет одинаковые условия для потребителей таких

ресурсов с точки зрения издержек, закладываемых ими в результат своей деятельности. При этом крупные игроки как потребители ресурсов оказываются в более выгодном положении, поскольку приобретают их по более низкой цене за счет объема и условно монополистического эффекта.

Кроме того, фактор снижения издержек за счет внедрения инноваций организационного характера, связанного с улучшением бизнес-процессов, на зрелых рынках не дает существенного эффекта в связи с их глубокой проработкой конкурирующими организациями за период становления рынка (другими словами, конкретные бизнес-процессы и так находятся на высоком уровне рациональности у большинства игроков данного рынка).

9. Возрастание значения факторов неценовой конкуренции.

Такая конкуренция не связана с издержками и ценами на сырьевые ресурсы [3; 5], а ее возможности на современных зрелых рынках обусловлены использованием инноваций организационного, творческого и иного нематериального характера, что позволяет предложить потребителю новые, более рациональные или технологичные способы удовлетворения существующих потребностей. Данные инновации, безусловно, связаны с творческим, креативным подходом к бизнесу, опережением конкурентов в сознании потребителя, характеризующемся комплексностью – подходом, формирующим общую лояльность потребителя к марке.

10. Общее возрастание значения в конкурентной борьбе технологий и инноваций.

Эффективная инновационная деятельность отдельных организаций, в том числе малых, иногда позволяет сделать качественный прорыв на новый уровень для всего рынка, кардинально изменить расстановку сил на нем [6]. Следует отметить, что доминирующие глобальные игроки с целью недопущения возможности потери контроля над важнейшими ресурсами (нарушения status quo) могут препятствовать диффузии новых технологий на рынки путем скупки патентов, слияния и поглощения малых инновационных фирм. Так, например, долгое время не дается ход

инновационным технологиям производства электроэнергии (например, технологии холодного ядерного синтеза), что полностью изменило бы баланс сил в важнейших базовых отраслях (нефтегазодобыча и переработка, электроэнергетика, автомобилестроение и т. д.), кардинально снизило бы удельный вес энергетических издержек в производстве, а также общее промышленное воздействие на биосферу.

11. Возрастание значения информации как конкурентного преимущества.

Информация является в современном мире важнейшим ресурсом, обеспечивающим конкурентное преимущество (к примеру, коммерческой тайной являются и стратегия компании, технологии, информация о новых разработках, базы данных клиентов, ряд финансовых данных и т. д.). Так, с развитием технических и программных средств сбора, накопления и переработки информации, передачи ее по глобальным коммуникационным каналам связи с использованием проводных и беспроводных технологий с вовлечением наземного, морского, воздушного и космического оборудования, формированием все большего количества баз данных той или иной информации возникает реальная угроза несанкционированного использования информации, в рамках, например, промышленного шпионажа. Кроме того, контроль над информацией в глобальном масштабе как над важнейшим ресурсом (фундаментальные исследования, базы знаний, базы данных по социуму, новостные пулы и пр.) становится наиболее серьезным фактором власти на этапе постиндустриального развития. Этим контролем могут обладать как государства или наднациональные образования, так и корпоративные структуры (ТНК), получающие за счет этого мощное влияние.

12. Поглощение национальных рынков сильными международными игроками.

Это связано с ослаблением национальных экономических и таможенных барьеров и отказом от политики протекционизма правительствами стран, формированием глобальной экономики с уничтожением национальных экономических границ и захватом внешними сильными игрока-

ми рынков и даже экономик стран, вступающих в глобальную экономику [4].

13. Смещение конкурентной борьбы в сфере услуг на уровень малых и средних организаций.

Такие организации преимущественно конкурируют в относительно небольших секторах сферы услуг, привязанных к территории и поэтому неинтересных для крупных компаний, или ввиду экономической нецелесообразности доступа туда по разным причинам (общественное питание, жилищно-коммунальное хозяйство, бытовые услуги, услуги культуры и пр.).

14. Неравномерность интенсивности конкуренции в различных отраслях.

Так, степень интенсивности конкуренции в отраслевых составляющих мировой и национальных экономик определяется либо высокой стратегической привлекательностью и крупным размером рынков (конкуренция на уровне ТНК и государств за контроль над ресурсами: земля, сырье, технологии, труд) либо ограниченностью размеров рынков и большим количеством игроков в них (конкуренция на уровне малых и средних предприятий, преимущественно в сфере услуг на национальных рынках).

15. Проявление «стеклянного потолка» для растущих игроков.

Так называемый «стеклянный потолок» формируется сильными игроками в виде барьеров для роста. Развивающиеся компании могут не испытывать до определенного размера особых проблем и беспрепятственно расти в своей отрасли, пока они не становятся достаточно большими и прибыльными, чтобы в данном сегменте рынка составлять конкуренцию сильным игрокам. После чего попытки роста компании могут встречать упорное сопротивление как от конкурентов более высокого уровня (вплоть до попыток дружественного или недружественного поглощения), так и встречать институциональное сопротивление страны, в которой они расположены, поскольку на более высоких уровнях хозяйствования имеется возможность в своих интересах (крупного бизнеса) влиять на законодательные и правоприменительные системы различных государств. Таким образом силь-

ные игроки становятся еще сильнее, слабые не могут с ними конкурировать и исчезают, либо остаются ниже «стеклянного потолка». Например, вследствие эффекта «стеклянного потолка» крупный капитал бизнесменов из стран третьего мира не может приобрести на Западе контроль над средствами производства (заводами). Так, нефтяные шейхи вынуждены вкладывать свои средства в облигации США, драгоценности, предметы искусства, строительство туристической инфраструктуры у себя на родине, не имея возможности вложить свои огромные средства в реальный сектор производства, в покупку технологий за границей.

Отметим, что в развитых странах также существуют проблемы «стеклянного потолка», но в последних он расположен выше, и зачастую вследствие этого не заметен.

16. Возрастание важности государственного влияния на конкуренцию.

Так, осуществляется переход конкуренции с межфирменного на межгосударственный уровень. К примеру, Евросоюз создал специальный орган, призванный противодействовать компаниям из Российской Федерации. Однако в общемировом масштабе реально национальные законодательства не ограничивают рост монополий, декларируя антимонопольную деятельность и приоритет малого бизнеса лишь номинально, поскольку это не в интересах мировой финансовой олигархии, представленной, в частности, и на уровне ТНК.

Учитывая вышесказанное, отметим, что к способам обеспечения конкурентоспособности можно отнести: способы в области влияния на спрос через цену товара или услуги, способы в области влияния на спрос через качество товара или услуги, способы в области влияния на спрос через манипулирование сознанием потребителей товара или услуги, способы, реализующиеся на основе монопольного захвата ключевых ресурсов.

Следует подчеркнуть, что на практике хозяйствующие субъекты используют несколько групп способов сразу, применяя те или иные способы, в соответствии с уникальным сочетанием факторов внешней и внутренней среды. Снижение результативности группы

способов ценовой конкуренции (который по-прежнему может эксплуатироваться инновационно-ориентированными организациями на рынках новых товаров или услуг) обусловлено тем, что совокупные издержки для конкурирующих организаций аналогичного масштаба приблизительно одинаковы. При этом остается возможность ценовой конкурентной борьбы (при условии сохранения качества) на базе снижения маржи, повышения оборачиваемости. Способы обеспечения конкурентоспособности, связанные с применением стратегий в области управления качеством как продукции (услуги), так и самой организации (качество бизнес-процессов), остаются чрезвычайно актуальными, что предопределяет их первостепенное использование. Так, разработка эффективной корпоративной или бизнес-стратегии, основанной на научно обоснованном анализе и прогнозах состояния внешней и внутренней сред, является само по себе значительным конкурентным преимуществом в долгосрочной перспективе. Более конкурентоспособными оказываются те организации, которые имеют стратегии, максимально адекватные всей совокупности параметров внешней и внутренней среды в текущем моменте и долгосрочной перспективе.

Наличие в некоторых организациях в настоящее время комплексных частично автоматизированных систем управления конкурентоспособностью, учитывающих всю совокупность факторов конкурентоспособности предприятия в качестве входящих переменных управленческой функции, а также уровень конкурентоспособности, выраженный формализованным количественным показателем в качестве результирующей, является само по себе мощным фактором конкурентных преимуществ. В этом случае на автоматизированной основе по факторам конкурентоспособности осуществляется мониторинг, и через алгоритм обратной связи производится управляющее воздействие на параметры функционирования организации как в долгосрочном, так и краткосрочном интервалах времени. Воздействие на показатели конкурентоспособности в таком случае осуществляется через формализованные процедуры изменения параметров внутренней

среды организации с целью повышения эффективности функционирования, ведущей к повышению конкурентоспособности.

Рассматривая способы конкурентоспособности на основе установления контроля над ключевыми ресурсами, отметим, что они доступны только крупным и сильным игрокам, вследствие чего в современном глобализированном мире конкуренция ограничена в большинстве отраслей (вследствие монополий ТНК) и реализуется преимущественно на микро и мезоуровнях. При этом конкуренция в сфере производства в настоящее время осуществляется преимущественно на уровне транснациональных корпораций и государств. Несмотря на декларации о необходимости поддержания конкуренции на государственном уровне, «де-факто» конкуренция сокращается и уходит в достаточно узкие отраслевые составляющие экономики. Это связано с тем, что контроль над базовыми ресурсами в настоящее время принадлежит ограниченному кругу игроков.

Отметим, что в сфере услуг конкуренция остается более острой, поскольку услуга сильно отличается от товара: ее оказание связано зачастую с меньшими затратами ресурсов и базируется на профессионализме человека, а также привязано к месту ее оказания, что затрудняет действия ТНК в удаленных районах. Сфера услуг в современном мире обладает большим удельным весом в глобальной экономике. По отдельным странам доля сферы услуг чрезвычайно высока. При этом организации сферы услуг могут быть небольшими в отличие от производственных организаций.

При внешней видимости конкуренции реально на базовых (ресурсных) уровнях глобальной экономики существует олигополистический картельный сговор против нижестоящих уровней (естественно, что своя внутренняя борьба там есть), когда крупные корпорации ставят непреодолимые системные барьеры входа в их круг, а каждый вышестоящий уровень противодействует проникновению в него снизу.

Целесообразно вспомнить известную матрицу McKinsey и General Electric [7], в которой два фактора (конкурентоспособность и привлекательность отрасли) определяют

поведение компаний на рынке – транснациональные компании находятся в квадранте на пересечении высокой конкурентоспособности и высокой привлекательности отрасли – то есть по аналогии – на верху пирамиды.

Таким образом, современные тенденции конкуренции проявляются в конкуренции по горизонтали и по вертикали. Проникновение на вышестоящие уровни бизнеса чрезвычайно сложно, поскольку связано с конкуренцией по вертикали, конкуренцией с игроками другой лиги, которые, обладая большими ресурсами и властью, естественно, не хотят допускать до кормушки новичков: конкуренция усиливается в процессе нисходящего движения на низлежащие уровни бизнеса и «разрешенные» секторы экономики. Главная конкуренция в XX веке вершилась на уровне транснациональных корпораций и государств за контроль над основными ресурсами (земля, сырье, технологии, труд), что привело к двум мировым войнам. Конкуренция на уровне отдельных фирм – горизонтальный, нижний уровень конкуренции. Этап перехода через «стеклянный потолок» – самый ответственный, поскольку крупный международный бизнес не желает иметь конкурентов и всемерно устраняет их. Возможно ли это? По мнению автора, ответ положительный, но только при институциональной поддержке национального государства, откуда происходит организация, формирование транспарентной нормативно-правовой базы ведения бизнеса, способствующей развитию конкуренции и малых организаций. На внешнем рынке, как вариант, через формирование национальных картелей, направленных на защиту национальных производителей за рубежом. Также благоприятным фактором развития является тот факт, что в современном глобальном мире произошла революция по равному доступу к фундаментальной информации (в том числе благодаря развитию сети Интернет), что позволило на новом системном уровне всем заинтересованным организациям формировать и использовать рациональные инновации, развивать человеческий ресурс – именно инновации и люди рождают возможность развития новых технологий и конкуренции на этой основе.

Список литературы

1. *Деягин М.* Россия в глобальной конкуренции. Мировой кризис: общая теория глобализации. М.: ИНФРА-М, 2003.
2. *Портер М.* Конкуренция: учеб. пособие; пер с англ. М.: Вильямс, 2000.
3. *Булочников П. А.* Организационная инновация по внедрению системы управления качеством на основе процессного подхода // Петербургский экономический журнал. 2015. № 2. С. 33–40.
4. *Зобова Л. Л., Орлова Е. К.* Глобальная конкуренция как разновидность пространственной конкуренции // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 4. С. 33–40.
5. *Булочников П. А.* Стратегическое управление инновационным развитием предприятий и отраслей сферы услуг // Петербургский экономический журнал. 2014. № 1. С. 70–75.
6. *Гришков А. Ф.* Сущность и особенности конкуренции организаций в сфере услуг // Петербургский экономический журнал. 2015. № 2. С. 114–120.
7. *Monieson D. D.* An Overview Of Marketing Planning // Executive bulletin. 1978. № 8. P. 5.

ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

LOYALTY PROGRAM AS A WAY TO IMPROVE SERVICE QUALITY IN THE HOTEL BUSINESS

УДК 338.462



САВЕНКОВА Ирина Алексеевна

аспирантка Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, irina.savenkova@hotmail.com

SAVENKOVA, Irina Alexeevna

Post-graduate student of the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, irina.savenkova@hotmail.com

Аннотация.

В статье рассмотрены современные виды программ лояльности в гостиничном бизнесе. Проведен сравнительный анализ программ лояльности зарубежных и отечественных гостиничных сетей. Определены возможности коалиционных программ лояльности несетевых гостиниц и перспективы создания программ лояльности для корпоративных клиентов.

Ключевые слова: качество обслуживания, лояльность, программа лояльности, гостиничный бизнес, гостиничные сети, деловой туризм.

Abstract.

The article deals with modern types of loyalty programs in the hotel industry. It analyses loyalty programs of foreign and domestic hotel chains. And it considers the possibilities of coalition loyalty programs of non-chain hotels and the prospects of creating loyalty programs for corporate clients.

Key words: service quality, loyalty, loyalty program, hotel business, hotel chains, business tourism.

Все большее число продавцов услуг на отечественном рынке начинают понимать преимущества перехода к маркетингу отношений. В первую очередь это касается управляющих гостиничными сетями. Интенсивный рост информационных технологий, стремительное развитие транспортного сообщения, экономический подъем многих развивающихся стран, а также ряд политических изменений в мире – все эти факторы значительно ускорили процесс роста мирового туристского рынка [1, с. 82]. Рост ми-

рового туристского рынка обуславливает и рост конкуренции среди отелей, поэтому построение долгосрочных отношений с клиентами – наиболее предпочтительный способ сохранения конкурентоспособности. Одним из популярных способов поддержания приверженности бренду является повышение качества обслуживания. Для достижения высокого качества обслуживания гостиничные сети разрабатывают и внедряют программы лояльности. Рассмотрим сущность и виды программ лояльности.

Программы лояльности – маркетинговый инструмент, направленный на оптимизацию взаимоотношений организаций, представляющих услуги, с клиентами. В самом термине «лояльность» заложен ответ на вопрос о сути данного понятия, ведь loyalty в переводе означает «верность». Таким образом, целью применения систем лояльности является не только привлечение новых клиентов (хотя это тоже немаловажно), но и установление долгосрочных взаимоотношений с покупателями. В основе любой такой программы лежит принцип поощрения клиента [2, с. 16].

В данном определении четко подмечена основная характеристика программ лояльности – принцип поощрения клиента. Программ лояльности достаточно много, маркетологи совершенствуют методики на основании опыта взаимодействия с клиентами. Все программы поощрения можно разделить по различным признакам. Например, по признаку типа вознаграждения выделяют программы, предусматривающие материальное или психологическое награждение. По охвату выделяют сегментированные и несегментированные программы. По типу скидки выделяют программы с фиксированными и дифференцированными скидками. По структуре участников программа лояльности клиентов может быть локальной (создается для одной организации или сети под единым брендом) и коалиционной (включает несколько предприятий, реализующих различные предложения). Общепринято выделять дисконтные и бонусные программы, первые позволяют получить выгоду в момент приобретения продукции, вторые – отсроченную выгоду. Другими вариантами поощрения клиентов являются подарочные сертификаты, специальные предложения, сезонные распродажи, подарки, предоставление привилегий членам клуба и т. д.

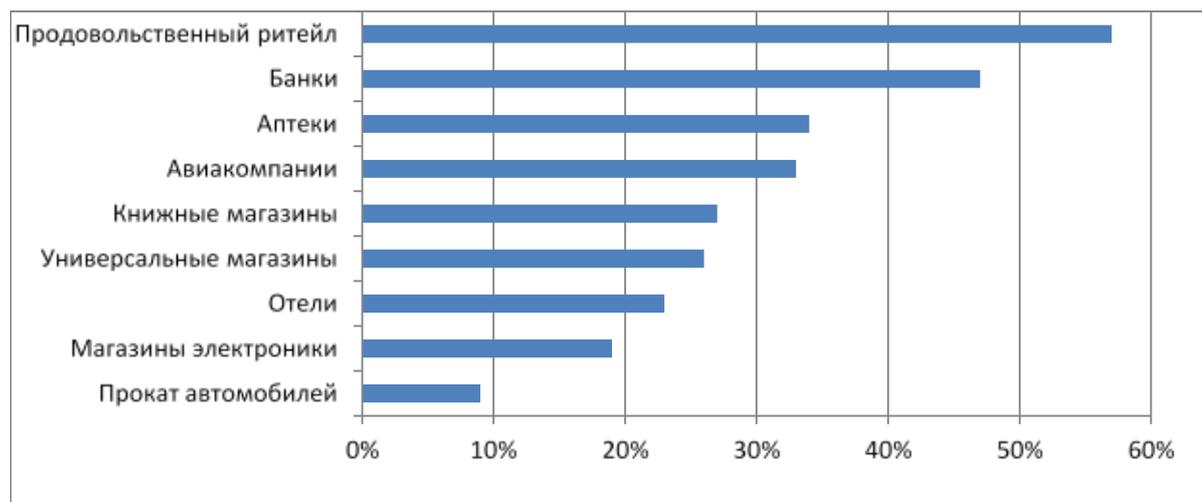
Оценим актуальность программ лояльности для гостиничного сектора. Согласно данным опроса, проведенного Gallup в 2011 году, 23% опрошенных американцев участвуют в программах лояльности отелей (рисунок). К сожалению, в России подобный опрос не проводился. Однако можно предполагать, что участников программ лояльности гости-

ничных сетей в России меньше как минимум вдвое. Из сказанного можно сделать вывод, что разработка программ лояльности гостиничных сетей и привлечение к участию в них россиян перспективны, так как рынок далек от насыщения.

