

*Журнал основан в 1918 г.*

**УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ**  
**КРЫМСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО**  
**УНИВЕРСИТЕТА имени**  
**В. И. ВЕРНАДСКОГО.**  
**ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ**

Научный журнал

**Том 2 (68). № 1**

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского  
Симферополь, 2016

ISSN 2413-1644

Свидетельство о регистрации средства  
массовой информации – ПИ № ФС 77–61827 от 18 мая 2015 года

**Редколлегия журнала «Ученые записки Крымского федерального  
университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление»:**

Никитина М. Г. – д-р экон. наук, д-р геогр. наук, проф., главный редактор;  
Апатова Н. В. – д-р экон. наук, д-р пед. наук, проф.;  
Воронина Т. В. – д-р экон. наук, проф.;  
Звонова Е. А. – д-р экон. наук, проф.;  
Кирильчук С. П. – д-р экон. наук, проф.;  
Климчук С. В. – д-р экон. наук, проф.;  
Нижегородцев Р. М. – д-р экон. наук, проф.;  
Онищенко К. Н. – д-р экон. наук, проф.;  
Панков Д. А. – д-р экон. наук, проф., Республика Беларусь;  
Подсолонко Е. А. – д-р экон. наук, проф.;  
Ротанов Г. Н. – д-р экон. наук, проф.;  
Симченко Н. А. – д-р экон. наук, проф.;  
Скоробогатова Т. Н. – д-р экон. наук, проф.;  
Солодовников С. Ю. – д-р экон. наук, проф., Республика Беларусь;  
Сурнина К. С. – д-р экон. наук, проф.;  
Тимиргалеева Р. Р. – д-р экон. наук, проф.;  
Цехла С. Ю. – д-р экон. наук, проф.

Ответственный секретарь – Мираньков Д. Б.

**Печатается по решению ученого совета Крымского федерального университета  
имени В. И. Вернадского, протокол № 9 от 29 сентября 2016 г.**

Подписано в печать 30.09.2016. Формат 70x100 1/16  
20,9 усл. п. л. 17,7 уч.-изд. л. Тираж 50. Заказ № 32  
Отпечатано в отделе редакционно-издательской деятельности КФУ,  
пр. Академика Вернадского, 4, г. Симферополь, 295007

<http://sn-ecoman.cfuv.ru>

Свободная цена

© Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, 2016 г.

УДК 330

## КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ КРЫМСКИХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

*Баяндурова А. А., Розенберг И. Н., Шайтура С. В.*

*Московский государственный университет путей сообщения Императора Николая II, Москва, Российская Федерация*

*E-mail: [alexandra.bayandurova@mail.ru](mailto:alexandra.bayandurova@mail.ru)*

В статье приведена комплексная методика анализа туристических дестинаций Крыма. Согласно методике производится комплексный анализ туристических дестинаций Крымского полуострова. Весь регион разбивается на кластеры. Производится усредненная оценка показателей кластера. Эти показатели используются как входные данные для нейросетевой модели. На выходе нейросетевой модели получаем карты Кахонена, которые позволяют сделать усреднённый вывод о стоимости различных дестинаций Крыма. Проведенный анализ позволяет сделать выводы о реструктуризации туристического бизнеса в Крыму.

**Ключевые слова:** международный туризм, туристическая дестинация, туристский кластер, кластерный подход, картографический таксон, оценка недвижимости, нейросетевой метод, геоинформационные системы.

### ВВЕДЕНИЕ

На протяжении последних десятилетий международный туризм непрерывно развивался, география его расширялась, и сейчас это – одна из крупнейших и быстро растущих отраслей экономики в мире [1]. Стремительное развитие международного туризма, рост населения планеты и глобальная урбанизация ставят перед обществом важные вопросы и задачи, которые требуют тщательно обдуманного стратегического планирования [2]. Уже наступило то время, когда города как туристические дестинации конкурируют между собой в глобальном масштабе. Выигрывают те, кто понимает весь комплекс развития городов в интересах его жителей в многогранном сочетании экономических, социальных, культурных и экологических аспектов [3].

Туристская дестинация – решающий элемент туристской системы. Ее можно охарактеризовать как центр (территорию) со всевозможными удобствами, средствами обслуживания и услугами для обеспечения всевозможных нужд туристов. Другими словами, туристская дестинация включает в себя наиболее важные и решающие элементы туризма, необходимые для туристов. Регион туристской дестинации является одним из самых важных в туристской системе, так как сами туристские дестинации и их имидж привлекают туристов, мотивируют визит и, таким образом, активизируют всю туристскую систему. Под дестинацией понимается географическая территория, имеющая определенные границы, которая может привлекать и удовлетворять потребности достаточно широкой группы туристов.

## **ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ**

Сегодня мало того, чтобы город значился на туристической карте мира. Необходимы инвестиции в инфраструктурные объекты, сохранение и преумножение культурного и естественного наследия, мощное маркетинговое планирование и продвижение городской дестинации. Этого можно добиться только путем грамотного управления и консолидации усилий всех игроков на рынке туризма и гостеприимства.

Для того, чтобы территория была дестинацией, необходимо выполнение следующих условий:

- наличие на этой территории мест размещения, питания, развлечений (должен быть определенный уровень качества услуг) и высокоразвитой транспортной системы;
- наличие достопримечательностей, интересующих туристов (наличие фактора привлекательности является одним из главных факторов конкуренции между дестинациями, следовательно, должна быть определенная изюминка для привлечения туриста на территорию дестинации);
- наличие информационных (например, глобальных информационных систем «Amadeus», «Galileo», «Worldspan», «Sabre») и коммуникационных систем, так как это необходимый инструмент информирования туристского рынка о дестинации.

В настоящее время подход к развитию регионального туризма основывается на кластерах [4]. Переход к новой модели пространственного развития российской экономики в рамках концепции должен происходить за счет образования новых центров социально-экономического развития на основе создания территориально-производственных кластеров сети, повышая конкурентный потенциал территории. В соответствии с принципами государственной политики регионального развития основная цель заключается в создании долгосрочных центров быстрого роста с учетом конкурентных преимуществ каждого региона.

Понятие кластера понимается разными авторами неоднозначно. Не претендуя на всеобщность, авторы статьи трактуют понятие «кластер» как группу взаимосвязанных ресурсов, факторов и предприятий, сосредоточенных на одной территории, которые необходимы или желательны для развития определенного вида туризма, способствующих удовлетворению туристических потребностей в зависимости от хода мотива.

Как видно из определения, понятие «кластер» тесно коррелирует с понятием «туристическое направление».

Кластер связан с конкретным регионом и основывается на его ресурсном потенциале. Для качественного изучения кластера (назначения) авторы разработали картографический метод таксономии на основе кластерного подхода. В этом методе предлагаются следующие термины:

- Картографический таксон – объединение территориальных единиц объекта, которые содержат однородный туристический ресурс.
- Территориальная единица – часть области, соответствующей горизонтальному

расстоянию на 1x1 км карты, со своим собственным серийным номером (координаты).

В соответствии с предложенным способом картографической таксономии кластер понимается как образец картографического таксона, назначение которого удовлетворяет основным условиям и требованиям для организации определенного вида туризма или деятельности.

Развитие туризма в регионе позволяет сглаживать контрасты модели «центр – периферия», которая описывает взаимодействие и географическую неоднородность социально-экономического развития в рамках системы: ускорение в «центре» и отставание на «периферии». Особенно трудно развивать туризм в горах из-за высоких затрат на разработку областей.

В настоящее время «центром» курортной области является приморская часть Крыма, которая опережает развитие «периферии» [5–8].

Разбиение региона на кластеры позволяет сформировать интеллектуальную оценочную модель дестинаций Крыма на основе нейросетевых методов [9].

Данная модель реализует процесс оценки кластеров в виде многослойного персептрона, в котором входными нейронами являются оцениваемые параметры модели.

Персептрон – многослойная нейронная сеть, обучаемая по алгоритму обратного распространения ошибки. При этом возникает задача идентификации необходимого числа скрытых слоев и количества нейронов в каждом слое, а также ряд других, не менее важных параметров нейронной сети. Для каждого класса оценки исследователь сам определяет все эти параметры, что осложняет процесс построения модели.

Однако, несмотря на существование довольно внушительного теоретико-практического фундамента классических методов оценки туристических кластеров, следует отметить, что применение в данном процессе современных инструментальных средств интеллектуальной обработки информации достаточно незначительно.

Традиционная концепция оценки туристических кластеров в данной статье расширяется и уточняется с помощью систем, основанных на интеллектуальных средствах обработки информации. Такое расширение включает в себя следующие этапы:

1. Сбор исходных данных.
2. Формирование базы масштабированных данных.
3. Создание математической модели оценки недвижимости.
4. Оценка параметров модели на основе непараметрических методов статистики.
5. Формулировка задачи в нейросетевом базисе.
6. Анализ параметров математической модели оценки недвижимости, основанный на результатах обучения нейронной сети.
7. Выбор архитектуры и обучение карт Кохонена.
8. Составление информационного атласа на основе синтеза карт Кохонена и ГИС карт дестинаций.

9. Создание базы знаний в форме лингвистических правил управления на основе анализа карт Кохонена и математической модели оценки туристических кластеров.

Предлагаемый подход к оценке туристических кластеров позволяет расширить круг решаемых оценочных задач. В этом случае в математической модели учитывается субъективность, тем самым повышается точность расчетов, и снижаются затраты на их корректировку с течением времени.

Программная реализация описанного расширения классической схемы оценки туристических кластеров представляет собой интеграцию известных программных средств.

Начальный этап – составление базы данных – осуществляется в Excel. Здесь данные сохраняются в виде таблицы, в строках которой располагаются объекты туристических кластеров, в столбцах – характеристики, влияющие на стоимость. Поскольку многие из характеристик являются качественными, то одновременно с составлением базы данных проводится ее ранжирование.

Следующий шаг – статистическая обработка – проводится с помощью программного продукта STATISTICA. При этом обрабатываются данные, составленные в Excel.

Целью подобной обработки является определение взаимосвязи между выбранными характеристиками, т. е. определение коэффициентов Спирмена, значения которых сохраняются в отдельном файле.

Для построения и обучения нейронных сетей и карт авторы использовали программную среду Matlab. Обучающей выборкой при этом являлись данные, составленные в Excel, в качестве вектора начальных весов – файл данных, полученных после статистической обработки.

Этап визуализации ранее полученных результатов авторами осуществлялся с использованием возможностей Mapinfo. При этом происходило наложение нейронных карт Кохонена на геоинформационные карты.

Последний этап процесса оценки недвижимости на основе интеллектуальных средств обработки информации, состоящий в разработке нечеткой логической системы оценки, реализовывается в работе с использованием системы Anfis программной среды Matlab.

Работа пользователя с данной системой оценки туристических кластеров осуществляется в режиме «вопрос – ответ», задаваемых в среде Matlab.