Внедрение программы лояльности позволяет достичь следующих целей [4]:

- повышение доходов от продаж с помощью увеличения уровня продаж;
- увеличение доли кошелька и прибыльности покупателей;
- максимизация пожизненной ценности клиента;
- организация системы управления взаимоотношения с клиентами;
- уменьшение ценовой чувствительности;
- создание барьеров выхода и снижение желания потребителей рассматривать предложения конкурентов;
- поощрение постоянных клиентов;
- увеличение доли «вторичных» клиентов в общем клиентском потоке;
- привлечение большого количества покупателей (однако завоевать их можно только при наличии действительно качественного товара или услуги), а также увеличение количества участников программы;
- сбор информации о клиентах – создание базы данных, а также направление расходов на связь с потребителями в более эффективное русло – индивидуализацию (не масс-маркетинг).

Несмотря на потенциальные преимущества программ лояльности, следует понимать, что приверженность клиентов гостинице определяется не только существующими программами лояльности, но и другими факторами: ценой, местоположением, предоставляемыми услугами и т. д. Так как гостиничный бизнес, как и любой другой, является открытой системой, на которую одновременно действует несколько факторов, то не всегда удается оценить эффект от внедрения программы лояльности. Для оценки эффективности можно использовать следующие показатели: степень вовлечения в программу лояльности, процент удержания клиентов до внедрения программы лояльности и после, «вирусный»



Численность участников программ лояльности [3]

маркетинговый потенциал. Степень вовлечения в программу лояльности позволяет измерить количество клиентов, которые не только вступили в программу лояльности, но и активно в ней участвуют. «Вирусный» маркетинговый потенциал позволяет оценить объем новых клиентов, которые пришли в компанию благодаря советам уже существующих посетителей [5]. Также полезно определять уровень потребления до и после регистрации в программе, сравнивать доходы участников и неучастников программы, сравнивать уровень оттока среди участников и неучастников программы.

Ключевые показатели эффективности (англ. Key Performance Indicators, KPI) программ лояльности [6]:

- коэффициент участия (Participation rate) – соотношение количества участников программы и общего количества клиентов;
- коэффициент активности (Activity rate) – процент участников, принимающих активное участие в программе;
- срок (Tenure) – длительность участия в программе;
- период неактивности (Inactivity Period) – интервал времени, прошедший с момента последней активности участника в программе (как правило, составляет 12–18 месяцев);
- уровень оттока (Churn rate) – соотношение количества участников, покинувших

программу к общему количеству участников; отток фиксируется в случае, если период неактивности превышает пороговое значение;

- коэффициент погашения (redemption rate) – соотношение погашенных и начисленных бонусных единиц на определенный момент времени;
- коэффициент сгорания (breaking rate) – процент бонусных единиц, которые будут списаны в связи с истечением сроком действия и других правил, существующих в программе;
- средняя стоимость погашения (average spending per transaction) – среднее количество баллов, потраченных на приобретение вознаграждения из каталога призов за одну транзакцию;
- средняя стоимость вознаграждения (average reward price) – средняя стоимость вознаграждения в расчете на бонусные единицы, принятые в программе;
- средняя стоимость бонусной единицы (cost-per-point) – стоимость бонусной единицы программы в денежном выражении;
- средний расход участника (average member spending per transaction) – средняя сумма бонусных единиц, погашенных за транзакцию;
- коэффициент стоимости программы (loyalty program percentage cost) – соотношение совокупной стоимости бонусных единиц, начисленных участникам к общему доходу, генерируемому участниками программы;

- добавленная ценность программы (Loyalty Uplift) – мера измерения дополнительной пользы программы лояльности для компании.

Методика измерения добавленной ценности зависит от специфики программы. Как правило, ценность программы приводится в денежном выражении.

Рассмотрим актуальные программы лояльности ведущих сетей отелей. В таблице 1 представлены программы лояльности зарубежных сетей отелей, в таблице 2 представлены программы лояльности отечественных сетей.

Анализируя данные таблицы 1, отметим следующие закономерности программ лояльности зарубежных гостиничных сетей:

- используются преимущественно бонусные программы;
- предпочтение отдается коалиционным программам;
- предоставляется выбор между прямым и косвенным материальным поощрением;
- выпускаются ко-брендинговые карты (совместные пластиковые карты между банками и какими-либо организациями);

Таблица 1
Программы лояльности зарубежных гостиничных сетей

	Marriott Rewards – программа лояльности гостиничной сети Marriott	Club Carlson Rewards – программа лояльности гостиничной сети Carlson Rezidor (Regent, Radisson, Park Inn и другие бренды)	Hilton HHonors – программа лояльности гостиничной сети Hilton
Охват	3 700 гостиниц в 70 странах мира	Более 1000 отелей	Более 4 000 отелей и курортов, свыше десятка известных брендов-партнеров в Европе, Азии и США, более 50 авиа- и ж/д перевозчиков
Уровни программы	4 уровня: Rewards Member, Silver Elite, Gold Elite и Platinum Elite	4 уровня: Red, Silver, Gold и Concierge	4 уровня: Blue, Silver, Gold и Diamond
Способы накопления бонусов/получения скидок	Проживание в любой из гостиниц сети Marriott или в одном из 18 ее дочерних брендов, среди которых отели Renaissance, Ritz-Carlton, Courtyard Marriot, Residence Inn и другие; перелеты на борту самолетов более 30 авиакомпаний-партнеров; покупки и услуги кредитными картами Chase Visa	Проживание, питание, аренда автомобиля партнерской сети, покупка услуг партнеров (Vinesse Wine Clubs, FTD flowers and gifts и LifeLock), покупки картой Club Carlson Visa Card	Проживание, покупки у более чем 700 партнеров, программы в Интернете и по всему миру, покупки по кредитным картам Citi Visa и American Express
Способы траты бонусов/получения скидок/иное поощрение	Бесплатная ночь в отеле, получение скидок при покупке авиабилетов и бронировании рейсов, WiFi в номере, ужин в ресторане, скидка на СПА-процедуры и др.	Проживание, авиаперелеты, прокат фильмов, покупки в магазинах-партнерах	Путешествия, посещение кинотеатров, приобретение подарочных сертификатов, пожертвования в благотворительные фонды, совершение покупок в интернет-магазине и скачивание музыки

- характерна дифференциация программ лояльности по уровням.

Анализируя данные таблицы 2, отметим следующие закономерности программ лояльности российских гостиничных сетей:

- используются преимущественно дисконтные программы;
- предпочтение отдается локальным программам лояльности, также имеются партнерские программы;
- бонусы представлены косвенным материальным поощрением;
- дифференциация по уровням – необязательный элемент программ лояльности;
- имеются привилегии по предъявлению карты (без списания бонусов).

Таким образом, сравнительный анализ политики в области программ лояльности зарубежных и отечественных сетей отелей позволяет сделать следующие выводы. Во-первых, в то время, как зарубежные гостиничные сети отдают предпочтение бонусным программам, отечественные сети предпочитают дисконтные программы и предоставление

определенных предпочтений владельцам карт. Во-вторых, зарубежные гостиничные сети активно вовлечены в коалиционные программы, в то время, как российские сети внедряют локальные программы лояльности, дополняя их партнерскими программами. В-третьих, зарубежные сети имеют, как правило, четыре уровня карт лояльности, российские сети могут выпускать карты одного уровня для всех клиентов. Наконец, зарубежные сети отелей представляют больше возможностей использовать накопленные бонусы.

Мы рассмотрели политику сетевых отелей. Несетевые отели реже, но также предлагают своим клиентам участие в программах лояльности. Среди несетевых отелей наиболее популярна гостиничная коалиционная программа лояльности «Гостинец», работающая по принципу «кэшбэк» (от англ. cash back – «возврат денег»). Суть проекта «Гостинец» заключается в том, что после пребывания в гостиницах, включенных в систему, носитель получает 10% от заплаченной за проживание суммы на свой личный счет (на мобильный телефон, банковскую карту, интер-

Таблица 2
Программы лояльности российских гостиничных сетей

	«Почетный гость» – программа лояльности гостиничной сети Intourist Hotel Group	«Почетный гость» – программа лояльности гостиничной сети Maxima Hotels	Программа лояльности гостиничной сети AZIMUT Hotels
Охват	7 отелей в 6 городах (3 – за рубежом)	4 отеля в Москве	23 отеля в 19 городах (9 – за рубежом)
Уровни программы	Нет	3 уровня: Classic, Premium, Exclusive	4 уровня: Member, Silver, Gold, Platinum
Способы накопления бонусов/получения скидок	Проживание	Проживание	Проживание
Способы траты бонусов/получения скидок/иное поощрение	На данный момент – специальные цены на размещение в гостиницах, в дальнейшем – возможность оплаты баллами услуг гостиниц, расширение привилегий по предъявлению карты (фрукты, шампанское в номер, свежие газеты, бесплатный Интернет); имеются партнерские программы	Скидка (в зависимости от категории карты) на гостиничные услуги, услуги ресторанов и лобби-баров, дополнительные бонусы: возможность раннего заезда или позднего выезда, повышение категории номера, скидки у партнеров (салон массажа «Ирбис Тай&SPA», аквапарк «Ква-Ква Парк»); имеются партнерские программы	Поздний выезд, ранний заезд, повышение категории номера, скидка на проживание, в барах и ресторанах; имеются партнерские программы

нет-кошелек) при условии заселения в отель без посредников и отказа от других поощрений. Сейчас в систему включено 130 гостиниц из 60 городов России и Казахстана. Проект стартовал в мае 2011 года и уже имеет десятки тысяч зарегистрированных пользователей.

Большинство пользователей системы – это командированные. Именно на их долю приходится более 80% всего дохода российских гостиниц. Если говорить о половозрастной принадлежности, то в основном это мужчины в возрасте 25–45 лет. В среднем за одно проживание гости получают 1000 руб. Есть и посетители, сумма кэшбэка которых доходит до 25–30 тыс. руб. Соответственно, система интересна людям с разным достатком [7].

Таким образом, для несетевых отелей участие в программе лояльности «Гостинец» позволяет отказаться от услуг посредников, а также дает преимущество по цене перед сетевыми отелями, не участвующими в данной программе лояльности.

Также отметим, что многие отели предлагают программы лояльности для корпоративных клиентов. Именно корпоративных клиентов отели в ряде случаев могут считать идеальной целевой аудиторией. Частные клиенты, туристы и тому подобные категории граждан в большинстве своем интересуются преимущественно проживанием в комфортабельном номере по умеренной цене: другие услуги, предлагаемые им гостиницей, обычно мало их прельщают. Тогда как деловые люди, особенно топ-менеджеры крупных компаний, останавливаясь в отеле даже всего лишь на пару дней, способны мобилизовать все ресурсы, предоставляемые гостиницей. Они могут арендовать конференц-зал, запросить специальную технику для проведения семинара, нанять официанта для обслуживания в лобби исключительно их деловых переговоров и т. д. Отельеры приняли этот факт на вооружение, теперь во многих отелях, помимо стандартной сетки скидок для членов программы лояльности, которая действует в данной гостинице, разработаны специальные предложения для корпоративных клиентов и бизнес-путешественников. Кроме того, некоторые программы позволяют совместно накапливать скидки и бонусы сотрудниками одной компании.

Например, в уже упомянутой гостиничной сети Maxima Hotels гостю вручается информационное письмо, в котором указаны контакты его личного менеджера и предложение специальных тарифов. Таким образом, персонализированные отношения с каждым деловым клиентом закладываются с самого начала сотрудничества.

Постояльцы любого отеля сети могут воспользоваться различными возможностями для получения дополнительной скидки или бонуса. Как правило, корпоративные клиенты чаще всего заказывают трансфер и питание со скидкой. Поэтому предоставление скидок на трансфер и питание являются первоочередным шагом в завоевании лояльности клиентов. Например, во время извержения вулкана Эйяфьятлайокудль в 2010 году корпоративным клиентам бесплатно предоставлялся трансфер в аэропорты Москвы и дополнительные 10% скидки на проживание на период вынужденного ожидания.

Программы лояльности для корпоративных клиентов распространяются не только на проживание, но и на конференц-услуги. В частности, действует ряд специальных предложений [8]:

- «Один в уме» позволяет получить в подарок конференц-зал с оборудованием на 1 день при проведении многодневного мероприятия;
- предложение «Максима-БОНУС» включает 3 дня проживания в стандартном двухместном номере в будни по специальным ценам и однократное бесплатное пользование конференц-залом в период проживания;
- при одновременном размещении группы в 10 номерах, 11-й предоставляется бесплатно и др.

В ближайших планах сети – разработка дисконтной карты совместно с известными спортивно-развлекательными заведениями Москвы и области. Сеть уже установила прочные партнерские отношения с крупнейшим в Европе аквапарком «Ква-Ква Парк». Корпоративные клиенты сети время от времени получают эксклюзивные бонусы в виде сертификатов на его посещение. Сейчас уже более 30% гостей являются обладателями карт «Почетного Гостя», что является наглядным подтверждением эффективности программы лояльности.

В крупных городах многие гостиницы предлагают специальные программы лояльности для корпоративных клиентов. Отметим, что основная проблема российского въездного и внутреннего делового туризма заключается в неразвитости рынка специализированных деловых услуг. За пределами Москвы и Санкт-Петербурга возможности для современного делового туризма почти отсутствуют – недостаточное число предприятий гостиничного хозяйства для бизнесменов, нет сопутствующей инфраструктуры [9, с. 13]. Из сказанного следует, что региональные гостиницы и гостиничные сети могут существенно увеличить свою привлекательность для гостей, разработав программы лояльности для корпоративных клиентов.

В целом следует признать, что как инструмент повышения качества обслуживания про-

граммы лояльности активно внедряются как российскими, так и зарубежными отелями. Распространены коалиционные, локальные и партнерские программы. Гостиничные сети, как правило, применяют дисконтные и бонусные программы, предусматривающие преимущественно прямое или косвенное материальное награждение. Дифференциация скидок и бонусов происходит в основном по объему уже потраченных денежных средств в отелях и их партнерах. Несетевые отечественные отели принимают участие в коалиционных программах лояльности по принципу кэшбэк. В основном программы лояльности гостиничного бизнеса массовые, из специализированных программ широкое распространение получили специальные программы лояльности для корпоративных клиентов.

Список литературы

1. *Малюшенкова Е. Д.* Аналитический обзор и классификация международных гостиничных рынков // Петербургский экономический журнал. 2014. № 4. С. 81–86.
2. *Васин Ю. В.* Эффективные программы лояльности. Как привлечь и удержать клиентов / Ю. В. Васин, Л. Г. Лаврентьев, А. В. Самсонов. 4-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 152 с.
3. Making Loyalty Programs Work // Gallup. URL: <http://www.gallup.com/businessjournal/149570/making-loyalty-programs-work.aspx> (дата обращения: 21.05.2015).
4. *Бабушкина А. Ю.* Программы лояльности: теория и практика // Российское предпринимательство. 2010. № 2. С. 94–98.
5. Как измерить эффективность программы лояльности? // Все о системах лояльности в гостиничном бизнесе. URL: <http://loaylty-hotel.livejournal.com/7456.html> (дата обращения: 21.05.2015).
6. Способы оценки эффективности программы лояльности // Состав.ру. URL: <http://www.sostav.ru/blogs/131092/14905/> (дата обращения: 21.05.2015).
7. Программа лояльности «Гостинец» // Travel Russian News. URL: <http://www.trn-news.ru/companies/gostinets> (дата обращения: 21.05.2015).
8. Программы лояльности для корпоративных клиентов // Business Travel. URL: http://bt-magazine.ru/journal_article/81.html (дата обращения: 21.05.2015).
9. *Голубев Г. М., Сазонова Е. В.* Тенденции развития туристской отрасли в современных условиях // Петербургский экономический журнал. 2014. № 3. С. 7–13.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ОРГАНИЗАЦИОННОЕ СОДЕРЖАНИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА

ECONOMICAL AND ORGANIZATIONAL NATURE OF FRANCHISING



ТИМОФЕЕВА Елена Григорьевна

аспирантка Санкт-Петербургского института гуманитарного образования, elena_narkevich@yahoo.com

TIMOFEEVA, Elena Grigorievna

Post-graduate student of the Saint-Petersburg Institute of Education in the Sphere of Humanities and Social Sciences, elena_narkevich@yahoo.com

УДК 334.7

Аннотация.

В статье выполнен анализ существующих подходов к определению франчайзинга. Показано, что эти определения не отражают в полном объеме специфику отношений франчайзинга. Предложено новое определение франчайзинга. Доказано, что в отношениях франчайзинга присутствуют экономическая, организационная и институциональная составляющие. Обосновано, что из сущности франчайзинговых отношений естественным образом следуют требования, предъявляемые франчайзером к потенциальным франчайзи.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзи.

Abstracts.

The present paper contains an analysis of existing approaches towards definition of franchising. It is demonstrated that these definitions do not reflect the nature of franchising. A new definition of franchising is proposed. It is demonstrated that franchising includes economic, organizational and institutional aspects. It is demonstrated that the nature of franchising relations generates franchisor's requirements towards potential franchisees.

Key words: franchising, franchisor, franchisee.