Для построения модели оценки недвижимости и обучения нейронной сети была сформирована база данных. Параметры, влияющие на ценообразование туристических кластеров: географические координаты кластера – X1; дата оценки кластера – X2; территориальная характеристики кластера – X3; экологическая характеристика кластера – X4 и т.д.

Исходные данные по каждому объекту кластера образуют вектор входных параметров модели. База данных рассматривается как признаковое пространство, состоящее из векторов вида: X – параметры исследования, Y – цена туристического кластера.

Следующим этапом построения инструментального средства поддержки

принятия решений в области оценки туристических дестинаций является анализ построенной модели статистическими методами.

Далее строится нейронная сеть Кохонена с количеством входов, равным числу исследуемых параметров. Сеть Кохонена состоит из одного слоя нейронов, который организован в виде двумерной матрицы. Число входов каждого нейрона равно размерности входного образа.

Данные, подаваемые на вход  $X$ , представляют собой массив, в столбцах которого расположены объекты (туристические кластеры), в строках – их характеристики (исследуемые показатели).

В результате обучения сети Кохонена векторы обучающего множества разбиваются на кластеры, центрами которых являются векторы весов нейронов.

Сеть Кохонена оптимальным образом выберет кластер, к которому данный вектор можно отнести, и тогда в качестве  $Y$  можно принять среднее значение для этого кластера.

Следующим этапом исследования является решение вопроса визуализации полученных результатов. Для этого в нашем исследовании предлагается использовать карту Кохонена, нейроны которой расположены в узлах прямоугольной сетки. В результате ее обучения узлы карты совпадут с расположением основных скоплений объектов в признаковом пространстве.

Полученную таким образом карту можно представить в виде «слоеного пирога», каждый слой которого – «раскраска», порожденная одной из компонент исходных данных. Набор раскрасок используется для анализа закономерностей, имеющихся между компонентами набора данных. Полученные раскраски в совокупности образуют атлас, отображающий расположение компонент, связи между ними, а также относительное расположение различных значений компонент.

Для дальнейшего анализа построенной карты Кохонена следует рассматривать ее как информационный слой в ГИС – карте дестинации. В настоящее время имеются большие возможности использования разнообразной картографической информации для детального и всестороннего анализа оцениваемого объекта недвижимости с различных позиций – от картографической привязки и определения местоположения конкретного объекта до оценок градостроительной, транспортной, социально-экономической и других составляющих среды дестинации. Подобные возможности при оценке недвижимости связаны с внедрением в практику риэлтерской деятельности специализированных геоинформационных систем.

Предлагается следующий алгоритм для формирования лингвистических переменных.

1. Из экспертного анализа базы данных определяются названия и количество лингвистических переменных.

2. Используя построенную карту Кохонена, определяется количество термов для каждой переменной. В роли них будут выступать кластеры, на которые разбивается исходное множество.

3. Определяются границы универсального множества  $U$ . В качестве  $U_{\min}$  принимаем наименьшее значение переменной, принадлежащей исходному множеству, а в качестве  $U_{\max}$  – наибольшее.

4. Центр каждого кластера принимается за вершину функции принадлежности. Внутри каждого класса вычисляем среднее квадратическое отклонение и откладываем его значение влево и право от вершины, тем самым получаем треугольную функцию принадлежности для каждого терма. Для термов T1 и Tn аналогичным образом строим трапециевидные функции принадлежности.

Создание карт дестинаций производится на основе геоинформационного картографирования [8–11]. ГИС дестинации (ГИСД) позволяют управлять городом, районом, территорией, максимально эффективно и четко планируя предполагаемые виды работ и их стоимость.

Реализация любого инвестиционного проекта неминуемо приводит к необходимости построения бизнес-плана и создания комплексной оценки по многим параметрам готовности территории для реализации конкретного проекта. Неточность и недостоверность оценок, длительное время подготовки таких предложений приводят либо к полному отказу инвестора от проекта, либо к переносу этого проекта в другой регион, где на поставленные вопросы ответят быстрее и конкретнее. То, что ГИСД является наилучшим инструментом для проведения комплексной оценки возможности реализации инвестиционного проекта, сегодня уже не подлежит сомнению.

При создании ГИСД неизбежно возникает ряд задач, требующих правильного решения [12–15]:

- выработка первоначальной концепции ГИСД;
- выбор программного обеспечения для ГИСД;
- выбор аппаратного обеспечения для ГИСД
- выбор или создание цифровой картографической основы города;
- выбор организации-исполнителя (внешней или внутригородской) для проведения необходимых работ;
- постановка технологии ведения ГИСД (актуализация пространственных и атрибутивных данных, обучение и/или повышение квалификации персонала, организационно-управленческие решения и т.п.);
- внедрение ГИСД в информационную и организационную структуру управления городским хозяйством.

## **ВЫВОДЫ**

Для активного развития Крымского региона как туристской дестинации сегодня необходимо развивать следующие элементы:

- государственную поддержку развития предпринимательства и новых технологий;
- навигационные разработки и информационную поддержку городов Крыма – туристских дестинаций;
- развитие торговой сферы и др.

Чрезвычайно важным элементом туристической дестинации является создание инфраструктуры транспортных систем [19] и управление этими системами [20–23].

Для эффективной оценки дестинаций предложен метод кластерного анализа на



основе нейросетевого метода.

Итогом проведенного исследования является разработка инструментального средства для интеллектуально-аналитической оценки кластеров дестинаций, которое включает алгоритмическое и программное описание данного класса задач методами искусственных нейронных сетей и возможностями ГИС-технологий, а также доказанная эффективность этого решения. Конструктивный взгляд на взаимоотношение современных интеллектуальных средств обработки информации и классических статистических методов заключается в том, что в общем случае они должны дополнять друг друга.

Кластерный анализ туристических дестинаций опирается на модель, созданную на основе геоинформационных систем дестинаций.

### Список литературы

1. Зевеке О. Ю. Современные тенденции развития городского туризма // Славянский форум. 2013. № 2 (4). С. 91–96.
2. Коршунов А. Г., Осмоловский Г. Н. Проблемы развития туризма в России и пути их решения // Славянский форум. 2015. № 1 (7). С. 101–107.
3. Рыбников А. М., Рыбников М. С. Оценка эффективности регионального организационно-экономического механизма обеспечения устойчивого развития // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». Том 27 (66). 2014. № 4. С. 151–158.
4. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А., Подсолонко М. В. Государственные инициативы по развитию в Украине информационного общества // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». 2012. Т. 2. № 25 (64). С. 96–108.
5. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А., Подсолонко М. В. Индикаторы влияния занятости населения на эффективность развития экономики в регионах // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». 2011. Т. 3. № 24 (63). С. 78–101.
6. Акинина Л. Н. Рекреационные гидроресурсы Республики Крым: особенности предложения и спроса // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». Том 27 (66). 2014. № 4. С. 3–9.
7. Дышловой И. Н., Прохорова О. В. Влияния коэффициента локализации на эффективность развития туристической отрасли Крыма // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2014. № 7 (215). С. 24–36.
8. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А. Интеграция международного образовательного потенциала в формирование деловых и исследовательских умений и навыков магистров менеджмента // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2013. Т. 2. № 3. С. 286–293.
9. Гаврилова В. В., Шайтура С. В. Интеллектуальная обработка информации в области оценки недвижимости // Славянский форум. 2012. № 1 (1). С. 164–171.
10. Ковальчук А. К., Шайтура С. В. Основы геоинформационных систем. М.: Изд.-во «Рудомино», 2009.
11. Савиных В. П., Цветков В. Я., Шайтура С. В. Основные положения в области геоинформационных технологий // Славянский форум. 2015. № 2 (8). С. 293–301.
12. Цуцурин В. Д. Туристические геоинформационные технологии для черноморского региона // Славянский форум. 2015. № 2 (8). С. 319–326.
13. Цуцурин В. Д., Шайтура С. В. Технологии создания туристических геоинформационных систем // Славянский форум. 2015. № 1 (7). С. 293–300.
14. Цуцурин В. Д., Шайтура С. В. Муниципальная ГИС города Бургас // Славянский форум. 2013.

- № 1 (3). С. 107–114.
15. Цуцурин В. Д., Шайтура С. В. Технологии создания сетевых геоинформационных ресурсов черноморского побережья Болгарии // Известия высших учебных заведений. Геодезия и аэрофотосъемка. 2015. № 3. С. 85–91.
  16. Сафронов О. М., Шайтура С. В. Воспроизводственный подход и пространственный анализ как основа разработки стратегии устойчивого развития региона // Славянский форум. 2016. № 1 (11). С. 177–182.
  17. Федоркина М. С., Фененко А. С. Этапы процедуры оценки эффективности природопользования в курортном регионе // Культура народов Причерноморья. 2014. № 278. С. 73–77.
  18. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А. Стратегия роста конкурентоспособности экономики Украины и ее регионов // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». 2013. Т. 2. № 26 (65). С. 88–98.
  19. Розенберг И. Н. Инфраструктура интеллектуальных транспортных систем // Славянский форум. 2012. № 1 (1). С. 242–245.
  20. Розенберг И. Н. Пространственное управление в сфере транспорта // Славянский форум. 2015. № 2 (8). С. 268–274.
  21. Розенберг И. Н., Цветков В. Я. Свойства управленческих моделей // Славянский форум. 2012. – № 1 (1). С. 245–249.
  22. Розенберг И. Н., Цветков В. Я. Семиотическое управление транспортными системами // Славянский форум. 2015. № 2 (8). С. 275–282.
  23. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А. Концептуальные основы кластерной организации развития крымского рекреационного макрорегиона // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. Т. 10. № 1. С. 83–94.

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 330.34

## ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СТРАТЕГИИ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО РАЗВИТИЯ

*Бузни А. Н.*

*Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация*

*E-mail: [tema@crimea.com](mailto:tema@crimea.com)*

Обосновывается целесообразность осуществления в Российской Федерации стратегии опережающего развития путем совершенствования национальной инновационной системы. На основе ретроспективного взгляда на развитие пранауки и научно-технической революции в развитых странах и в России предложена классификация этапов развития Национальной инновационной системы РФ в их сопряженной взаимосвязи с технологическими укладами. На основе анализа статистических данных экономического и инновационного развития России показана значимость инноваций в стратегии опережающего развития. Предложены некоторые наиболее общие пути укрепления Национальной инновационной системы Российской Федерации в целях реализации стратегии опережающего развития экономики.

**Ключевые слова:** стратегия, опережающее развитие, национальная инновационная система, технологические уклады.

### ВВЕДЕНИЕ

Экономика России занимает в рейтингах на мировом уровне далеко не первые места. Например, по данным Отчета о развитии человечества из Программы развития ООН (ПРООН), опубликованном 14 декабря 2015 года, Россия занимает по уровню экономического развития 10-е место из 20 стран; по уровню человеческого развития – 50-е место из 185 стран; по уровню жизни – 58-е место из 142 стран (по данным Legatum Institute, 90-е место); по глобальной конкурентоспособности, по данным Всемирного экономического форума, 45-е место из 160 стран; по продолжительности жизни – 42-е из 142 стран, и т. д.