Франчайзинг представляет собой эффективный инструмент развития бизнеса как для собственника торговой марки и связанной с ней бизнес-модели, так и для начинающих предпринимателей. Первый получает возможность использовать на льготных условиях чужой капитал для развития собственной сбытовой сети, а также привлекать для управления новыми

предприятиями менеджеров с высокой мотивацией, а вторые получают доступ к известному бренду и отработанным коммерческим технологиям франчайзера. Однако, несмотря на свою популярность, обусловленную этими преимуществами, франчайзинг пока не получил общепринятого определения. В данной статье попытаемся отчасти закрыть этот пробел.

Поставленная задача имеет не только теоретическое, но и важное прикладное значение. Понимание природы франчайзинга позволит лучше понять преимущества и риски обоих участников франчайзингового сотрудничества и, как следствие, те критерии, по которым следует отбирать потенциального партнера (путем подбора такого кандидата, который позволяет максимизировать преимущества или минимизировать риски). Кроме того, хотя в настоящее время в отечественном законодательстве понятие «франчайзинг» отсутствует (для регулирования отношений между франчайзером и франчайзи в нашей стране применяется договор коммерческой концессии), не исключено, что в будущем будет сделана попытка создать для франчайзинга отдельную нормативно-правовую базу, для чего необходимо ясное понимание сущности отношений франчайзинга.

Проблема разработки определения франчайзинга как организационно-экономического механизма развития предпринимательской деятельности существенно осложняется его многогранностью и многообразием решаемых при его помощи задач. Различные авторы рассматривают франчайзинг как инструмент, служащий для:

- привлечения капитала собственником торговой марки [1; 2] (важно отметить, что в российском законодательстве отсутствует понятие «торговая марка», для его замены используются понятия «товарный знак» и «знак обслуживания», однако термин «торговая марка» широко используется в маркетинге, и поэтому в дальнейшем будем применять именно его);
- построения гибридных предприятий [3] и виртуализации бизнеса [4];
- трансфера бренда [5];
- выстраивания договорной маркетинговой системы [6];
- организации взаимовыгодного сотрудничества между крупными и мелкими предприятиями [7];
- аутсорсинга сбытовой деятельности (для франчайзера) и управления брендом (для франчайзи) [1; 8], при этом отношения аутсорсинга сбытовой деятельности являются нере-

гламентированными и не предполагающими оплаты в явной форме со стороны франчайзера [9];

- отказа от отчуждения средств производства от работника [2];
- минимизации рисков франчайзи [10];
- формирования вертикально интегрированной структуры [11].

Легко убедиться в том, что последнее понимание франчайзинга противоречит доминирующей в современной экономической теории трактовки франчайзинговых отношений как гибридных [3], а само франчайзинговое партнерство по самой своей природе (как взаимодействие двух юридически независимых предприятий) не соответствует критериям вертикальной интеграции. Более того, его нельзя рассматривать как силовой гибрид (при котором обладающее большей переговорной силой предприятие принуждает другую фирму к невыгодному для нее долгосрочному сотрудничеству) [12], поскольку кооперация франчайзера и франчайзи носит добровольный характер. Корректнее, по мнению автора, будет рассматривать франчайзинг как инструмент формирования вертикальных квази-интегрированных структур [13]. Этот пример наглядно показывает, насколько сложны отношения франчайзинга, и как легко, сосредоточившись на их видимой стороне, упустить из внимания их сущность.

В силу представленного выше многообразия задач, для решения которых может быть использован франчайзинг, большинство авторов, в зависимости от целей своего исследования, сосредотачиваются на каком-либо одном аспекте франчайзинга и предлагают определение, основанное исключительно на этом аспекте (сравнительный анализ отдельных определений представлен в таблице). Такие определения, очевидно, носят частный характер и не позволяют описать все богатство отношений, возникающих между участниками договора франчайзинга.

Интересная деталь: хотя специалисты сходятся в том, что франчайзинг предполагает долгосрочные партнерские отношения франчайзера и франчайзи, анализ таблицы показывает, что в ряде определений (в том числе и

Сравнительный анализ подходов к определению франчайзинга

Определение	Комментарии
<p>«Франчайзинг – смешанная форма крупного и мелкого предпринимательства, при которой крупные корпорации, «родительские» компании (франчайзеры), заключают договор с мелкими фирмами, «дочерними» компаниями, бизнесменами (франчайзи) на право, привилегию действовать от имени франчайзера. При этом мелкая фирма обязана осуществлять свой бизнес только в форме, предписанной большой фирмой, в течение определенного времени и в определенном месте. В свою очередь, франчайзер обязуется снабжать франчайзи товарами, технологией, оказывать всяческое содействие в бизнесе» [14, с. 366]</p>	<p>Достоинство: указывается на то, что франчайзи должен вести свой бизнес по модели, предписанной франчайзером; присутствует указание на временные и географические ограничения; из определения следует (хотя и неявно), что отношения франчайзинга носят долгосрочный, партнерский характер. Недостатки: франчайзер не обязательно является крупной компанией (нередко масштаб его бизнеса сопоставим с масштабом бизнеса отдельных франчайзи); неясен перечень предпринимателей, которые могут выступать в качестве франчайзи; нежелательно использование терминов «головной» и «дочерний», которые могут привести к пониманию франчайзинга как разновидности вертикальной интеграции</p>
<p>«Франчайзинг – это рыночно ориентированный метод продажи деловых услуг, часто – независимым инвесторам, владеющим оборотным капиталом, но не обладающим или обладающим лишь в малой степени опытом ведения бизнеса» [15, с. 336]</p>	<p>Достоинство: наличие, хотя и в неявной форме, указания на то, что франчайзер является для франчайзи поставщиком деловых услуг. Недостаток: чрезмерная размытость</p>
<p>«...франчайзинговое соглашение чаще всего понимается как договор между двумя юридически независимыми фирмами, по которому одна фирма (франчайзи) платит другой фирме (франчайзеру) за право продавать продукт франчайзера и/или за право использовать его торговую марку и формат ведения бизнеса на определенной территории в течение установленного периода времени» [16, р. 3–4]</p>	<p>Достоинство: описание ограничений, налагаемых на франчайзи. Недостаток: чрезмерная размытость, не позволяющая разграничить франчайзинг и уполномоченных дилеров</p>
<p>«Франчайзинг (англ. franchising) – форма соглашения, при которой крупная корпорация предоставляет право использования своих сбытовой сети, марки, ноу-хау и т. д. другой фирме, которая в свою очередь передает определенный процент от выручки» [17, с. 387]</p>	<p>Достоинство: присутствует указание (к сожалению, сформулированное слишком в частном виде, и к тому же некорректно), что франчайзер может предоставлять франчайзи право пользоваться своей товаропроводящей инфраструктурой (но не сбытовой сетью). Недостатки: в качестве франчайзера не обязательно выступает крупная фирма; выплаты франчайзеру не обязательно рассчитываются в виде процента от выручки франчайзи [18]; отсутствует указание на партнерский характер отношений франчайзинга</p>
<p>«...франчайзинг – это особая форма организации «бизнес-среды», которая позволяет фирме-лидеру поддерживать и создавать свои господствующие позиции на рынке товаров и услуг» [8]</p>	<p>Достоинство: в определении присутствует понимание того, что одной из важных характеристик франчайзинга является организация среды бизнеса в интересах франчайзера (т. е. неявно предполагается долгосрочный характер франчайзинговых отношений). Недостаток: никак не перечислены отличия франчайзинга от других форм взаимодействия независимых предприятий</p>

Определение	Комментарии
<p>«Франчайзинг (от англ. <i>franchise</i> – привилегия) – 1) передача права (на определенный срок и на определенных условиях) на использование торговой марки, товарного знака и фирменного наименования и связанных с ними технологий и ноу-хау; 2) создание сети представительств компании-собственника торговой марки и технологий путем передачи независимым предприятиям права на использование торговой марки, товарного знака и фирменного наименования и связанных с ними технологий и ноу-хау» [9]</p>	<p>Достоинство: попытка указать на то, что франчайзинг представляет собой не только инструмент передачи интеллектуальной собственности, но и способ формирования сбытовой сети под торговой маркой франчайзера (т. е. в неявной форме говорится о долгосрочном и партнерском характере франчайзинговых отношений). Недостаток: по сути дела, речь идет о двух отдельных определениях для двух различных аспектов франчайзинга</p>
<p>«Франчайзинг... – продажа лицензии на технологию или товарный знак фирмы, имеющей высокий имидж на рынке, при условии соблюдения покупателем (франчайзиатом) предписанных продавцом лицензии (франчайзером) стандартов качества производства продукции и услуг в процессе ее реализации» [19, с. 710]</p>	<p>Достоинство: указание на необходимость соблюдения франчайзи стандартов качества франчайзера. Недостатки: объектом продажи при франчайзинге являются не технология или товарный знак как таковые (в противном случае франчайзинг был бы равнозначен лицензированию – не случайно в данном определении использован термин «лицензия»), а модель ведения бизнеса, разработанная франчайзером; фактически в данном определении франчайзинг приравнен к лицензированию, что недопустимо [20]; отсутствует указание на долгосрочный, партнерский характер франчайзинговых отношений</p>
<p>«Франчайзинг – это такая форма организации и ведения бизнеса, в соответствии с которой один из предпринимателей (франчайзер) разрабатывает модель бизнес-процесса и передает права на ведение бизнеса в соответствии с этой моделью другому предпринимателю (франчайзи)» [21, с. 25]</p>	<p>Достоинство: указание на то, что франчайзер предоставляет франчайзи готовую модель ведения бизнеса. Недостатки: ничего не говорится о схеме передачи права использования этой модели (в общем случае модель ведения бизнеса может передаваться на бесплатной основе и не сопровождаться требованием работать исключительно под торговой маркой франчайзера); отсутствует указание на долгосрочный, партнерский характер франчайзинговых отношений</p>
<p>«Под франчайзингом понимается способ распространения продуктов и услуг, при котором независимый предприниматель (франчайзи) приобретает у головной компании (франчайзера, осуществляющего управление сетью подразделений) право предлагать рынку продукты или услуги под ее торговой маркой и с использованием ее бизнес-практик» [22, с. 26]</p>	<p>Достоинства: указание на то, что франчайзер осуществляет управление сетью; констатация того, что франчайзи использует бизнес-практики франчайзера. Недостаток: франчайзинг не сводится к организации распространения продуктов и услуг</p>
<p>«...франчайзинг рассматривается как форма организации и развития бизнеса, при которой одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав, включающий право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав, в частности на коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау)» [23, с. 10]</p>	<p>Достоинства: достаточно полно перечислен комплекс нематериальных активов, право на использование которых передается от франчайзера к франчайзи; указывается, что франчайзинг представляет собой способ организации и развития бизнеса. Недостатки: ничего не говорится об обязательствах франчайзи по отношению к франчайзеру (прежде всего, о его обязанности работать только под торговой маркой и по технологиям франчайзера); отсутствует указание на долгосрочный, партнерский характер франчайзинговых отношений</p>

Определение	Комментарии
<p>«Франчайзинг представляет собой форму кооперации между фирмами, при которой владелец интеллектуальной собственности (ИС) (торговой марки и связанных с ней производственных и коммерческих технологий; этот комплекс ИС называется франшизой, а ее владелец – франчайзером) предоставляет право на ее использование другому предпринимателю (франчайзи), который обязуется вести коммерческую деятельность исключительно на основе предоставленной ему ИС. При этом в течение срока действия договора франчайзинга франчайзер оказывает франчайзи консультационные и управленческие услуги» [10, с. 84]</p>	<p>Достоинства: указано обязательство франчайзи вести свою деятельность исключительно под торговой маркой франчайзера, что, по мнению специалистов, считается важной отличительной чертой франчайзинга, однако в ряде существующих определениях не отражается; утверждается, что франчайзинг является формой кооперации, т. е. констатируется (хотя и в неявной форме) долгосрочный и партнерский характер франчайзинговых отношений. Недостаток: нет указаний на платный характер передачи интеллектуальной собственности от франчайзера к франчайзи, а также на ограничения (по территории и сроку), налагаемым на франчайзи</p>
<p>«Франчайзинговая организация – договорная вертикальная маркетинговая система, участники которой объединяют несколько звеньев в производственно-распределительной системе» [6, с. 662]</p>	<p>Достоинство: указание на договорной и системный (т. е., по сути дела, долгосрочный и партнерский характер) франчайзинговых отношений. Недостаток: определение чрезмерно размыто и сосредоточивается только на сбытовой составляющей франчайзинга</p>

словарных) указание на это отсутствует. При этом очевидно, что долгосрочность и партнерство являются неотъемлемыми характеристиками франчайзинга. Потребность в долгосрочности связана с тем, что франчайзеру нужна гарантия использования франчайзи для сбыта товаров и услуг под своей торговой маркой, а франчайзи заинтересован в окупаемости инвестиций, которые он сделал в бизнес под торговой маркой франчайзера. Партнерский характер необходим для минимизации затрат франчайзера на контроль франчайзинговой сети и для обеспечения франчайзером консультационной поддержки франчайзи.

Еще одной распространенной ошибкой является указание на то, что франчайзинг является формой сотрудничества крупного и малого бизнеса [14, с. 366; 17, с. 387] (в этом смысле характерны названия работ [7]). Хотя такое сотрудничество, безусловно, может иметь место (хорошо известна, например, практика развития нефтяными компаниями сетей заправочных станций под своей торговой маркой на основе франчайзинга), однако в качестве отличительной черты франчайзинга использовать разницу в масштабах бизнеса франчайзера и франчайзи некорректно (нередко этот масштаб может быть сопоставим).

Дополнительная сложность состоит в том, что термин «франчайзинг» в практике ведения бизнеса зачастую используется расширительно, вследствие чего франчайзингом могут называть формы сотрудничества, обладающие не всеми чертами классического франчайзинга [24, с. 20]. Для описания этих форм в отдельных работах предлагаются специальные термины, такие, например, как «квази-франчайзинг» [24, с. 20]. В этой связи можно сформулировать научную проблему (решение которой остается за рамками данного исследования) о классификации форм франчайзинга по степени наличия в них элементов классического франчайзинга. Следует, однако, помнить, что отдельные черты франчайзинга могут присутствовать в явной или неявной форме. Например, роялти могут как выплачиваться в денежной форме в виде отдельного платежа, так и включаться в стоимость товара, который франчайзер продает франчайзи. Во втором случае может показаться, что роялти отсутствуют, и что соответствующие отношения между партнерами нужно рассматривать не как франчайзинг, а как псевдофранчайзинг. Но этот вывод будет неверным: роялти присутствуют, только в неявной форме, и поэтому речь идет о традиционном франчайзинге.

В завершение укажем, что нередко франчайзинг смешивается с лицензированием (поскольку в обоих случаях речь идет о временном праве использования чужой торговой марки на определенной территории в течение оговоренного срока). Анализ отличий этих форм сотрудничества предложен в работах [8; 15].

Это означает, что наиболее логичным способом построения определения франчайзинга должно стать перечисление его отличительных признаков.

По мнению автора, этот перечень может иметь следующий вид:

1. С экономической точки зрения, франчайзинг является способом предоставления на платной основе доступа к тому ресурсу, который у одного из партнеров наличествует в избытке, тогда как у другого партнера наблюдается его недостаток. В случае франчайзи речь идет о получении доступа к интеллектуальной собственности франчайзера, тогда как франчайзер получает возможность пользоваться капиталом франчайзи. Хотя традиционно говорится о том, что плата за пользование взимается только с франчайзи (в виде первоначального взноса и роялти), фактически в неявной и нерегламентированной форме плату за пользование капиталом делает и франчайзер, так как он оставляет весь доход от ведения сбытовой деятельности под своей маркой франчайзи (за исключением роялти) [6].

2. С организационной точки зрения, франчайзинг целесообразно рассматривать как аутсорсинг управления интеллектуальным капиталом (для франчайзера) и аутсорсинг управления текущей хозяйственной деятельностью франчайзингового подразделения (для франчайзи; хотя в отдельных источниках говорится о передаче на внешнее управление только сбытовой деятельностью; считаем, что правильнее воспринимать франчайзинг как передачу во внешнему оператору – франчайзи – управления всей хозяйственной деятельностью).

3. С институциональной точки зрения, франчайзинг выступает в качестве инструмента квазиинтернализации (для франчайзи, поскольку он вовлекается во внутреннюю среду франчайзера) и квазиэкстернализации (для франчайзера, который строит свою сбытовую сеть не только на иерархических, но и на рыночных началах). Иначе можно говорить о квазиинтеграции [13, с. 65] и о формировании метафирмы [25].

Следовательно, можно говорить, что во франчайзинге присутствуют экономическая, организационная и институциональная составляющие (рисунок).

Таким образом, можно сформулировать следующее определение: франчайзинг представляет собой форму долгосрочного добровольного взаимовыгодного сотрудничества двух независимых фирм, при которой одна

ФРАНЧАЙЗИНГ		
Экономическая составляющая	Организационная составляющая	Институциональная составляющая
Взаимообмен (на платной основе) избыточными ресурсами	Взаимный аутсорсинг управления недостающими ресурсами	Инструмент квазиинтеграции

Состав отношений франчайзинга

фирма (франчайзер) предоставляет другой фирме (франчайзи) право использовать (в течение определенного срока, на установленной территории и за оговоренную плату) свою торговую марку, формат ведения бизнеса и коммерческие и иные технологии (необходимые для использования торговой марки и формата ведения бизнеса), а также консультационную поддержку по их использованию, а франчайзи обязуется за свой счет вести хозяйственную деятельность только под торговой маркой франчайзера и в строгом соответствии с предоставленным ему форматом бизнеса и коммерческими и иными технологиями.