Однако для России необходима стратегия достижения таких показателей, которые бы соответствовали ей как самой крупной в мире по площади и одной из крупнейших (9-е место) по численности населения стране, с высоким уровнем международных золотовалютных резервов (7-е место из 145 стран), по разнообразию и объемам минерально-сырьевого потенциала входящей в тройку мировых лидеров (Китай, США и Россия), при этом с довольно высоким (11-е место) уровнем образования и грамотности (99,5%).

В то же время в Стратегии развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 года отмечалось, что величина затрат в расчете на одного занятого исследованиями и разработками (с учетом профессорско-преподавательского состава вузов) в России в 8 раз меньше, чем в Южной Корее, и в 12 раз меньше, чем в Германии [1].

Практика свидетельствует, что наилучшие экономические показатели имеют страны с наиболее высоким уровнем инновационности, что обеспечивает им не только высокоэффективное производство и основной фактор роста ВВП, но и

ускоренное развитие. Именно это обстоятельство делает бесперспективной стратегию преследования для стран с недостаточной инновационностью, т. к., достигая определённого уровня лидеров, они опять будут отставать от них, поскольку лидеры продолжают идти вперёд.

Поэтому речь должна идти, в частности и для Российской Федерации, о стратегии опережающего развития на основе далеко нацеленной инновационной стратегии, формировании более совершенной национальной инновационной системы (НИС).

Принципы НИС первоначально разрабатывались в трудах Зомбарта В., Шумпетера Й., Туган-Барановского М. И., Кондратьева Н. Д., Сорокина П. А., а сама концепция НИС, как принято считать, разрабатывается лишь с конца 60-х годов XX в. в трудах Лундвалла Б., Фримена К., Нельсона Р. При этом нередко высказывается мысль об отсутствии НИС в современной России [2, с. 66].

Однако, если за основу понимания НИС принять совокупность взаимосвязанных организаций (структур), занимающихся производством, распространением и реализацией научных знаний (новых продуктов, технологий методов и т. п.) в определённых нормативно-правовых, финансовых и социальных условиях, обеспечивающих инновационные процессы, то, с нашей точки зрения, НИС формировалась в любом государстве по мере возникновения и развития науки, но в зависимости от времени и условий страны с большей или меньшей эффективностью её организационной системы.

Несомненно, становление и функционирование НИС напрямую взаимосвязано с формированием технологических укладов (ТУ), понимаемых, по определению Львова Д. и Глазьева С., как совокупность технологически сопряженных производств, сохраняющих свою целостность в процессе развития [3]. Инновационная система функционально призвана осуществлять организацию эффективного использования достижений науки и техники производством, создавать благоприятный инновационный климат. В связи с этим представляет интерес рассмотрение генезиса НИС России по этапам её развития и в связи с развитием технологических укладов, теории которых уделили внимание Авербух В. М., Василенко В. А., Глазьев С. Ю., Гуриев Л. К., Каблов Е. Н., Львов Д. С., Малинецкий Г. Г. и др.

Цель исследования – определить место инновационной составляющей в стратегии опережающего развития экономики в форме Национальной инновационной системы Российской Федерации.

#### ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Различные этапы формирования Национальной инновационной системы России можно укрупненно агрегировать в четыре периода:

1. *познавательный* – зарождение (истоки) – середина XVI в. – начало XX в.;
2. *конструкционный* – становление, закладка основ системы планового управления системой «наука – производство» – с 1918 до 1941 гг.;

## **ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СТРАТЕГИИ...**

3. *институциональный* (государственный) – развитие всех составляющих системы (структуры, инфраструктуры, кадров, нормативно-правовой базы, стратегических целей, принципов, задач) – с 1945 по 1990 гг.;

4. *реструктуризационный* (рыночный) – преобразование централизованно управляемой единой планово-инвестиционной системы в коммерциализованную взаимосвязь элементов системы – с 1991 г. по настоящее время.

### **1. Познавательный период**

На территории России истоки научной деятельности можно исчислять еще до образования Русского централизованного государства. Начало этому было положено в период создания в IX в. просветителями Кириллом и Мефодием славянской азбуки-кириллицы, со времени записей летописцами крупных княжеств исторических событий и иногда погодных наблюдений, затем с начала по велению Ивана Грозного книгопечатания в 1564 г. в Москве, распространения печатных книг Восточной Европы. Печатались буквари, азбуки, грамматики, другая учебная литература. В 1667 году был издан первый печатный исторический труд «Синописис» («Обозрение») – обзор истории Юго-Западной Руси. В типографии Киево-Печерской лавры впервые издана в 1674 г. «Степенная Книга» – памятник русской исторической литературы XVI века. По инициативе митрополита Макария духовником Ивана Грозного Андреем была составлена «Царственная Книга» – одиннадцатитомная иллюстрированная история мира. С XIII в. начали издаваться энциклопедические словари, получившие название «Азбуковник». Таким образом происходило формирование донаучного (пранаучного) знания.

В это время в Европе отмечалось начало научно-технического прогресса. В трудах Коперника, Кеплера, Галилея, Декарта, Ньютона и других учёных были заложены основы таких наук, как математика, астрономия, механика и медицина. Активное использование книгопечатания позволяло быстро распространять задокументированные научные открытия и достижения, а на всю последующую историю человечества оказали огромное влияние такие изобретения эпохи Возрождения, как:

- книгопечатание (Гуттенберг И.), сделавшее знания общедоступными;
- совершенствование огнестрельного оружия;
- металлургия и горнодобывающая промышленность. Бауэр Г. (Агрикола) изобрёл и усовершенствовал несколько машин, применявшихся в горнорудном деле;
- городское строительство и архитектура.

Появляются значительные изобретения, предвосхитившие научно-техническую революцию (табл. 1).

Таблица 1

Некоторые важнейшие изобретения XVII в.

Годы	Страна	Изобретения
1	2	3
1663	Англия	Дж. Грегори – телескоп
1643	Италия	Э. Торричелли – микроскоп, термометр, барометр
1656	Нидерланды	Христиан Гюйгенс – часы с маятником
1650	Германия	Отто фон Герике – воздушный насос
1620	Голландия	Корнелиус ван Дребблер – подводная лодка
1642	Франция	Паскаль – арифмометр
1629	Италия	Дж. Бранка – паровая турбина

С ними возникают и первые институциональные формы инновационной системы, закреплявшие право на интеллектуальную собственность, на ее использование.

Первые патенты на изобретения в Англии стали выдавать с 1449 года, а с 1624 г. действовал уже закон «Статут о монополиях», установивший основы патентного права. В Венецианской республике предположительно первый патент был выдан в 1424 году, а в 1474 году в целях предотвращения использования изобретения третьими лицами был издан указ, предписывавший сообщать властям о реализованных на практике изобретениях.

Но важнейшей составляющей инновационной системы становились высшие учебные заведения, возникавшие в Европе с начала нашей эры (табл. 2).

Таблица 2

Генезис системы высшего образования в Европе

Год	Страна, город	Год	Страна, город
IX в.	Италия, Салерно	1253	Франция Париж (Сорбонна)
1088	Италия, Болонь	1254	Испания Саламанка
1096	Англия Оксфорд	1306	Италия Орлеан
1175	Италия Реджио	1347	Чехия Прага
1180	Франция Монпелье	1364	Польша Краков
1200	Франция Париж	1365	Австрия Вена
1203	Италия Виченце	1386	Германия Гейдельберг
1209	Англия Кембридж	1386	Германия Гейдельберг
1215	Италия Арrezzo	1388	Германия Кёльн
1222	Италия Падуя	1392	Германия Эрфурт
1224	Италия Неаполь	1402	Германия Вюрцбург
1229	Франция Тулуза	1409	Германия Лейпциг

К 1500 году в Европе существовало уже 80 университетов.

В России первые университеты и частные школы появляются лишь с XVII века: школа боярина Ф. М. Ртищева (1648), школа Симеона Полоцкого (1665), Славяно-

## ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СТРАТЕГИИ...

греко-латинская академия (1687). Корни институциональной системы науки в России зародились в период царствования Петра I, направлявшего научные экспедиции в Сибирь и Америку. При нём в 1725 г. была открыта Петербургская академия наук, где большой вклад в науку внес М. Ломоносов, открывший, в частности, закон сохранения массы. Усилиями М. Ломоносова в 1755 г. был основан Московский университет.

К этому времени в Европе уже совершается промышленная революция, характеризующаяся не только чередой изобретений, но и активным их распространением в промышленности (табл. 3).

Таблица 3

### Инновации начала промышленной революции

Годы	Страна	Инновации
1698	Англия	Томас Севери – первая промышленная паровая машина
1712	Англия	Т. Ньюкомен – «атмосферный двигатель» – откачка воды
1735	Англия	Уайт – прядильная машина
1741	Англия	Первая прядильная фабрика
1767	Англия	Т. Хайс – первая прядильная машина с паровым двигателем
1769	Франция	Первый полноразмерный паровой автомобиль

Очевидно, этот период уже можно относить к началу первого технологического уклада, основным ресурсом которого была энергия воды и ветра, появилось промышленное производство (фабрика). Однако, приняв за основу теорию Длинных волн Кондратьева Н. и её развитие в технологических циклах Шумпетера Й., ориентировочной датой начала промышленной революции принято считать 1770 год (табл. 4).

Таблица 4

### Инновации 1-го технологического уклада

<b>Характерные признаки:</b> энергия воды, текстильная промышленность, выплавка чугуна и обработка железа, строительство магистральных каналов		
1	2	3
1770	Франция	Кюньё – автомобиль с паровым двигателем
1773	Англия	Уатт – первая действующая паровая машина
1774	Англия	Компания по производству паровых машин
1775	Англия	Г. Корт – получение ковкого чугуна при пудлинговании
1784	Англия	Дж. Уатт – универсальная паровая машина (к 1800 г. – 5 тыс. машин)
1785	Англия	Э. Картрайт – механический ткацкий станок с ножным приводом
1790	Англия	150 прядильных фабрик
1801	Англия	Первый в Англии паромобиль
1801	США	Первый в мире работающий паровой судно «Шарлотта Дандес»
1802	Англия	Ричард Тревитик – паровой автомобиль
1807	Англия	Железная дорога (конка) в Уэлсе
1807	США	Р. Фултон – первый практически использовавшийся паровой

Продолжение таблицы 4

1	2	3
1812	Англия	Р. Стефенсон – паровоз и железная дорога
1815	Россия	Первый пароход (на заводе Берда)
1817	Россия	Первые волжские пароходы В. Всеволожского
1824	Англия	Р. Стефенсон – локомотивостроительный завод в Ньюкасле
1825	Англия	Дж. Стефенсон – первая железная дорога общего пользования (40 км)

Как видно из таблицы, первый технологический уклад в России стал формироваться почти на 50 лет позднее, чем в Англии. При этом какой-либо системы получения, распространения и освоения новых знаний в России до конца XIX в. ещё не было, всё новое получало государственную поддержку лишь по инициативе отдельных авторитетных личностей.