Легко убедиться в том, что это определение учитывает все упомянутые выше экономические, организационные и институциональные аспекты франчайзинга. Особо хотелось бы подчеркнуть такие аспекты франчайзинга, как добровольность и взаимовыгодность (отсутствовавшие в более раннем варианте предложенного автором определения [26]; других отличий между ранним и сформулированным выше вариантами предлагаемого нами определения франчайзинга нет). Вступление во франчайзинговую сеть осуществляется на основе взаимного согласия франчайзи и франчайзера, элементы принуждения к сотрудничеству отсутствуют (как это нередко имеет место при формировании сетевых структур [27]; О. Уильямсон говорит о «силовых» гибридах [12], И. Д. Котляров применяет термин «псевдосетевые структуры» [28]). Сотрудничество франчайзи и франчайзера носит взаимовыгодный характер (иначе говоря, максимизации выгоды франчайзера за счет франчайзи, лишения франчайзи ресурсов для долгосрочного развития [28] не происходит).

В работе [19, с. 45] сказано, что раннему варианту нашего определения [26] присущ такой недостаток, как утверждение, что франчайзинг представляет собой отношения двух фирм (франчайзера и франчайзи), тогда как на самом деле речь идет об отношениях одной фирмы (франчайзера) со множеством других (франчайзи). Автор считает возможным отклонить это возражение. Дело в том, что франчайзинговый контракт заключается

между двумя фирмами – франчайзером и франчайзи, а не между франчайзером и множеством франчайзи, т. е. договор франчайзинга является двусторонним, и каждая сторона представляет собой отдельное юридическое лицо, а не группу лиц. При этом франчайзи сотрудничают только с франчайзером, а не друг с другом. Таким образом, франчайзинговая сеть представляет собой не многосторонние отношения, а совокупность двусторонних отношений, что говорит о правильности предложенного автором определения франчайзинга как отношений двух фирм.

Из предложенного автором определения логично вытекают критерии отбора франчайзи:

1. Наличие достаточного капитала, соответствующего по своим характеристикам требованиям франчайзера, для учреждения предприятия под торговой маркой и в бизнес-формате франчайзера.

2. Способность эффективно вести хозяйственную деятельность в соответствующей отрасли и в соответствующем регионе.

3. Готовность строго соблюдать договорные предписания по правилам использования торговой марки, формата ведения бизнеса и связанным с ними коммерческим и иным технологиям.

4. Соответствие ценностям и нормам франчайзинговой сети (т. е. фактически наличие у франчайзи внутренней мотивации к работе в соответствии не только с документально зафиксированными стандартами деятельности франчайзера, но и согласно неявным ценностям франчайзера и сети в целом).

Таким образом, предложенное автором определение позволяет не только внутренне непротиворечиво и достаточно полно описать природу франчайзинга, но и может служить основой для разработки критериев отбора партнеров. Как представляется, именно в этом может состоять польза от полученных нами результатов как для практиков, так и для специалистов, ведущих теоретические исследования в области франчайзинга (а также, как было показано выше, для возможного создания в будущем отдельной нормативно-правовой базы для регулирования франчайзинга в нашей стране).

Подводя итог, можно утверждать нижеследующее:

Франчайзинг характеризуется долгосрочным, добровольным и взаимовыгодным характером отношений между франчайзером и франчайзи, а сами эти отношения направлены на развитие бизнеса франчайзера и франчайзи за счет предоставления ими доступа к ресурсам друг друга.

Франчайзинг представляет собой сложный феномен, включающий в себя экономическую,

организационную и институциональную составляющие.

Природа франчайзинговых отношений обуславливает состав тех требований, которые франчайзер предъявляет к потенциальным франчайзи (обеспеченность капиталом, наличие навыков или способности самостоятельного ведения бизнеса, контрактная дисциплина, соответствие ценностным установкам франчайзинговой сети).

Список литературы

1. *Котляров И. Д.* Современные формы аутсорсинга управления брендом и сбытом // Практический маркетинг. 2010. № 8. С. 12–16.
2. *Котляров И. Д.* Управление формированием продуктивных ресурсов предприятия городского автомобильного пассажирского транспорта // Известия Петербургского университета путей сообщения. 2011. № 3. С. 239–248.
3. *Ménard С.* The Economics of Hybrid Organizations // Journal of Institutional and Theoretical Economics. 2004. V. 160. P. 345–376.
4. *Котляров И. Д.* Шкала оценки степени виртуализации предприятия // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2011. № 4. С. 34–38.
5. *Краснослободцев А. А.* Формы коммерческого трансфера бренда // Социально-экономические явления и процессы. 2011. № 1–2. С. 116–123.
6. *Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж.* Основы маркетинга. 5-е европейское издание. М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2012. 752 с.
7. *Качканов В. П.* Франчайзинг как форма связи крупного и малого бизнеса в сфере торговли: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М.: МГУ им. М. В. Ломоносова, 2006.
8. *Котляров И. Д.* Опыт формального описания франчайзинга // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2007. № 5. С. 129–138.
9. *Котляров И. Д.* Формы аутсорсинга в современной международной торговле // Мировая экономика и международные отношения. 2011. № 6. С. 65–72.
10. *Котляров И. Д.* Принятие решения о приобретении франшизы: вероятностный подход // Труды Института системного анализа РАН. 2011. № 3. С. 84–91.
11. *Панюкова В. В., Комаров В. М.* Франчайзинг как разновидность вертикальной интеграции на рынке модной одежды // Научные труды Вольного экономического общества России. Т. 179. 2013. С. 69–78.
12. *Уильямсон О. И.* Аутсорсинг: транзакционные издержки управление цепями поставок // Российский журнал менеджмента. Т. 8. 2010. № 1. С. 71–92.
13. *Шерешева М. Ю.* Формы сетевого взаимодействия компаний. М.: Издат. дом Гос. ун-та Высшая школа экономики, 2010. 339 с.
14. *Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б.* Современный экономический словарь. М.: ИНФРА-М, 1997. 496 с.
15. *Холленсен С.* Глобальный маркетинг. Минск: Новое знание, 2004. 832 с.
16. *Blair Roger D. Lafontaine Francine.* The Economics of Franchising. N. Y.: Cambridge University Press, 2005. 338 p.
17. *Военная экономика и тыловое обеспечение войск (сил).* Словарь. М.: МО РФ, 2006. 416 с.

18. *Котляров И. Д.* Описание финансовых отношений франчайзера и франчайзи // Культурологический подход в экономико-правовом развитии региона: Материалы Международной научно-практической конференции XIV Макаркинские научные чтения / отв. ред. Л.А. Коханец; Мордов гуманитар. ин-т. Саранск, 2014. С. 516–523.
19. *Нерсисян Т. Я.* Предпринимательство: словарь-справочник. М.: Анкил, 2007. 792 с.
20. *Котляров И. Д.* Финансовая составляющая отношений франчайзинга: проблема расчета ставки роялти // Корпоративные финансы (электронный журнал). 2011. № 1. С. 32–39.
21. *Спинелли-мл. С., Розенберг Р. М., Берли С.* Франчайзинг – путь к богатству. М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. 384 с.
22. *Никулин Е. Д., Шаталов А. И.* Стратегия роста бизнеса с использованием франчайзинга: баланс между числом собственных предприятий и числом предприятий-партнеров // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия: Менеджмент. 2012. № 3. С. 25–47.
23. *Федорова В. В.* Управление стратегическим развитием предприятия на основе франчайзинга: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов, 2010.
24. *Куренков К. А.* Франчайзинг как инструмент развития сферы услуг дальней связи в условиях реформирования отрасли: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М.: Всероссийская государственная налоговая академия Министерства финансов Российской Федерации, 2009.
25. *Котляров И. Д.* Внутренняя и внешняя среда фирмы: уточнение понятий // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. 2012. № 1. С. 56–60.
26. *Наркевич Е. Г.* Франчайзинг как форма кооперации: попытка анализа // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. 2012. № 4. С. 22–25.
27. *Большаков А. В.* Генезис и структура деловых сетей в контексте теории постиндустриальной экономики // Экономический анализ: теория и практика. 2012. № 10. С. 35–40.
28. *Котляров И. Д.* Псевдосетевые структуры // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. 2014. № 2. С. 100–104.
29. *Пахомов В. И., Плотников В. А., Усов Д. Ю.* Управление сетевыми предприятиями (на примере франчайзинговых сетей). СПб.: ООО «Р-КОПИ», 2014. 176 с.

ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСНОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

FORMATION OF THE COMPLEX MECHANISM OF THE SERVICE
INDUSTRIES COMPETITIVENESS MANAGEMENT THROUGH
THE INTRODUCTION OF INNOVATIVE MANAGEMENT TECHNIQUES

УДК [005:338.46]:001.895



ГРИШКОВ Вадим Федорович

аспирант Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, iem@gukit.ru

GRISHKOV, Vadim Fyodorovich

Post-graduate student of the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, iem@gukit.ru

Аннотация.

В статье раскрывается авторский подход к формированию комплексного механизма управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг на основе внедрения инновационных управленческих технологий. Представлены содержательные элементы такого механизма и имитационная модель его функционирования. Предложены принципы внедрения управленческих технологий в деятельность организаций сферы услуг.

Ключевые слова: управление сферой услуг, инновации, управленческие инновационные технологии.

Abstract.

The article shows the author's approach to the formation of an integrated management mechanism competitiveness of service industries through the introduction of innovative management techniques. We present the elements of such a mechanism and the simulation model of their functioning. The paper also proposed the introduction of principles of administrative technologies in the activities of service sphere organizations.

Key words: management of service industries, innovation, management innovation technologies.

В современных условиях хозяйствования, характеризующихся усилением влияния стохастических факторов на социально-экономическое развитие предприятия, повышается значимость научно обоснованных управленческих решений, способствующих предупреждению и противодействию сложившихся негативных тенденций в микроэкономических образованиях. В соответствии с авторскими представлениями решение данной задачи должно прямым образом обеспечивать конкурентоспособность хозяйствующих субъектов, под которой следует понимать потенциал (финансовый, кадровый, информационный, материально-технический) разнородных социально-экономических систем к обеспечению гомеостаза и последующего интенсивного развития в сложившейся и перспективной динамике конъюнктуры рынка, потребительской активности и деятельности конкурентных структур.

Особое значение научные исследования в области обеспечения конкурентоспособности на микроэкономическом уровне имеют для организационно-правовых образований, оказывающих услуги населению, коммерческим предприятиям, некоммерческим организациям или органам государственного управления, в связи с тем, что в данном сегменте экономических взаимоотношений наблюдается повышенный уровень конкурентной борьбы в силу следующих причин:

1) любое взаимодействие в сфере материально-экономического обращения сопровождается рядом дополнительных услуг, которые фактически становятся свойствами материальных товаров, и, следовательно, общее число хозяйствующих субъектов, оказывающих услуги, больше, чем производящих предприятий;

2) особенности функционирования большинства структурных составляющих сферы услуг не требуют существенных инвестиций с повышенным периодом окупаемости, что формирует привлекательные условия для организаций предпринимательской деятельности, характеризующейся как «малый бизнес» и также способствует увеличению числа конкурентов на рынке.

Теоретические исследования автора свидетельствуют, что достижению цели обеспече-

ния текущего уровня и перспективного роста конкурентоспособности предприятия сферы услуг могут способствовать только комплексные решения, последовательность которых целесообразно скомпоновать в единый алгоритм или механизм. Под таким механизмом, в соответствии с представлениями автора, следует понимать научно обоснованную систему действий лиц, принимающих решения по вопросам управления хозяйствующими субъектами и процессами оказания услуг для формирования и реализации мер, способствующих достижению поставленной цели сообразно имеющимся ресурсам, текущей и перспективной конъюнктуре рынка.

Отметим также, что результаты научных изысканий различных авторов, а также практика осуществления предпринимательской, государственной и муниципальной деятельности в области оказания услуг свидетельствует, что решению задачи обеспечения роста конкурентоспособности в наилучшей степени способствует внедрение в управленческий процесс инновационных технологий управления (управленческих инноваций) [1].

Авторское видение взаимодействия элементов комплексного механизма повышения конкурентоспособности предприятия сферы услуг на основе внедрения инновационных управленческих технологий представлено на рисунке.

Основополагающим элементом этого механизма, в соответствии с авторскими представлениями, должно являться исследование целесообразности использования такого рода технологий, на основе анализа существующих инновационных методов управления, динамики внешней и внутренней сред хозяйствования, которые в целом формируют условия, принципы и факторы, оказывающие воздействие на основные процессы оказания услуг (рисунок).

По мнению автора, только результаты такого исследования могут служить обоснованием решения о внедрении инновационных технологий управления в профессиональную деятельность предприятий сферы услуг.

Авторские исследования свидетельствуют, что важнейшими факторами, формирующими



Взаимодействие элементов комплексного механизма повышения конкурентоспособности предприятия сферы услуг на основе внедрения инновационных управленческих технологий

текущую рыночную конъюнктуру, обусловливающими уровень конкурентоспособности хозяйствующих субъектов любых форм хозяйствования и направлений деятельности, выступают: органы государственного управления; поставщики; посредники; конкурирующие структуры; научно-технический прогресс; потребители; инфраструктурные элементы.

В целом деятельность органов государственного управления направлена на достижения общегосударственных целей через формирование общих условий осуществления предпринимательства в виде совокупности нормативно-правовых актов, мер налогового и парафискального регулирования, лицензирования, государственного заказа, выделения субсидий, бюджетных ассигнований, квазирыночного администрирования и прочих методов.

Отметим, что в настоящее время на федеральном уровне сформировано общее понимание необходимости интенсификации инновационной деятельности. Цели и задачи государственной политики в данном направлении сформулированы в «Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года», утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. № 2227-р, а также в Федеральном законе «О науке и государственной научно-технической политике» от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ. Однако основное внимание в указанных нормативно-правовых актах сфокусировано на технико-технологических инновациях [2; 3].

В то же время следует отметить, что указанный сектор национальной экономики является достаточно сложным объектом управления, зоны ответственности за его регулирование распределены между различными министерствами и ведомствами на федеральном и региональном уровнях. В этой связи обоснованными являются решения по анализу специализированного законодательства и законодательных инициатив органов законодательной власти и/или общественных структур, вынесенных на общественное обсуждение.

Существенным фактором, оказывающим влияние на конкурентоспособность хозяй-

ствующих субъектов, предоставляющих услуги населению, коммерческим и некоммерческим организационно-правовым структурам, а также органам государственного управления, является деятельность поставщиков разнородных ресурсов (см. рисунок). Отметим, что здесь следует разграничивать продавцов непосредственно разнородных ресурсов (материальных товаров, нематериальных услуг, финансовых и т. п.) и поставщиков инновационных технологий, использование которых может способствовать оптимизации управленческих процессов, в частности, способствовать увеличению скорости передачи деловой информации, рационализации организации оказания услуг и расстановки персонала, объективизации данных маркетинговых исследований и пр.

Автор солидарен с подходом М. Портера [4], который определяет в качестве важнейшей характеристики поставщиков – «способность торговаться», что в конечном итоге определяет такую конкурентную характеристику производимых товаров, оказываемых услуг, как «цена». Однако, по мнению автора, данная модель характерна только для уникальных поставок, в условиях изначально выбранной поставщиком бизнес-стратегии лидерства за счет повышенной нормы прибыли за счет монополистического положения на рынке, то есть для продавцов инновационных технологий. В то же время анализ такого рода поставщиков требует расширения и учета таких важных характеристик, как срочность и сложность выполнения поставок, объем и срок передаваемых исключительных прав на коммерческое использование инноваций.

В свою очередь, для анализа поставщиков прочих видов ресурсов базовыми условиями ценообразования выступают:

- себестоимость производства материально-технических средств, процессов оказания специализированных услуг;
- уровень затрат на физическое перемещение реализуемых товаров, доставку необходимого оборудования или персонала до места оказания услуг;
- среднерыночные цены на поставляемые товары и услуги на отраслевых и/или регио-

нальных рынках, определяемые общим числом однородных предприятий, осуществляющих свою профессиональную деятельность в заданных сегментах сферы услуг;

- базовая стратегия поведения поставщиков (лидерство по цене, качеству, кратковременное стимулирование продаж, в том числе на основе демпингования) в заданном сегменте рынка, исходя из его типа (доминирующего влияния продавцов или покупателей), вида (растущего или находящегося в фазе зрелости) и этапа жизненного цикла предприятия;

- объективно обоснованная плановая норма прибыли периода окупаемости ранее совершенных инвестиционных вложений в формирование или модернизацию основных фондов (материальных и нематериальных активов) производственного процесса.

Следующим объектом анализа, обосновывающего внедрение инновационных управленческих технологий в предпринимательскую деятельность, в соответствии с авторскими представлениями, выступают посредники (см. рисунок), так как именно они в конечном итоге формируют итоговую цену продаж потребителям, являющуюся важнейшим показателем конкурентоспособности. Здесь следует заметить, что объективные свойства услуг не позволяют осуществлять их перепродажу аналогично материальным товарам, поэтому в рамках посреднической деятельности в анализируемой сфере следует выделить два типа участвующих в этом процессе контрагентов:

- 1) специализированные предприятия, оказывающие услуги базовому (собственнику технологии оказания услуг или объектов, которые используются в процессе предоставления услуг потребителям) хозяйствующему субъекту по продвижению объекта сбыта (фактически это оказание услуг по поиску покупателя, заключения от своего имени или имени базового субъекта хозяйствования договоров на оказание услуг);

- 2) организационно-правовые структуры, которым передается право на предоставление конкретных услуг от имени базового предприятия, разработавшего процедуры и технологию процесса оказания услуг или владеющего исключительным или лицензионным правом на них.

Отметим, что в ряде случаев конкурентным преимуществом посреднических организаций первого типа является использование инновационных управленческих технологий, и именно они как структуры, наиболее гибко реагирующие на изменения рыночной конъюнктуры, являются основным фактором интенсификации внедрения управленческих инноваций. Данный тезис подтверждается существенным снижением цен для покупателей услуг в областях рекламы, кинематографии и ряде других.

Таким образом, важной характеристикой деятельности специализированных посреднических организаций в сфере услуг является использование ими управленческих инноваций, способствующих снижению затрат анализируемого предприятия.

Еще одной важной характеристикой анализа посреднической деятельности в анализируемой сфере народного хозяйства, по мнению автора, выступает исследование существующих форм и методов передачи прав на оказание услуг посредникам второго типа, к которым относятся: 1) передача права на единичное оказание услуги; 2) фиксированный, определенный в договорах, объем передаваемых на дальнейшую реализацию прав на оказание услуг (пакет услуг); 3) передаваемый полный пакет прав на все услуги, создаваемые базовым предприятием.

Как полагает автор, наиболее целесообразной формой передачи прав на реализацию услуг является пакетная, так как единичная существенным образом ограничивает экономический эффект деятельности базового предприятия, а полная, напротив, ограничивает стратегическую гибкость посредника, что в ряде случаев может привести к ряду нежелательных социальных эффектов.

Далее в рамках исследования посреднической деятельности необходим анализ форм и методов финансовых взаимоотношений между базовыми предприятиями и посредниками обоих типов, основными из которых являются:

- паушальные (фиксированные) платежи за выполнение конкретных видов посреднических операций, продаж;

- оплата роялти (периодические платежи) в виде процентов от заданных в договорах параметров финансово-экономической деятельности посредника (доход, прибыль, оборот и т. п.);

- комбинированный платеж в виде части минимально оговоренной выплаты базовому предприятию вне зависимости от эффективности деятельности посредника (минимальная гарантия), который дополняется роялти при условии превышения реального входящего денежного потока плановых характеристик.

Автор полагает, что использование комбинированных платежей является наиболее целесообразной формой для организации посреднической деятельности в сфере услуг, так как именно она повышает экономическую заинтересованность контрагентов базового хозяйствующего субъекта в росте экономического эффекта от реализации разного рода услуг.

Также важной управленческой инновацией, которую следует учитывать в процессе выбора посреднической организации, является возможность унификации систем контроля за реализацией услуг посредником базового предприятия, использования при этом автоматизированных средств управления. Отметим, что в ряде сегментов сферы услуг необходимость данного действия определена на законодательном уровне.

Следующей важнейшей характеристикой, обуславливающей необходимость использования инновационных управленческих технологий, является деятельность конкурентов (см. рисунок), уровень использования ими инновационных решений в производственном процессе и управлении, а также степень развитости и перспективы выхода на рынок предприятий, оказывающих услуги-заменители.

Классические подходы организации конкурентного анализа ориентируют лиц, принимающих решения, детально сегментировать конкурентную среду, выделять стратегические конкурентные группы и исследовать непосредственные угрозы, исходящие от внешнего окружения, разрабатывать меры противодействия им [5; 6]. Однако бенчмаркинг-подход к организации инновационного раз-

вития хозяйствующих субъектов обуславливает необходимость исследования достижений конкурентов и из других существующих конкурентных сегментов отрасли или смежных зон хозяйствования вне зависимости от выбранной стратегии инновационного развития предприятия сферы услуг («догоняющей» или «опережающей»). Это связано с динамично изменяющимися потребностями конечных потребителей, формируемыми в том числе достижениями научно-технического прогресса (см. рисунок) как в области создания технотехнологических инноваций, так и процедур оказания услуг [7].

Отметим, что в настоящее время комплексное использование новых технических решений, в первую очередь, обуславливают формирование инновационных способов потребления населением или юридическими лицами услуг. Организация процесса оказания таких специфических услуг в свою очередь требует применения принципиально новых подходов к управлению ресурсным потенциалом предприятия, защиты информации персональных данных клиентов и др. В этой связи повышается значимость детального изучения основных тенденций научно-технического прогресса.

Еще одним объектом анализа в рамках функционирования формируемого комплексного механизма управления выступают поведенческие характеристики потребителей услуг, как физических, так и юридических лиц (см. рисунок). Автор полагает, что в целом для исследуемой сферы важнейшим фактором, обуславливающим потребительский выбор, выступает уровень доходов покупателей, определяющих объем и структуру расходов.

Автор солидарен с подходами ученых-исследователей в области маркетинга [6], которые обосновывают положение о необходимости проведения анализа поведения потребителей с учетом категорий услуг (повседневных, уникальных, дорогостоящих, замещающих, навязанных) и соответствующих им моделей потребительского поведения (привычного, предварительного, углубленного выбора). Кроме этого, такое исследование должно дополняться анализом кривых безразличия

услуг-заменителей или смежных услуг (например, выбор между посещением кинотеатра или заведения общественного питания).

Еще одним важным фактором, определяющим условия и принципы внедрения в предпринимательскую деятельность инновационных управленческих технологий, является наличие и особенности функционирования специализированных инфраструктурных элементов (см. рисунок), под которыми следует понимать совокупность предприятий или их групп, непосредственно не участвующих в оказании услуг, но без деятельности которых этот процесс невозможно осуществить.

Отметим, что для анализируемой сферы развитие инфраструктурных составляющих имеет особое значение, так как именно они обуславливают возможность модернизации процессов оказания услуг, способствуют появлению их новых видов, обеспечивают возможность интеграции управленческих процессов взаимодействующих друг с другом контрагентов.

Кроме того, следует выделить в отдельный блок анализ инновационной инфраструктуры, определяемой Федеральным законом «О науке и государственной научно-технической политике» № 127-ФЗ как «совокупность организаций, способствующих реализации инновационных проектов, включая предоставление управленческих, материально-технических, финансовых, информационных, кадровых, консультационных и организационных услуг» [3], что в соответствии с авторскими представлениями позволяет ее считать элементом новаторских технологий управления.

Отметим, что базирование отдельных субъектов, оказывающих услуги в специализированных зонах хозяйствования (бизнес-инкубаторах, технопарках, наукоградах, инновационных кластерных образованиях, прочих специализированных центрах), предоставляющих своим резидентам значительные льготы по аренде помещений, пользование оборудованием может позволить оптимизировать структуру расходов и/или снизить объем осуществляемых затрат, что в конечном итоге будет способствовать росту их конкурентоспособности.

Немаловажным направлением исследования в рамках разрабатываемого авторского механизма является также и изучение сложившегося инструментария инновационных технологий осуществления управленческой деятельности, применяемых и/или продаваемых для субъектов хозяйствования сферы услуг, а также прочих областях народного хозяйства (см. рисунок).

По мнению автора, такого рода анализ должен осуществляться по двум основным направлениям. Во-первых, это сложившийся рынок управленческих новаторских решений, право на использование которых реализуется специализированными инновационно-ориентированными хозяйствующими субъектами, или отдельных инноваций/услуг в управлении с открытой лицензией на их эксплуатацию. Во-вторых, бенчмаркинг ключевых факторов, обеспечивающих отраслевое, национальное или мировое лидерство отдельных хозяйствующих субъектов сферы услуг или предприятий прочих сегментов мировой социально-экономической системы.

Исходя из сложившихся научно-практических подходов к сущностному содержанию современного менеджмента, здесь целесообразно осуществлять поиск инновационных форм: целеполагания; маркетинговых исследований и прогнозирования, позволяющих максимально объективизировать полученные данные и верифицировать их с высокой степенью достоверности; организации управленческих, основных и вспомогательных процессов оказания услуг, способствующих оптимизации структуры затрат, снижению их общего уровня; контроля, обеспечивающего повышение скорости принятия решений в условиях отклонения фактических показателей деятельности плановым или нормативным значениям.

Исследование условий внедрения инновационных управленческих технологий в свою очередь должно быть дополнено анализом внутренней среды хозяйствующего субъекта, оказывающего услуги (см. рисунок), прежде всего использующихся управленческих технологий, спектра и объема имеющихся ресурсов или ресурсного потенциала (возможности ликвидировать возможный дефицит ресурсов).

В соответствии с авторскими представлениями в сложившихся условиях хозяйствования ключевыми ресурсными элементами предприятий сферы услуг, свидетельствующими о возможности внедрения инновационных технологий управления, выступают:

- финансы, обеспечивающие возможность осуществления инвестиционных вложений в инновационное развитие хозяйствующего субъекта сферы услуг;
- персонал, прежде всего его квалификационный уровень, позволяющий гибко реагировать на происходящие организационные изменения и обучаться эффективному эксплуатации новых технико-технологических средств оказания услуг;
- информационная система взаимодействия структурных подразделений и отдельных производственных единиц, определяющая скорость передачи информации и принятия решений.

В свою очередь, способность ликвидации ресурсного дефицита, прежде всего финансового, определяется наличием на балансе хозяйствующего субъекта основных фондов (как производственных, так и нематериальных активов), способных выступить объектом залога получаемых кредитных средств.

В целом исследование сложившейся рыночной конъюнктуры по заданным направлениям, инновационных достижений и возможностей внутренней среды (см. рисунок), в соответствии с представлениями автора статьи, формирует базовые условия, а также обосновывает причины внедрения инновационных управленческих технологий в хозяйственную деятельность предприятий анализируемой сферы, модернизацию процесса оказания услуг населению, хозяйствующим субъектам, органам государственного управления.

В то же время принятие решения о необходимости внедрения таких инноваций в практическую деятельность должно соотноситься с рядом принципов, к которым, в соответствии с авторскими представлениями, относятся (см. рисунок):

- актуальность, то есть соответствие анализируемых инновационных технологий управления, во-первых, поставленным целям,

имеющимся и потенциальным ресурсам предприятия, во-вторых, текущей конъюнктуре рынка, и, в-третьих, степени необходимой новизны (в сравнении с имеющимися на рынке примерами действий конкурентов);

- моделирование, предусматривающее построение, во-первых, имитационной модели функционирования модернизированной системы управления (с обязательным указанием достигаемых при этом экономическим и социальном эффектах) и, во-вторых, последовательности действий по внедрению управленческих технологий в практическую деятельность, увязывающую работы, закрепленные во времени и выполняемые конкретными исполнителями с выделяемыми ресурсами;

- апробация, определяющая необходимость детального изучения поставленных в моделях целей и задач и действий руководителями всех уровней, а также ключевыми исполнителями, вынесение ими на публичное обсуждение вопросов о возможных ограничениях и узких местах подготовленных планов, для обеспечения доработки последних под особенности функционирования конкретных предприятий сферы услуг.

Окончание периода подготовки к изменениям в системе управления должно сменяться началом этапа активного внедрения инновационных управленческих технологий.

Отметим, что внедрение инновационных управленческих технологий в практическую деятельность также должно предусматривать их адаптацию к текущим требованиям хозяйствующего субъекта сферы услуг и обучение персонала новым методам хозяйствования, модернизированным процедурам оказания услуг. Логическое моделирование процедур переподготовки кадров определяет в качестве рационального поведения лиц, принимающих решение, отвлечение конкретных работников от взаимодействия с клиентами на период обучения. Однако практика внедрения модернизированных процедур предоставления услуг свидетельствует, что поскольку их оказание неотделимо от источника потребления, то требуется проведение ряда специфических работ по подготовке клиентов к настройке

тесного взаимодействия с лицами, оказывающими такие услуги.

Автор полагает, что на каждом этапе внедрения и адаптации управленческих инновационных технологий в деятельность организаций сферы услуг лицам, принимающим решение, требуется осуществлять контроль на каждой итерации данного процесса и в итоге обеспечить комплексную оценку эффективности проведенных мероприятий.

В конечном итоге результатом функционирования разрабатываемого механизма должен стать не факт внедрения инновационных управленческих технологий в предпринимательскую деятельность, а рост конкурентоспособности в виде: упрочения конкурентных позиций относительно конкурентов, хозяйствующего субъекта, оказывающего услуги; положительной динамики экономических, социальных, управленческих характеристик объекта управления (трансформирование его

внутренней среды); благоприятных институциональных преобразований во внешней среде объекта управления.

Таким образом, комплексный механизм управления конкурентоспособностью предприятиями сферы услуг на основе внедрения инновационных управленческих технологий должен ориентировать работников, осуществляющих управление специализированными предприятиями и процедурами оказания услуг, на поиск решений задач обеспечения устойчивого положения хозяйствующих субъектов на рынке и их перспективного развития. Реализация таких целей в наибольшей степени способствует практическому использованию достижений научно-технического прогресса в области процессов оказания услуг, а также рационализации систем менеджмента, соответствующих текущей и перспективной рыночной конъюнктуре, а также ресурсному потенциалу организаций.

Список литературы

1. Евменов А. Д., Данилов П. В. Анализ эффективности государственного финансирования развития сферы культуры Российской Федерации // Петербургский экономический журнал. 2015. № 1. С. 8–16.
2. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. № 2227-р. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=123444> (дата обращения: 12.07.2015).
3. Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике» от 23.08.1996 № 127-ФЗ. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=182687> (дата обращения: 14.07.2015).
4. Портер М. Конкурентное преимущество. М.: Альпина бизнес Букс, 2005.
5. Багиев Г. Л., Тарасевич В. М., Анн Х. Маркетинг. СПб.: Питер, 2005.
6. Гайдаенко Т. А. Маркетинговое управление. М.: Эксмо, 2008.
7. Кроливецкий Э. Н., Андреев П. А. Виды конкуренции и сопутствующие им модели // Петербургский экономический журнал. 2015. № 2. С. 55–69.

МЕТОДИКА ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ АУТСОРСИНГА В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ С УЧЕТОМ ТРЕБОВАНИЙ БЕЗОПАСНОСТИ

A METHOD OF DECISION-MAKING FOR OUTSOURCING IMPLEMENTATION IN THE FIELD OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN COMPLIANCE WITH SECURITY REQUIREMENTS

УДК 658:004.056



БУГОРСКИЙ Владимир Николаевич

профессор кафедры вычислительных систем и программирования Санкт-Петербургского государственного экономического университета, кандидат экономических наук, профессор, vbugorsky@mail.ru

BUGORSKIY, Vladimir Nikolaevich

Professor of the Computer Systems and Programming Department, Saint-Petersburg State University of Economics, Candidate of Economic Sciences, Professor, vbugorsky@mail.ru



СТЕЛЬМАШОНОК Елена Викторовна

заведующая кафедрой вычислительных систем и программирования Санкт-Петербургского государственного экономического университета, доктор экономических наук, профессор, vitaminew@gmail.com

SELMASHONOK, Elena Viktorovna

Head of the Computer Systems and Programming Department, Saint-Petersburg State University of Economics, Doctor of Economics, Professor, vitaminew@gmail.com

Аннотация.

При принятии решения об использовании ИТ-аутсорсинга заказчик должен учитывать не только изменение затрат, но и изменение уровня рисков по сравнению с выполнением соответствующих функций собственными силами. Таким образом, существует потребность в разработке методики оценки экономического эффекта ИТ-аутсорсинга с учетом рисков сотрудничества с внешним провайдером услуг. В статье предложена методика принятия решения об использовании ИТ-аутсорсинга с учетом требований информационной безопасности. Методика опирается на понятие полной стоимости информационной системы, которая включает в себя затраты на создание и эксплуатацию информационной системы и потери от ее ненадлежащего функционирования. Предложен алгоритм расчета полной стоимости информационной системы для разных вариантов ее создания и поддержки. Дан обзор основных ситуаций, в которых переход к ИТ-аутсорсингу целесообразен с точки зрения выполнения требований информационной безопасности.

Ключевые слова: аутсорсинг, полная стоимость, риски, информационная безопасность.

Abstracts.

The outsourcing decision should be based not only on evaluation of potential economic effect, but also on financial estimation of possible risks. Consequently, there is a need for a method of calculation of economic effect of IT outsourcing taking into account potential change of level of risks. The present paper contains a method of decision making in the field of IT-outsourcing. This method includes information security requirements and is based on the notion of full cost of information system. Full cost of information system includes not only cost of development and use, but also possible loss generated by its misuse. An algorithm of calculation of full cost of information system is proposed. Main situations in which IT outsourcing is effective from the point of view of economic security are described.

Key words: outsourcing, full cost, risks, information security.

Использование аутсорсинга в сфере информационных технологий (ИТ-аутсорсинга) получило широкое распространение благодаря ряду преимуществ, которые получает заказчик. Сразу следует отметить, что термин «аутсорсинг» в данной статье используется в широком смысле слова, относя к нему все модели систематического привлечения внешнего подрядчика для выполнения необходимых заказчику задач, процессов и функций. В частности, относятся к аутсорсингу и облачные технологии [1; 2]. К числу указанных выше преимуществ относятся:

1. Возможность получить доступ к уникальным ресурсам, отсутствующим у самого заказчика. Приобретение этих ресурсов заказчиком в собственность неоправданно с экономической точки зрения, поскольку у него может не быть необходимых компетенций для эксплуатации таких ресурсов или заказчик не сможет обеспечить их полноценную загрузку и по этой причине не получит экономию на масштабе, или же просто стоимость этих ресурсов намного превышает финансовые возможности заказчика. К таким ресурсам относятся специализированное программное и аппаратное обеспечение, базы данных, каналы связи и т. д. Иными словами, заказчик может пользоваться эффектом сервисного рычага [3],

значительно увеличить объем доступных ему ресурсов, не инвестируя в их формирование, а получая временный доступ к ним, и тем самым наращивая свой производственный потенциал. Фактически речь нередко идет о возникновении у заказчика принципиальной возможности выполнять соответствующий процесс за счет использования внешних ресурсов.

2. Повышение качества выполнения процесса благодаря более высокой производительности внешних ресурсов и более высокому уровню профессиональной подготовки персонала внешнего подрядчика.

3. Снижение издержек выполнения процесса и управленческих издержек [4]. Благодаря высокой специализации аутсорсера, высокой производительности его активов и наличию эффекта экономии на масштабе производства [5], а также улучшению организационной структуры предприятия – фактически аутсорсинг может выступать в качестве инструмента реструктуризации фирмы [6].

Целесообразность перехода к аутсорсингу (и выбор аутсорсера), таким образом, определяется путем оценки тех выгод, которые заказчик получит от использования преимуществ аутсорсинга. Соответствующее решение принимается на основе расчета простого или

сложного (интегрального, учитывающего различные технико-экономические параметры процесса или функции, передаваемых на аутсорсинг) показателя ожидаемого эффекта от использования аутсорсинга. В настоящее время предложено значительное число методик для расчета таких показателей, как носящих общий характер [7; 8; 9], так и адаптированных для потребностей определенных отраслей [10; 11]; для расчета интегральных показателей существует широкий спектр процедур свертки [12; 13].