Вторая волна инновационного развития, или второй технологический уклад, формируется в Европе с конца XVIII века. Новая наука в трудах Галилео Галилея (им разработана динамика – наука о движении тел под действием приложенных сил, сформулированы первые законы свободного падения тел, даны понятия скорости и ускорения, усовершенствованы и изобретены линза, телескоп, микроскоп, магнит, воздушный термометр, барометр и многое др.); законах Кеплера о движении планет относительно солнца; в трудах И. Ньютона по оптике, астрономии, математике и открытие им закона всемирного тяготения разрушила антично-средневековую картину мира и стала началом классической науки.

Ключевым фактором этого периода становится паровой двигатель, с широким использованием которого возникли новые виды транспорта (паровоз, пароход, автомобиль), строились мануфактуры, фабрики, заводы (табл. 5).

Таблица 5

Инновации 2-го технологического уклада

Характерные признаки: энергия пара, железнодорожный и пароходный транспорт, машиностроение, станкостроение, угольная промышленность		
1830	Англия	ж/д Манчестер – Ливерпуль. Быстрое строительство железных дорог.
1830	Англия	С. Кромптон – автоматическая прядильная мюль-машина
1832	Россия	П. Шиллинг – первый электрический телеграф
1833	Германия	К. Гаусс, В. Вебер – первый электромагнитный телеграф
1834	Россия	в Нижнем Тагиле чугунная дорога с паровой тягой длиной 854 м
1835	Германия	Первая железная дорога между Нюрнбергом и Фюртом
1837	Россия	Первая железная дорога Санкт-Петербург – Царское село
1837	Англия	Коммерческая эксплуатация электрического телеграфа Морзе
1838	Англия	Первый винтовой пароход
1851	Россия	Железная дорога Санкт-Петербург – Москва (650 км.)
1858	Англия	Трансатлантическая телеграфная связь
1860	Англия	Самый большой в истории флота колесный пароход «Грейт Истен»



## ***ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СТРАТЕГИИ...***

Формируются институциональные основы при участии государственного регулирования и рыночных форм стимулирования создания, диффузии и применения новых достижений науки, т. е. формируются инновационные системы, специфичные для каждой страны.

В России начало становления инновационной системы наступило, когда в Европе сложился уже третий технологический уклад, ключевым фактором которого становился электродвигатель, а ядром – электротехническое и тяжелое машиностроение, производство и прокат стали, ЛЭП, тяжелые вооружения, кораблестроение, неорганическая химия.

Замедленные темпы промышленной революции в России, обусловленные многими причинами, начинают активизироваться в 1830–1840 гг. в перевооружении текстильной, сахарной промышленности и металлургии, а с 1891 г. усилиями влиятельного государственного деятеля Витте С. получают заметное ускорение, входя в третий технологический уклад инновационного развития.

Государство увеличило свои расходы на народное образование с 1900 по 1915 гг. более чем в пять раз. В период конца XIX – начала XX века было проведено множество реформ образования, введено всеобщее начальное образование на основе нескольких типов начальных школ. Выросло число земских училищ. Расширилась сеть высших учебных заведений: новые технические вузы появлялись в Петербурге, Новочеркасске, Томске, Саратове. В Москве и Петербурге открывались педагогические институты, а также свыше 30 высших женских курсов, положивших начало массовому доступу женщин к высшему образованию. Всего к 1917 году в России действовало 12 университетов.

Этот период охарактеризовался превращением аграрной России в индустриальное государство. В стране начали развиваться различные сферы промышленности, а также железнодорожная отрасль. Во время Первой мировой войны были предприняты серьезные усилия по созданию национального автомобилестроения, в 1916 г. были выделены казенные средства для строительства шести автомобильных заводов.

Тем не менее по важнейшим показателям производительности труда в 1913 году Российская империя отставала от США в 9 раз, от Англии – в 4,9 раза, от Германии – в 4,7 раза.

Включение России в общемировой ритм технико-экономического развития произошло в конце XIX века на уровне третьего технологического уклада, причем рост российской экономики в тот период происходил в значительной мере за счет первого и второго укладов. Внедрение новых укладов в России происходило путем догоняющей модернизации.

### **2. Конструкционный период**

Формирование собственно НИС России происходит уже в советский период, характеризовавшийся масштабностью, централизованным управлением и почти стопроцентным государственным финансированием науки. План стал основой управления национальной инновационной системы.

Как характеризует Лахтин Г. А., это была стадия становления советских организаций науки, формировались главные черты складывающейся системы, утверждались основные принципы организаций. Параллельно с развитием самой науки началось построение системы управления ею; были созданы первые органы управления [3, с. 6–7].

В этот период осуществлялась дифференциация науки на организационно обособленные секторы: академический, отраслевой, вузовский и заводской. Дифференциация науки происходила и по разделению исследований на фундаментальные, выполняемые, главным образом, академическим сектором и отчасти вузами; прикладные, выполняемые отраслевыми институтами; опытно-конструкторские, выполняемые различными конструкторскими бюро.