Тем не менее, наряду с достоинствами, аутсорсингу присущи и значительные недостатки, среди которых первое место занимает зависимость от аутсорсера (из-за неспособности заказчика своими силами выполнить переданный процесс или функцию). Эта зависимость влечет за собой риск того, что аутсорсер пожелает злоупотребить ею (чтобы вынудить заказчика к более выгодным для себя условиям сотрудничества). Кроме того, возникает риск того, что аутсорсер по тем или иным причинам просто не справится с выполнением переданного ему процесса, тем самым поставив под угрозу собственную хозяйственную деятельность заказчика. Наконец, существует риск того, что аутсорсер злоупотребит переданной ему в ходе выполнения договора информацией о внутренней деятельности заказчика.

При этом важно отметить, что аутсорсинговый контракт является договором, заключенным между двумя независимыми и равноправными участниками хозяйственной деятельности, и у заказчика нет никаких официальных рычагов принуждения аутсорсера к исполнению своих контрактных обязательств иначе, как по суду. Инструменты административного иерархического принуждения, типичные для внутрифирменных отношений, при аутсорсинге (как при межфирменной сделке) отсутствуют.

Таким образом, избавляясь от затрат на выполнение соответствующего процесса, заказчик одновременно лишается контроля над его исполнением.

Это означает, что заказчику при принятии решения об использовании аутсорсинга необходимо не просто рассчитать предпо-

лагаемый экономический эффект, но также учесть возможные потери, связанные с реализацией рисков аутсорсинга. Особенно это важно в такой чувствительной области, как информационные технологии. В современных условиях ненадлежащее функционирование информационной системы может привести к таким тяжким последствиям, как нарушение непрерывности существования предприятия [14; 15], что требует применения системы риск-менеджмента при реализации аутсорсинговых проектов.

Цель исследования состоит в разработке алгоритма принятия решения об использовании аутсорсинга в области информационных технологий с учетом рисков. Иными словами, мы будем рассматривать проблему сотрудничества с аутсорсером с точки зрения обеспечения информационной и экономической безопасности предприятия.

Сразу следует оговориться, что в настоящее время есть ряд публикаций, в которых исследуется проблема оценки риска аутсорсинга (к числу наиболее важных, на наш взгляд, следует отнести работы И. Д. Котлярова [12; 16], А. Х. Курбанова и А. Ф. Ямалетдинова [17]). Однако эти исследования в основном направлены на оценку рисков аутсорсинга, тогда как вопрос учета влияния этих рисков на ожидаемый экономический результат от сотрудничества с аутсорсером в них практически не затрагивается. Кроме того, эти работы не учитывают специфику информационных технологий (ИТ). Интересно отметить, что в публикациях по аутсорсингу в ИТ (весьма многочисленных) проблема учета рисков при принятии решения об использовании аутсорсинга не затрагивается либо затрагивается вскользь (авторы упоминают о необходимости учета рисков аутсорсинга, однако методики оценки этих рисков не предлагают [1; 18]).

Очевидно, что риски сотрудничества с аутсорсером могут быть оценены в денежном выражении, поскольку их реализация влечет за собой финансовые потери для заказчика. Отсюда в соответствии с методикой, предложенной В. А. Тушавиным [19] и развитой И. Д. Котляровым [20], можно ввести понятие полной стоимости информационной

системы предприятия F , которая включает в себя как затраты на создание и функционирование этой системы (включая обеспечение ее безопасности), так и возможные потери предприятия в случае ненадлежащего функционирования этой системы.

В таком случае полную стоимость информационной системы (ИС) предприятия при обеспечении ее создания и функционирования силами самого предприятия F_{own} можно представить в следующем виде:

$$F_{own} = C_{own} + W_{own,int} L_{own,int} + W_{own,ext} L_{own,ext} + W_{NA,own} L_{NA,own}, \quad (1)$$

где C_{own} – собственные затраты предприятия на создание и обеспечение функционирования ИС;

$L_{own,int}$ – размер потерь предприятия в случае несанкционированного или недобросовестного использования ИС со стороны внутренних пользователей при самостоятельном создании и обеспечении функционирования ИС предприятием. Примером может быть ситуация, когда сотрудник трейдинговой компании может самостоятельно снять ограничение на максимально разрешенный ему объем сделок;

$W_{own,int}$ – вероятность наступления потерь от несанкционированного или недобросовестного использования ИС со стороны внутренних пользователей при самостоятельном создании и обеспечении функционирования ИС предприятием. Может быть определена экспертно или путем анализа уже имеющегося опыта эксплуатации ИС.

Очевидно, что произведение $W_{own,int} L_{own,int}$ имеет смысл математического ожидания потерь предприятия в случае несанкционированного или недобросовестного поведения внутренних пользователей. Столь же очевидно, что число вариантов такого поведения очень велико, и каждый вариант будет характеризоваться определенным размером потерь и определенной вероятностью наступления, поэтому, строго говоря, нам бы следовало

использовать запись $\sum_{i=1}^n W_{own,int}^i L_{own,int}^i$. Однако

для краткости и во избежание громоздких формул мы будем использовать обозначение $W_{own,int} L_{own,int}$, имея в виду, что подразумевается

$$\sum_{i=1}^n W_{own,int}^i L_{own,int}^i;$$

$L_{own,ext}$ – размер потерь предприятия в случае недобросовестного или несанкционированного использования ИС предприятия со стороны внешних пользователей (при создании и обеспечении функционирования ИС силами предприятия). В качестве примеров можно привести DDOS-атаку на сервер компании, взлом ее платежной системы или кражу клиентской информации;

$W_{own,ext}$ – вероятность наступления потерь несанкционированного или недобросовестного поведения со стороны внешних пользователей;

$L_{NA,own}$ – размер потерь предприятия в случае ненадлежащего функционирования ИС (технические сбои). Пример: «зависание» самостоятельно созданного предприятием программного обеспечения;

$W_{NA,own}$ – вероятность ненадлежащего функционирования ИС в случае ее создания и поддержки силами самого предприятия.

Аналогично, в том случае, если создание и функционирование ИС обеспечивается силами аутсорсера, то полная стоимость ИС F_{out} будет равна

$$F_{out} = C_{out} + W_{out,int} L_{own,int} + W_{out,ext} L_{own,ext} + W_{out} L_{out} + W_{NA,out} L_{NA,out}, \quad (2)$$

где C_{out} – плата аутсорсеру за создание и поддержку ИС;

$L_{out,int}$ – размер потерь заказчика от недобросовестного или несанкционированного поведения внутренних пользователей в случае создания и поддержки ИС силами аутсорсера;

$W_{out,int}$ – вероятность недобросовестного или несанкционированного поведения внутренних пользователей;

$L_{out,ext}$ – размер потерь заказчика от недобросовестного или несанкционированного поведения внешних пользователей;

$W_{out,ext}$ – вероятность наступления потерь от недобросовестного или несанкционированного поведения внешних пользователей. Отметим, что, по нашему мнению, к числу внешних пользователей относится провайдер, обеспечивающий доступ заказчика к информационным ресурсам аутсорсера (как известно, при использовании облачных технологий необходимые заказчику информационные ресурсы используются в удаленном режиме). Это означает, что информация заказчика передается по внешним (по отношению к заказчику и аутсорсеру) каналам связи и может быть недобросовестно использована или недостаточно хорошо защищена оператором этих каналов. Кроме того, провайдер связи может испытывать технические проблемы, из-за чего доступ заказчика к необходимым ему информационным ресурсам может быть ограничен. Таким образом, мы считаем необходимым учитывать также риски недобросовестной или некачественной работы провайдера интернет-доступа;

L_{out} – размер потерь заказчика от недобросовестного или несанкционированного поведения аутсорсера (т. е. от целенаправленного срыва аутсорсером выполнения своих контрактных обязательств). Нам представляется целесообразным выделить эту категорию возможных потерь заказчика в качестве самостоятельной, поскольку она связана со специфическими рисками аутсорсинга. Примером ситуации, в которой могут возникнуть такие потери заказчика, служит передача аутсорсером полученной им от заказчика информации его конкурентам. Эта вероятность может быть оценена экспертно, кроме того, в настоящее время существуют шкалы для оценки добросовестности аутсорсера [17]. Отметим, что на сегодняшний день при использовании международного ИТ-аутсорсинга для российских предприятий существуют риски включения в санкционные списки США и ЕС, после чего сотрудничество западных контрагентов с этими предприятиями может быть приостановлено (как это произошло при международном аутсорсинге в российской нефтегазовой отрасли [21]). При оценке возможных потерь заказчика от недобросовестного или

несанкционированного поведения аутсорсера мы предлагаем учитывать и эти риски;

W_{out} – вероятность недобросовестного или несанкционированного поведения аутсорсера;

$L_{NA,out}$ – размер потерь заказчика из-за ненадлежащего функционирования ИС в случае ее создания и обеспечения функционирования силами аутсорсера;

$W_{NA,out}$ – вероятность ненадлежащего функционирования ИС.

Таким образом, экономический эффект от использования ИТ-аутсорсинга (с учетом требований безопасности) E_S может быть определен по следующей формуле:

$$E_S = F_{own} - F_{out}. \quad (3)$$

Очевидно, что использование ИТ-аутсорсинга целесообразно в том случае, если выполняется условие $E_S > 0$.

Таким образом, алгоритм принятия решения об использовании ИТ-аутсорсинга с учетом требований экономической и информационной безопасности имеет следующий вид:

1. Определяется (по формуле (1)) полная стоимость информационной системы при ее создании и обеспечении функционирования силами предприятия.
2. Определяется (по формуле (2)) полная стоимость информационной системы при ее создании и обеспечении функционирования силами аутсорсера.
3. Рассчитывается (по формуле (3)) экономический эффект от использования ИТ-аутсорсинга.
4. На основе выполнения (или невыполнения) условия $E_S > 0$ принимается решение об использовании ИТ-аутсорсинга (или об отказе от него).

Вероятно, для повышения достоверности расчетов, по формулам (1–3) следует оценивать нечеткие значения полной стоимости ИС и нечеткие значения экономического эффекта от использования аутсорсинга.

На практике выполнения условия $E_S > 0$ может быть недостаточно для принятия решения об использовании аутсорсинга, поскольку, во-первых, предприятие может требовать не просто положительного значения экономического эффекта, а превышение некоторого

порогового значения E_{Smin} , и, во-вторых, предприятию может быть необходимо, чтобы величина затрат на создание и функционирование информационной системы, размер потерь от разнообразных нежелательных ситуаций и вероятность наступления этих ситуаций в случае использования ИТ-аутсорсинга были не больше некоторого порогового значения. Тогда условие $E_S > 0$ заменяется более сложным условием (4)

$$\left\{ \begin{array}{l} E_S \geq E_{Smin}; \\ C_{out} \leq C_{out,max}; \\ W_{out,int} \leq W_{out,int}^{max}; \\ L_{out,int} \leq W_{out,int}^{max}; \\ W_{out,ext} \leq W_{out,ext}^{max}; \\ L_{out,ext} \leq W_{out,ext}^{max}; \\ W_{out} \leq W_{out}^{max}; \\ L_{out} \leq L_{out}^{max}; \\ W_{NA,out} \leq W_{NA,out}^{max}; \\ L_{NA,out} \leq W_{NA,out}^{max}. \end{array} \right. \quad (4)$$

Условие (4) отражает все потребности предприятия при переходе к ИТ-аутсорсингу.

В ситуации, когда заказчику необходимо выбрать одного из нескольких потенциальных аутсорсеров, наряду с условием (4), следует требовать выполнения условия $E_S \rightarrow \max$.

Отличие предлагаемой нами методики от традиционного алгоритма обоснования целесообразности использования ИТ-аутсорсинга заключается в том, что в традиционном алгоритме требуется лишь выполнение условия $C_{own} > C_{out}$, тогда как мы в качестве критерия целесообразности перехода к ИТ-аутсорсингу предлагаем (в базовом варианте) выполнение условия $E_S > 0$ (что равнозначно условию $F_{own} > F_{out}$).

Очевидно, что расчет полной стоимости ИС и оценка целесообразности использова-

ния ИТ-аутсорсинга по предложенному нами алгоритму представляет собой достаточно трудоемкий процесс, в силу чего мы рекомендуем наш алгоритм к применению только для крупных предприятий (для которых как выгоды аутсорсинга, так и его риски достаточно велики, что оправдывает применение сложных методик обоснования перехода к ИТ-аутсорсингу). В ситуации, когда риски, связанные с нарушением информационной безопасности, сравнительно невелики, предприятие вполне может использовать традиционный подход (выполнение условия $C_{own} > C_{out}$).

Из формул (1-3) очевидно, что переход к ИТ-аутсорсингу с учетом требований информационной безопасности оправдан в трех основных ситуациях:

1. При значимом для заказчика снижении полной стоимости ИС, достигнутом за счет как снижения затрат на ее создание и поддержку, так и уменьшения вероятных потерь от ненадлежащего функционирования и использования ИС.

2. При значимом для заказчика снижении затрат на создание и поддержку ИС при условии, что уровень безопасности ИС не снижается по сравнению с ее созданием и поддержкой собственными силами заказчика.

3. При существенном повышении уровня безопасности ИС, полностью компенсирующем рост затрат на создание и поддержку ИС.

Предложенный нами алгоритм, как было заявлено выше, позволяет учесть не только требования снижения затрат на создание и эксплуатацию ИС, но также и требования экономической и информационной безопасности предприятия. По этой причине, как мы полагаем, этот алгоритм будет представлять интерес как для теоретиков, так и для практических специалистов, работающих в сфере ИТ-аутсорсинга.

Список литературы

1. Аалдерс Р. ИТ-аутсорсинг. Практическое руководство. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. 300 с.
2. Аникин Б. А., Рудая И. Л. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2009. 320 с.

3. Котляров И. Д. Сервисный рычаг и обеспечение доступа к производственным активам предприятия // Вестник НГУЭУ. 2014. № 4. С. 164–172.
4. Кирьянов И. В. Количественная оценка транзакционных издержек организации. Общий методический подход // Вестник НГУЭУ. 2015. № 1. С. 78–101.
5. Котляров И. Д. Анализ механизма формирования цены на услуги аутсорсера // Организатор производства. 2013. № 3. С. 73–77.
6. Фархутдинов И. И. Реструктуризация промышленных предприятий на основе сорсингового маневра // Социально-экономические и технические системы: исследование, проектирование, оптимизация. Т. 63. 2013. № 1. С. 77–84.
7. Котляров И. Д. Проблемы оценки экономического эффекта аутсорсинга // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. 2013. № 6. С. 9–13.
8. Курбанов А. Х. Алгоритм управления отношениями с аутсорсером // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2012. № 1. С. 25–36.
9. Курбанов А. Х. Методика оценки целесообразности использования аутсорсинга // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 1. С. 231.
10. Котляров И. Д. Оценка экономического эффекта от использования аутсорсинга в нефтегазовой отрасли // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. 2014. № 3. С. 20–23.
11. Лубман Е. В. Организационно-экономический механизм применения аутсорсинга в управлении имуществом на промышленном предприятии: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М.: Московский государственный технологический университет «Станкин», 2010.
12. Котляров И. Д. Алгоритм отбора аутсорсеров по критерию способности обеспечить целевые значения показателей, описывающих передаваемый процесс // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. 2012. № 10. С. 50–54.
13. Руденко Е. Н., Кравец О. Я. Моделирование выбора поставщика интернет-услуг на основе системы поддержки принятия решений // Экономика и менеджмент систем управления. Т. 4. 2012. № 2. С. 74–79.
14. Бугорский В. Н., Стельмашонок Е. В. Экономические проблемы информационной безопасности: новый взгляд // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2013. № 1. С. 67–71.
15. Васильева И. Н., Стельмашонок Е. В. Современный взгляд на управление информационной безопасностью предприятия // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2014. № 1. С. 166–171.
16. Котляров И. Д. Оценка рисков сотрудничества с аутсорсером // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. 2012. № 11. С. 34–37.
17. Курбанов А. Х., Ямалетдинов А. Ф. Инструментарий управления аутсорсинговыми отношениями для Внутренних войск Российской Федерации // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. 2014. № 2. С. 625–642.
18. Тушавин В. А. Особенности аутсорсинга в сфере информационно-коммуникационных технологий // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2014. № 1. С. 79–86.
19. Тушавин В. А. Методика оптимизации численности персонала провайдера // Информационно-управляющие системы. 2014. № 6. С. 129–133.
20. Котляров И. Д. Формализация задачи распределения функций между различными аутсорсерами // Анализ, моделирование, управление, развитие социально-экономических систем: сборник научных трудов IX Международной школы-симпозиума АМУР-2015, Севастополь, 12–21 сентября 2015 г. / Под ред. доцента А. В. Сигала. Симферополь: КФУ имени В. И. Вернадского, 2015. С. 174–176.
21. Пермьякова Т. В., Файзуллин Р. В. Анализ влияния санкций США и ЕС на разработку новых нефтяных месторождений в России и пути решения проблемы // Вестник Ижевского государственного технического университета. 2015. № 1. С. 65–66.

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОЙ СФЕРЫ

DIRECTIONS OF PERSONNEL POTENTIAL IMPROVEMENT OF THE HOTEL INDUSTRY ENTERPRISES

УДК 640.4:331.108.2



САЗОНОВА Екатерина Владимировна

доцент кафедры продюсирования и управления в социально-культурной сфере Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент, sazonova_liko@mail.ru

SAZONOVA, Ekaterina Vladimirovna

Associate Professor of the Producing Business and Management in Social and Cultural Sphere Department, Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, sazonova_liko@mail.ru



УГРЕХЕЛИДЗЕ Анна Омариевна

аспирантка Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, lady.ugrehelidze2010@yandex.ru

UGREKHELIDZE, Anna Omarievna

Post-graduate student of the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, lady.ugrehelidze2010@yandex.ru

Аннотация.

В статье рассматриваются основные направления развития рынка туризма и гостиничных услуг России в условиях кризиса. Определена роль кадрового потенциала в деятельности гостиниц. Проанализировано влияние управления качеством на ресурсный потенциал предприятий гостиничной сферы.

Ключевые слова: ресурсы, потенциал, управление качеством, предприятия гостиничной сферы, персонал.

Abstract.

The article discusses the main directions of development of the market of tourism and hotel services in Russia in the conditions of crisis. It defines the role of human resources in the activities of hotels. And it analyzed the influence of quality management on the resource potential of the enterprises of hotel industry.

Key words: resources, capacity, quality control, enterprise, hotel industry, personnel.

Мировой экономический кризис оказал довольно значительное влияние на развитие туристического бизнеса в России, как и во многих других странах. В полной мере кризисные явления проявились в середине 2014 года, и поначалу причины, вызвавшие эти явления, объясняли тяжелой международной обстановкой, сложной геополитикой и санкциями.

Кроме того, следует отметить, что в настоящее время во многих регионах России низкая туристическая и инвестиционная привлекательность вызвана тем, что большинство регионов либо часто не имеют вообще никакой стратегической концепции развития туризма, либо же их стратегии характеризуются поверхностным уровнем проработки. Территории, которые предназначены для развития туристической деятельности, охватываются регионами стихийно. Многие руководители регионов недооценивают важность потенциала туристических прибытий и их воздействие на уровень развития экономики региона. Часто в самих регионах отсутствуют стратегия, единый и профессионально разработанный план, технико-экономическое обоснование, которые позволяют инвесторам оценивать не только привлекательность, но и риски инвестиций в территорию.

Таким образом, можно сделать вывод, что реализация туристического потенциала и эффективность гостиничного бизнеса в России замедляются рядом проблем, которые характерны для большинства российских регионов, а именно: инфраструктура, кадры, маркетинг, предпринимательская среда и законодательство. В связи с этим необходимо отметить следующее:

- в регионах России отмечаются дефицит качественной гостиничной и развлекательной инфраструктуры;
- в большинстве регионов доступность туристических центров является серьезной транспортной проблемой;
- продвижение туристического потенциала регионов и России в целом на мировом рынке сдерживается низким уровнем бюджетных расходов на отрасль;
- наблюдается острая нехватка квалифицированных кадров, которые способны на качественное обслуживание туриста;

- отсутствует эффективное законодательство, необходимое для привлечения частных инвестиций в данную отрасль;

- предпринимательская среда, необходимая для развития туристической отрасли и рынка гостиничных услуг, недостаточно развита или вообще отсутствует во многих регионах.

Вместе с тем авторы считают, что в условиях кризиса возникают благоприятные возможности для подъема туристической отрасли и рынка гостиничных услуг России и вывода их на качественно новый уровень, из чего следует, что кризис не является препятствием для роста потенциала.

Основными благоприятными факторами развития российского туризма и рынка гостиничных услуг в период наступающего кризиса, по мнению авторов, являются:

- пропаганда внутреннего туризма на государственном уровне, что является дополнительной возможностью увеличения турпотока для туристически развитых регионов;

- возможность развития новых, сопоставимых с мировыми аналогами, и существующих туристических продуктов и курортных центров за счет активной пропаганды и отлаженного спроса на туристский продукт;

- возможность привлечения бюджетных ассигнований, государственных и частных инвестиций, а также получение льготных условий при развитии новых проектов туристской сферы, что в конечном счете будет способствовать увеличению влияния туристической отрасли на социально-экономическое развитие регионов в период кризиса и после него.

Следовательно, разработка стратегической концепции развития туризма и российского рынка гостиничных услуг должна учитывать следующие факторы: соотношение содержания и структуры предложения туристического продукта, учитывающего потребности целевой группы потребителей, а также возможности региона; определение потенциальных клиентских групп и распределение допустимых объемов туристического потока и его структуры; организация туристического продукта для целевой аудитории с учетом рассчитываемого объема и структуры туристического потока; установление потребности в образовании

различных типов туристической и базовой инфраструктуры.

В свою очередь, для раскрытия потенциала туристической отрасли и гостиничного бизнеса на региональном уровне администрациям необходимо выявить проблемы, не связанные с инфраструктурой, которые сдерживают развитие туризма и гостиничного бизнеса в регионе, например: нехватка кадров или барьеры для развития малого предпринимательства; необходимость привлечения частных и государственных инвестиций путем разработки маркетингового плана и соответствующего комплекса мероприятий; создание механизма управления и реализации выбранной стратегии в регионе.

По нашему мнению, основным направлением государственного воздействия, способным самоорганизовать отечественный рынок гостиничных услуг, должно быть качество предоставляемой услуги. Залогом притока частных инвестиций в сферу гостиничных услуг могут быть следующие факторы: обеспечение государством действенной системы сертификации и классификации гостиничных услуг; создание системы льгот для предприятий сферы гостеприимства, постоянно улучшающих качество производимых услуг; создание системы контроля качества гостиничного продукта; поощрение предприятий гостиничной сферы и обеспечение материальной заинтересованности в оказании качественных услуг. Проблемы дифференциации гостиничного продукта и повышения качества обслуживания в нашей стране стоят особенно остро. Однако до сих пор нет ни единой и обязательной системы классификации предприятий, занятых в гостиничном производстве, которая бы учитывала требования иностранных туристов, ни эффективно действующей системы поощрения предприятий с высокими показателями качественного обслуживания.

Еще одной резонансной точкой развития рынка гостиничного услуг может быть так называемый государственный маркетинг, суть которого заключается в планомерном определении перспективных рынков сбыта, формировании конкурентных преимуществ и позиционировании национального гостиничного продукта, формировании эффективного комплекса мер продвижения гостиничных возможностей стра-

ны на мировом рынке посредством как традиционных рекламных инструментов, так и связей с общественностью, брендингом [1].

Также росту эффективности ресурсного потенциала гостиничных услуг должны способствовать технологии и инновации, которые упростят саму процедуру формирования, продвижения и продажи гостиничной услуги, а также помогут существенно сократить издержки и повысить конкурентоспособность гостиничного бизнеса.

Изменения в программах получения образования будущими специалистами гостиничного бизнеса потребуют профильные компании, которые будут привлекаться для крупных государственных проектов в сфере повышения технологичности процесса гостиничного производства, распространения в туризме современных телекоммуникационных средств. Они же определяют основные направления повышения инвестиционной привлекательности национального гостиничного производства.

В настоящее время в России готовят кадры для сферы туризма более 300 высших и средних учебных заведений. В системе высшего образования основная подготовка персонала для предприятий гостиничной сферы реализуется в профильных университетах и институтах по таким направлениям подготовки, как «Гостиничное дело», «Туризм» и «Сервис». Также кадры с высшим профессиональным образованием для сферы гостиничных услуг готовят в других непрофильных высших учебных заведениях по направлениям подготовки в смежных областях профессиональной деятельности. В системе среднего профессионального образования подготовка кадров формируется на основе образовательных программ базового и повышенного уровня по специальностям «Гостиничный сервис» и «Туризм». Квалифицированный рабочий персонал по таким профессиям, как администратор, официант, бармен, повар, кондитер, горничные и другие, в России готовят в начальных профессиональных учебных заведениях. Непосредственная подготовка кадров для туристической индустрии направлена на укомплектование сферы туризма квалифицированными рабочими и ведется в рамках государственных образовательных стандартов по данным профессиям.

Следует констатировать, что до сих пор в нашей стране наблюдаются существенные различия в отношении количества предложений со стороны образовательных учреждений и спроса со стороны гостиничной отрасли. В профильных высших учебных заведениях придается наибольшее значение теоретическим знаниям, и специалисты выпускаются с явным недостатком практических навыков. Еще одной проблемой можно считать нехватку средних профессиональных учебных заведений, которые готовят квалифицированных работников для предприятий гостиничной сферы. Утвержденные в учебных заведениях учебные программы не отвечают реальным нуждам работодателей ввиду их неориентированности на практическую работу. Таким образом, в целом сектор подготовки кадров не вполне соответствует потребностям гостиничной индустрии как в количественном, так и в качественном отношении. Многие выпускники профильных высших учебных заведений часто остаются невостребованными на рынке труда из-за отсутствия навыков и знаний по конкретным специализациям, несмотря на общую нехватку квалифицированных кадров в гостиничной сфере.

В этой связи авторам представляется целесообразным провести адаптацию федеральных государственных образовательных стандартов подготовки и квалификации выпускников высших и средних специальных учебных заведений, обучающихся по профильным специальностям посредством создания профессиональных стандартов к требованиям работодателей гостиничной индустрии. Повысить кадровый потенциал гостиничной отрасли поможет расширение уровня подготовки кадров для предприятий гостиничной сферы в системе среднего специального образования, а также разработка и осуществление программ переподготовки и повышения квалификации гостиничных работников на базе существующих учебных заведений и курсов, созданных самими предприятиями и организациями туристической индустрии.

По мнению авторов, персонал и его потенциал является важнейшим фактором, характеризующим ресурсный потенциал гостиничного предприятия, так как от уровня профессиона-

лизма персонала, его умения работать с людьми зависит качество услуги и обслуживания гостя. Кадровый потенциал организации представляет собой умения и навыки работников, которые могут быть использованы для повышения его эффективности в различных сферах деятельности в целях получения дохода или достижения социального эффекта.

Способность персонала к быстрому обучению, переподготовке, повышению квалификации и навыков, необходимых для работы в современных условиях, является существенным конкурентным преимуществом, способствующим повышению уровня конкурентоспособности гостиничных предприятий. Отметим, что на данный момент уже существует большое предложение по курсам переподготовки и повышению квалификации для специалистов предприятий гостиничной сферы, которые представлены в основном при учебных заведениях. В большинстве своем многие из данных программ обучения не дают практических профессиональных знаний и навыков и носят формальный и академический характер. Отмечена нехватка работников сферы туризма среди числа преподавателей на данных курсах.

Таким образом, можно сделать вывод, что эффективное использование ресурсного потенциала в сфере гостиничных услуг возможно только при использовании эффективной стратегии управления предприятиями данной сферы. В связи с тем, что деятельность гостиниц относится к сфере услуг из-за постоянного контакта работников с потребителями услуги, то, на взгляд авторов, следует уделять особое внимание управлению человеческими ресурсами, чему способствуют объективные тенденции развития данной отрасли. К таким тенденциям относятся усиление:

- такой функции, как управление качеством и его непосредственное влияние на социальные, экологические, экономические и другие результаты деятельности, что становится характерным для всех гостиничных предприятий;
- поведенческой роли сотрудников предприятий гостиничной сферы, не только во взаимоотношениях в своем коллективе, но и, что особенно важно, при оказании услуг и непосредственном общении с потребителями;

- технократических направлений, необходимых для обеспечения необходимого уровня качества и конкурентоспособности предоставляемых услуг, а также повышения производительности труда через повышение требований к технологическому оснащению и всей материально-технической базе гостиниц на основе научно-технических достижений.

В соответствии с перечисленными выше тенденциями и необходимостью оперативного принятия решений по повышению качества и улучшению обеспечения деятельности гостиничных услуг наиболее важная роль в организации данной сферы отведена управленческим кадрам высшего звена. Такой объем ответственности высшего звена необходимо подкреплять более высоким уровнем подготовки и понимания существующего положения дел и использования новых технологических процессов. Отсутствие высокого уровня ответственности у данного звена управления негативно сказывается на нижестоящих звеньях управления, вызывая нерешительность, вследствие которой неизбежно замедляется скорость принятия решений. Таким образом, возможность придания наибольшего приоритета качеству оказываемых гостиничных услуг в стратегии развития предприятия гостиничной отрасли зависит именно от высшего звена.

Конечный результат деятельности гостиничного предприятия прямо пропорционально зависит от того, насколько руководители поняли и приняли к действию современную концепцию управления конкурентоспособностью услуги. Для этого высшему звену управления качеством необходимо при содействии среднего и низового звеньев сформировать систему целей, политику и обязательств в области формирования ресурсного потенциала. Оказание гостиничных услуг качества, которое необходимо для потребителей, связано с эффективностью вертикальных, горизонтальных и диагональных связей среднего звена. Несмотря на сопричастность среднего звена менеджеров к каждой из данных видов связей, все сотрудники гостиницы должны понимать свою ответственность в повышении общего уровня качества оказываемых услуг.

Таким образом, можно сделать вывод, что при повышении эффективности использова-

ния ресурсного потенциала на предприятиях гостиничной отрасли наиболее значимым направлением является создание заинтересованного, активного, осознанного и новаторского участия каждого работающего в повышении и обеспечении требуемого качества оказываемых услуг. Факторами и условиями, которые формируют позитивную инициацию этих процессов у всех работающих на предприятии сотрудников, можно считать:

- соответствие занимаемой сотрудником должности с его правами, обязанностями и знаниями цели коллективного и своего труда;
- уровень образования и культуры (общей, технологической и производственной);
- личные свойства, краткосрочные и среднесрочные цели и планы;
- комфортную обстановку и ситуацию в непосредственном месте труда (в том числе условия труда и отдыха, отношение к собственности, социально-психологическую атмосферу, научно-технические, экономические, социальные, организационные и другие условия);
- влияние внешней среды (условия жизни за пределами организации).

Кроме того, необходимо создание благоприятных мотивационных условий и применения различных форм их использования, например, таких как: методы участия в доходах, улучшение условий труда, методы профессионального развития, методы расширения ответственности и полномочий.

Также одним из актуальных направлений по повышению качества услуг в сфере гостеприимства в настоящее время является создание групп качества и конкурентоспособности. Отметим, что опыт организации и внедрения таких групп в культурно-досуговых учреждениях показал недостатки в направлении активизации работ, а именно:

- члены групп не заинтересованы в результатах своей работы;
- при организации и функционировании таких групп недостаточное внимание уделялось обучению и самообразованию каждого члена группы; практически не осуществлялись учет, анализ, контроль и отсутствовал механизм реализации предложений групп качества;
- нерегулярно проводились заседания и совещания;

- не был регламентирован порядок использования группами материально-технических ресурсов при проведении опытно-экспериментальных работ;

- руководители предприятия и подразделений не представляли группам перечни актуальных вопросов в области качества [2].

На взгляд авторов, большая часть недостатков, представленная выше, вызвана отсутствием должного уровня внимания к деятельности групп качества со стороны руководства. Несмотря на то, что организацией групп качества должны заниматься менеджеры высшего звена или собственники предприятия гостиничной сферы, не исключается возможность прояв-

ления инициативы среди менеджеров более низких звеньев или же работников различных подразделений.

В процессе создания и дальнейшего обеспечения групп качества целесообразно выделить этапы подготовки, создания и обеспечения их функционирования. Примерный состав работ указан в таблице.

Следует отметить, что для организации и оказания постоянной эффективной помощи группам качества необходимо назначать кураторов групп из числа ведущих менеджеров служб бронирования, обслуживания, эксплуатации номерного фонда и приема гостей. Каждый куратор может работать с одной или не-

Этапы работы групп качества предприятий гостиничной сферы

Подготовительный этап	Проведение разъяснительной и информационной работы в службах приема и размещения, расчетной части, бронирования, обслуживания и эксплуатации об экономическом и социальном значении групп, принципах и организации их работы, по вопросам стимулирования и поощрения
	Издание приказа руководителем гостиницы об организации работ по созданию и обеспечению функционирования групп
	Определение функций и создание координирующего подразделения по созданию и обеспечению функционирования групп
	Разработка положения о совете по группам и его формирование
	Обучение руководителей отделов по размещению, питанию, финансам и менеджеров службы бронирования, обслуживания, эксплуатации, рекламной службы, заведующих производством, метрдотелей, бухгалтеров, участвующих в работе по организации и созданию групп
	Разработка научно-методической рекомендаций по организации создания и обеспечению функционирования групп, в том числе установление порядка рассмотрения и реализации предложений групп
	Проведение анализа состояния дел на предприятии по качеству и конкурентоспособности продукции и услуг и определение наиболее актуальных направлений деятельности групп во взаимодействии с коммерческим директором
Создание групп	Формирование опытных групп и назначение их кураторов из числа менеджеров
	Обучение членов опытных групп
	Обеспечение функционирования опытных первоочередных групп
	Накопление, обобщение и анализ опыта организации и функционирования опытных групп, определение более широкого круга направлений и тематики деятельности групп
Функционирование групп	Обеспечение деятельности всех групп
	Контроль соблюдения установленного порядка создания и обеспечения функционирования групп
	Организация менеджером службы конгрессов проведения семинаров и конференций по обмену опытом
	Обеспечение гласности и пропаганды результатов деятельности групп, обобщение и распространение положительного опыта их работы
	Совершенствование деятельности групп

сколькими группами, в соответствии с целями группы и уровнем знаний менеджера в данной отрасли. Целесообразнее формировать группы качества из числа работников одного подразделения, например по общественному питанию. Однако для решения более широкого спектра задач можно создавать группы из сотрудников разных подразделений гостиницы. Для создания групп качества в предприятиях гостиничной отрасли, которые представлены единой гостиничной сетью, требуется формировать группы из работников нескольких предприятий. Лидера должны выбрать все члены группы из наиболее инициативных и квалифицированных специалистов. Одной из важнейших функций лидера является его способность к созданию условий для конструктивного обсуждения имеющихся проблем всеми работниками, входящими в группу, а также создание в группе уважительного отношения к предложениям каждого участника. Высшее звено управления гостиницы (владелец, генеральный директор или управляющий), в зависимости от категории гостиницы, формирует подразделение, в функции которого входит координация деятельности и оперативная работа по организации групп качества, а также контроль разработки перечня проблем для решения, ведение регистрации и учета поступающих предложений и обеспечение дальнейшего внедрения принятых группами предложений.

Следует отметить, что в гостиничный сектор входят различные предприятия: малые, средние и крупные. Как правило, сети гостиниц открыты и восприимчивы к изменениям.

Данные предприятия гостиничной сферы придерживаются гибких стратегий, стараются развивать свой бизнес и подготовку персонала творчески, формируют инновационный потенциал постоянно обновляют предложения и повышают сопутствующий сервис. В то время, как малые и средние гостиничные предприятия, для которых характерна нехватка квалифицированных кадров и финансовых потоков, не способны самостоятельно запустить и поддержать инновационные процессы. Неразрешимой остается для них и проблема развития персонала. Маркетинговые исследования в данных организациях проводятся крайне редко, что приводит к отсутствию мероприятий, необходимых для гибкого реагирования на изменения спроса и предложения рынка гостиничных услуг.

Таким образом, для повышения эффективности использования ресурсного потенциала в отрасли гостиничных услуг необходимо создание системы качества организации, основанной на концепции вовлеченности персонала в процессы обеспечения, улучшения и повышения конкурентоспособности услуг всего гостиничного предприятия в целом. При этом целесообразно обеспечение участия каждого работника в повышении качества оказываемых услуг, создание благоприятных мотивационных условий и системы стимулирования активности каждого сотрудника в организации, повышение уровня заинтересованности коллектива по обеспечению качества оказываемых услуг посредством создания групп качества в организациях гостиничной сферы.

Список литературы

1. Сазонова Е. В., Скворцова Е. Л. Методические рекомендации по совершенствованию государственного регулирования туристской сферы. СПб.: СПбГУКиТ, 2009.
2. Евменов А. Д., Сазонова Е. В., Смирнов М. О. Управление качеством на предприятиях социально-культурной сферы: Учебное пособие. СПб.: СПбГУКиТ, 2009.
3. Голубев Г. М., Сазонова Е. В. Тенденции развития туристской отрасли в современных условиях // Петербургский экономический журнал. 2014. № 3. С. 7–13.

СПИСОК НОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- Банковские риски: учебник /под ред. О. И. Лаврушина, Н. И. Валенцевой. М.: КноРус, 2015. 292 с.
- Бротон Ф. Д.* Управленческий гений. По стопам великих менеджеров: учебное электронное издание: [пер. с англ.]. М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2015. 334 с.
- Бухгалтерский управленческий учет: учебное пособие / под ред. Е. И. Костюковой. М.: КноРус, 2015. 270 с.
- Ватолина М. В.* Организация и технология документационного обеспечения управления: учебное пособие. М.: Дашков и К, 2015. 320 с.
- Веснин В. Р.* Основы управления: учебник. М.: Проспект, 2015. 272 с.
- Веснин В. Р.* Управление человеческими ресурсами. Теория и практика: учебник. М.: Проспект, 2015. 688 с.
- Голубев Е. В.* Краудсорсинг для менеджера: новые инструменты для разработки продуктов и управления компанией: монография. М.: Креативная экономика, 2015. 253 с.
- Грачев С. М.* Сборник должностных инструкций. Более 350 образцов: справочник. М.: Проспект, 2015. 832 с.
- Грицюк Т. В., Котилко В. В.* Финансы муниципальных образований, регионов и субъектов Федерации: учебно-методическое пособие. М.: Финансы и статистика, 2015. 504 с.
- Джум Т. А., Денисова Н. И.* Организация гостиничного хозяйства: учебное пособие. М.: Магистр; НИЦ ИНФРА-М, 2015. 400 с.
- Диянова С. Н., Штезель А. Э.* Маркетинг сферы услуг: учебное пособие. М.: Магистр; НИЦ ИНФРА-М, 2015. 192 с.
- Дмитриев Ю. А., Васильева Л. П.* Региональная экономика: учебник. М.: КноРус, 2015. 264 с.
- Защита интеллектуальной собственности: учебник / под ред. И. К. Ларионова, М. А. Гуреевой, В. В. Овчинникова. М.: Дашков и К, 2015. 256 с.
- Измайлова М. А.* Психология рекламной деятельности. Практическое пособие. [электр. ресурс]: учебное пособие. 2-е изд. М.: Дашков и К, 2015. 236 с.
- Инвестиционный менеджмент: учебное пособие /под ред. В. В. Мищенко. М.: КноРус, 2015 392 с.
- Инновационный менеджмент: учебное пособие / под ред. А. В. Барышевой. 3-е изд. М.: Дашков и К, 2015. 384 с.
- Калинин Н. В., Матраева Л. В., Денисов В. Н.* Деньги. Кредит. Банки: учебник. М.: Дашков и К, 2015. 304 с.
- Капканициков С. Г.* Макроэкономика: учебник. 3-е изд. М.: КиноРус, 2015. 406 с.
- Корнеев И. К.* Информационные технологии в работе с документами: учебник. М.: Проспект, 2015. 304 с.
- Кузьмина М. С., Акимова Б. Ж.* Управление затратами предприятия: учебное пособие. М.: КноРус, 2015. 312 с.

- Логистика: учебное пособие / под ред. Б. А. Аникина, Т. А. Родкиной. М.: Проспект, 408 с.
- Львова Н. А.* Финансовая диагностика предприятия: монография / под ред. В. В. Иванова. М.: Проспект, 2015. 304 с.
- Новые модели банковской деятельности в современной экономике: монография / под ред. О. И. Лаврушина. М.: КноРус, 2015. 167 с.
- Ольхова Р. Г.* Банковское дело: управление в современном банке: учебное пособие. М.: КноРус, 2015. 282 с.
- Основы рекламы: прикладные задачи и методы их решения: учебное пособие / под ред. Д. П. Фролова, Е. Г. Попковой. М.: КноРус, 2015. 200 с.
- Патласов О. Ю.* Маркетинг персонала: учебник. М.: Дашков и КЮ, 2015. 384 с.
- Полковский А. Л. Теория бухгалтерского учета: учебник. М.: Дашков и К, 2015. 272 с.
- Поляков В. А., Романов А. А.* Рекламный менеджмент: учебное пособие. М.: КУРС; НИЦ ИНФРА-М, 2015. 352 с.
- Попов В. Н., Касьянов В. С., Савченко И. П.* Системный анализ в менеджменте: учебное пособие. 2-е изд. М.: КиноРус, 2015. 302 с.
- Попов Р. А.* Региональное управление и территориальное планирование: учебник. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. 288 с.
- Попович А. М., Попович И. П., Люфт С. А.* История управленческой мысли: учебное пособие. Омск: Омск ГУ, 2015. 290 с.
- Радущинский Д. А., Иванцов П. П.* Коммуникационный менеджмент: учебное пособие. СПб.: СПбГИКиТ, 2015. 172 с.
- Рынок ценных бумаг: учебник / Зверев В. А. [и др.]. М.: Дашков и К, 2015. 256 с.
- Смирнов Г. Н.* Этика деловых отношений. 2-е изд. М.: Проспект, 2015. 272 с.
- Ткаченко О. Н.* Дизайн и рекламные технологии: учебное пособие / под ред. проф. Л. М. Дмитриевой. М.: Магистр; НИЦ ИНФРА-М, 2015. 176 с.
- Федотова М. А., Тазихина Т. В., Бакулина А. А.* Девелопмент в недвижимости. М.: КноРус, 2015, 264 с.
- Шарков Ф. И.* Коммуникология: энциклопедический словарь-справочник. М.: Дашков и К, 2015. 766 с.
- Шаховская Л. С., Чигиринская Н. В., Чигиринский Ю. Л.* Ценообразование: учебное пособие. М.: КноРус, 2015. 258 с.
- Шевелев А. Е., Шевелева Е. В.* Риски в бухгалтерском учете: учебное пособие. 2-е изд. М.: КноРус, 2015. 304 с.
- Яновский Л. П., Буховец А. Г.* Введение в эконометрику: учебное пособие. 3-е изд. М.: КноРус, 2015. 256.

ОБЗОР НОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ



Бондаренко В. В., Васин С. М., Седлецкий А. В. Организационное поведение: учебное пособие. М.: КноРус, 2015. 288 с.

Представляет собой структурированное изложение курса по организационному поведению. Рассмотрены вопросы, связанные с поведением человека в процессе труда и с различными ситуациями в организациях. Написано с учетом новейших исследований в этой области, а также практики и опыта современных отечественных и глобальных организаций.

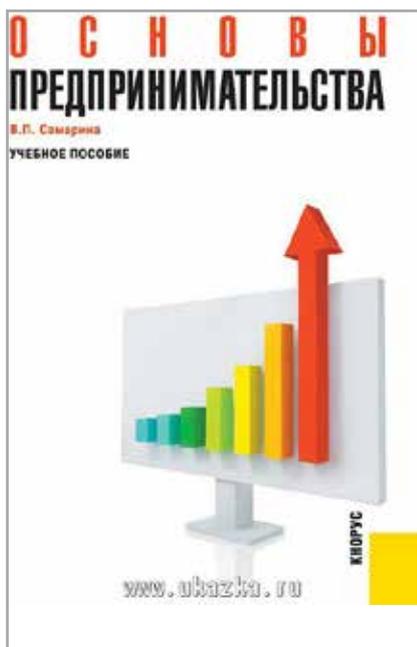
Соответствует действующему Федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования нового поколения. Для студентов, изучающих дисциплину «Организационное поведение», магистров, аспирантов, а также практических менеджеров, предпринимателей и всех тех, кто интересуется вопросами поведения в организации.



Чудинов А. П., Нахимова Е. А. Деловое общение: учебное пособие. 2-е изд. М.: ФЛИНТА, 2015. 192 с.

Пособие содержит материалы лекционного курса, а также комплекс заданий и упражнений по теории и практике делового общения. Включает материалы по деловой коммуникации в устной и письменной форме, в том числе по составлению и оформлению деловых документов, стилистике деловой речи, рекламной коммуникации, стратегии и тактике делового общения.

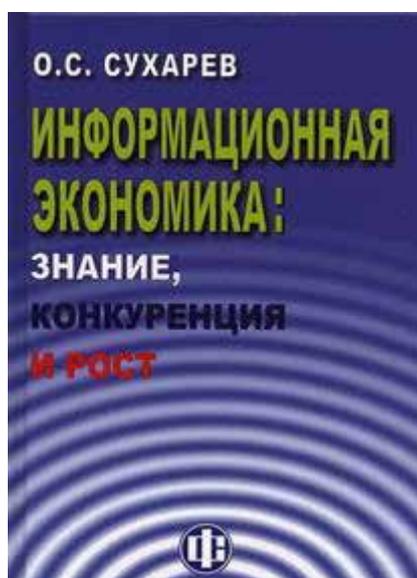
Для студентов, обучающихся по направлениям подготовки «Реклама и связи с общественностью», «Социальная работа», «Социальная педагогика», «Психология», «Международные отношения».



Самарина В. П. Основы предпринимательства: учебное пособие. М.: КноРус, 2015. 222 с.

Рассмотрены вопросы, касающиеся предпринимательской деятельности и ее организации. Особое внимание уделено особенностям малого и среднего бизнеса. Обоснована необходимость государственного регулирования предпринимательской деятельности. Подробно изложены принципы разработки и основные разделы бизнес-плана предпринимательского проекта, приведен пример его составления.

Соответствует действующему Федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования нового поколения. Для студентов и преподавателей высших учебных заведений, управленческого персонала, предпринимателей, а также для всех, кто интересуется организацией предпринимательской деятельности. Рекомендуется в качестве учебного пособия для студентов, обучающихся по специальностям «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансы и кредит».



Сухарев О. С. Информационная экономика: знание, конкуренция и рост: монография. М.: Финансы и статистика, 2015. 288 с.

В монографии исследуются проблемы такого направления в экономической науке, как информационная экономика, предлагаются модели влияния информации на процесс конкуренции между агентами, вводится фундаментальный принцип передачи информации, накопления знаний, рассматриваются параметры комбинаторного эффекта в информационной сфере, различные виды асимметрии и эффекты, не учитываемые в классических вариантах информационной экономики. Отдельным вопросом рассматривается влияние информационных изменений на экономический рост системы, выделение режимов структурных изменений между различными комбинациями в зависимости от скорости создания нового и использования старого ресурса в системе. Даются важные выводы об информации и знании как продукте, формируются принципы экономики благосостояния за счет нового взгляда на общественные блага и информацию.

Для научных работников, аспирантов и докторантов, магистрантов и всех интересующихся новыми идеями в экономической науке.

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЕЙ

1. Статья должна соответствовать профилю издания, одному из его тематических разделов (рубрик) и направлений.

2. Статья должна иметь ограниченный объем машинописного текста формата А4 (от 10 до 18 страниц), книжной ориентации, поля 2,5 см со всех сторон, шрифт Times New Roman, цвет – черный, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – 1,5.

3. Оформление статьи осуществляется следующим образом: вначале даются сведения об авторе (фамилия, имя и отчество, должность и организация, которую представляет автор статьи, ученая степень, ученое звание, контактный телефон и адрес электронной почты), УДК (обязательно), название статьи, аннотация, ключевые слова и далее текст статьи.

Пример:

Иванов Иван Иванович – доцент кафедры экономики кино и телевидения Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент, контактный телефон и адрес электронной почты.

УДК

МЕХАНИЦИЗМ В КУЛЬТУРЕ НОВОГО ВРЕМЕНИ

4. При наличии в статье поясняющих рисунков и таблиц в тексте статьи обязательно должны быть ссылки на них, например (рисунок 1). Если в тексте статьи приводится только один рисунок, то он не нумеруется.

Пример:

Рисунок 1

Схема взаимосвязи хозяйственных факторов

5. Название таблицы указывается над нею. Слово «таблица» пишется над названием таблицы и нумеруется. Если в тексте статьи приводится только одна таблица, то она не нумеруется.

Пример:

Таблица 1

Показатели реализации ресурсного потенциала предприятия

6. Математические формулы и уравнения набираются в редакторе формул (приложение программы Microsoft Word). Те из них, на которые в последующем тексте будут ссылаться, нумеруются цифрами. Номер ставится у правого края в круглых скобках.

Пример:

$$\left(\frac{R_x}{R_x^m} \times \frac{R_y}{R_y^m} \right) \times \frac{R_z}{R_z^m} = 1, \quad (1)$$

где R_x и R_y – результативность использования (отдача) потенциалов субъектов x и y (внутренней и внешней сторон экономических отношений) с позиции индивидуальных экономических интересов, которая определяется по их вкладу в конечный результат предприятия; R_z – результативность использования (отдача) общего потенциала системы z (предприятия в целом).

7. Ссылки на источники, использованные в тексте статьи, даются в квадратных скобках после упоминания материала источника или цитирования согласно

номеру, под которым источник приведен в списке использованной литературы, например [6] или [2; 3; 4]. Библиографическое описание использованных источников дается в строгом соответствии с ГОСТ Р 7.05–2008. В случае цитирования после номера источника через запятую ставится номер страницы, с которой взят цитируемый материал, например [5, с. 48] или [5; 6, с. 21]. При ссылке на интернет-ресурсы необходимо указать название статьи, название сайта, электронный адрес ресурса и дату обращения к нему.

Пример:

1. Пикунов Н. И. Организация работы налоговых органов США. URL: www.lexaudit.ru (дата обращения: 26.06.2012).

8. Список использованной литературы формируется согласно порядку упоминания ссылок в тексте статьи. В статье рекомендуется использовать не более 10 литературных источников.

9. Количество авторов не должно превышать трех человек. К статье прилагается фотография автора (авторов), разрешение не менее 300 пикс/дюйм.

10. Фамилия, имя и отчество автора, название статьи, аннотация (объемом до 400 знаков), перечень ключевых слов (5–7 слов), сведения об авторе должны быть в статье на русском и английском языках. Название статьи должно содержать не более девяти слов.

11. Схемы и рисунки должны быть выполнены в приложениях программы Microsoft Word, фотографии должны быть сохранены в формате JPEG.

12. Сокращения величин и мер допускаются только в соответствии с Международной системой единиц.

13. Статья на публикацию высылается по электронной почте (e-mail: gukit-journal@mail.ru). Файлы необходимо именовать согласно фамилии первого автора. Не рекомендуется в одном файле помещать несколько статей.

14. Авторы, разрабатывающие докторские и кандидатские диссертации, а также не имеющие ученых степеней, одновременно со статьей направляют в редакцию рецензию на нее известных в данной научной отрасли ученых (специалистов) или выписку из протокола заседания профильной кафедры с рекомендацией статьи к публикации.

15. Несоблюдение указанных требований может явиться основанием для отказа в публикации или увеличения срока подготовки материала к печати.

16. Редакция оставляет за собой право отклонить статью по одной или нескольким из следующих причин:

- а) несоответствие тематики статьи профилю журнала;
- б) недостаточная актуальность и значимость результатов исследования, представленных в статье;
- в) качество раскрытия темы статьи не соответствует современному уровню научных исследований;
- г) статья написана недостаточно литературным или недостаточно научным языком;
- д) оформление статьи не соответствует требованиям, описанным в настоящих правилах оформления статей;
- е) на статью получена отрицательная рецензия.

Факультет вечернего и дополнительного образования Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения приглашает абитуриентов и слушателей

КУРСЫ ДЛЯ АБИТУРИЕНТОВ

Очные:

Актёрский абитуриент-класс

Дистанционные:

Современные инструменты продюсирования

Журналистика для абитуриентов

КУРСЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

Курс повышения квалификации художников-аниматоров "Мультфильм"

Видеомонтаж

Курс Autodesk Maya (3D-анимация и спецэффекты)

Сценарный курс

Кинемеханик цифрового показа

Видеография

Основы креативной экономики в киноиндустрии

Современные инструменты продюсирования

Управление проектами в сфере культуры и медиаиндустрии

Эффективные методы организации и управления concession бизнесом в современном кинотеатре и др.



ДИСТАНЦИОННЫЕ КУРСЫ

Современные инструменты продюсирования

Управление кинодистрибьюторской и кинотеатральной деятельностью

КУРСЫ ПЕРЕПОДГОТОВКИ

Высшие режиссерские курсы

Анимация

Музыкальная звукорежиссура

Высшие продюсерские курсы

Операторское мастерство

Телеведущий-корреспондент

Режиссер видеомонтажа

Актер театра и кино



191119, Санкт-Петербург, ул. Правды, д. 13

Деканат программ вечернего и дополнительного профессионального образования – каб. 1319

Тел.: (812) 600-23-94,

E-mail: fpk@gukit.ru

Сайт: <http://www.gukit.ru/fvdo>

ISSN 2307-5368



9 772307 536131 >