Первым государственным органом управления наукой стал с весны 1918 г. Научный отдел Наркомпроса, задача которого состояла в организации связи между научными учреждениями и органами власти. В результате стала консолидироваться деятельность многочисленных разрозненных научных организаций, до того дублировавших исследования друг друга, складывается система централизованного планового управления научной деятельностью с жестким контролем ее результатов.

Важнейшим начинанием советской науки и управления была разработка плана ГОЭЛРО, рассчитанного на 10–15 лет, который фактически стал планом развития не только энергетики (предусматривалось строительство 30 электростанций), но и всей экономики страны. Ставка была сделана на воспроизводство третьего уклада, который в предвоенные и военные годы начал быстро замещаться четвертым. Именно на основе достижений науки создавались такие новейшие для того времени отрасли промышленности, как тракторная и авиационная, автомобильная и металлургическая.

По всем предусмотренным показателям план был в значительной мере перевыполнен уже к 1931 году.

В кратчайшие сроки по всей стране строились сотни заводов, фабрик и других новостроек: Турксиб, ДнепроГЭС, металлургические заводы в Магнитогорске, Липецке и Челябинске, Новокузнецке, Норильске, а также Уралмаш, тракторные заводы в Сталинграде, Челябинске, Харькове, Уралвагонзавод, ГАЗ, ЗИС и др. В 1935 году открылась первая очередь Московского метрополитена общей протяжённостью 11,2 км. Было создано автомобилестроение индустриального типа.

К 1938 году СССР вышел на первое место в Европе и второе в мире по выпуску грузовиков. По сравнению с 1928 годом объем валовой продукции всей промышленности Советского Союза увеличился к началу Великой Отечественной войны в 7 раз, а тяжелой промышленности – в 11 раз. Основные фонды выросли к 1940 году, по сравнению с 1928 годом, на 128 %.

Особенно стремительно развивалась промышленность в 1928–1937 гг. К началу Второй мировой войны Советский Союз занимал первое место в мире по добыче марганцевой руды, выработке синтетического каучука, а по выпуску валовой продукции машиностроения, тракторостроения и производству нефти – первое место в Европе и второе место в мире; по производству электроэнергии, чугуна и стали – второе место в Европе и третье в мире; по добыче угля, производству

## ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СТРАТЕГИИ...

цемента – третье место в Европе, четвертое в мире; по производству алюминия – второе место в Европе и третье в мире. Доля Советского Союза в мировом промышленном производстве составила в 1937 году около 10 %.

Результаты проводимых научных исследований позволили развить производство синтетического каучука, моторного топлива и т. д. Достижения, полученные учеными-биологами, позволяли решать задачи пищевой и легкой промышленности, а также сельского хозяйства. Кроме того, результаты многочисленных исследований привели к прогрессу здравоохранения и медицинской сферы. В Советском Союзе открывались новые НИИ. В результате прочно сформировался третий технологический уклад, дальнейшее развитие которого переориентировала война. Зоны прогресса были сконцентрированы в основном в оборонных отраслях. Не только производство, но и наука стали работать в основном на нужды фронта.

### 3. Институциональный период

В послевоенные годы первоочередной задачей НИС стало обеспечение восстановления и подъема народного хозяйства, развития общественного производства с приоритетом производства средств производства. В 1986 г. на группу А приходилось 75,3 % общего промышленного производства. Особое внимание уделялось укреплению обороноспособности государства и развитию принципиально новых направлений науки.

В рассматриваемый период развитие науки в СССР происходило в основном на экстенсивной основе (табл. 6).

Таблица 6

Темпы развития научного комплекса СССР в 1965–1985 гг., %

Показатели	Годы					
	1960	1965	1970	1975	1980	1985
Нац. доход на потребление и накопление	100	139	199,9	249,6	300,7	391,6
Расходы на науку за счет всех источников	100	176,9	300	446,1	546,1	717,9
Население	100	110,3	114,8	120,3	125,6	131,2
Занято в: народном хозяйстве	100	124	145,4	164,8	181,4	190
промышленности	100	121,2	139,8	150,4	163,2	168,6
транспорте и связи	100	117,1	132,8	152,8	170	178,5
науке и научном обслуживании	100	136,2	170,1	214,9	248,4	253,5
Количество открытий	100	125	155	285	400	521
Эконом. эффект от использования изобретений	100	158	262	520	2481	3200
Прибыль	100	146	345,2	414,7	460,3	665

По данным статистических сборников «Народное хозяйство СССР» за 1967–1986 гг.

Как видно из таблицы, темпы увеличения расходов на науку значительно опережали рост ВВП, рост численности населения и занятых в народном хозяйстве. Рост численности занятых в инновационной сфере превышал рост занятых в

промышленности, транспорте и в целом в народном хозяйстве. Это позволило осуществить инновационный прорыв, опережение стран Запада в освоении космоса, использовании атомной энергии, развитии электроники, авиастроении – ключевых факторов четвёртого технологического уклада.

Как отмечается в коллективной монографии В. А. Садовниченко и др., советские ученые с самого начала приняли активное участие в работе общественной организации «Римский клуб», объединяющей представителей мировой политической, финансовой, культурной и научной элиты, стали лидерами второй волны исследований по глобальному моделированию. Ключевой инновацией в этих исследованиях стало введение управляющих параметров и изучение возможностей управления глобальными процессами. Было доказано существование управлений, позволяющих отодвинуть, смягчить или даже предотвратить негативные последствия глобального развития. В это время развитие глобального моделирования в СССР пошло по пути совершенствования инструментария компьютерной поддержки принятия решений и процессов информационного обеспечения [4, с. 30].

Основным методом планирования были пятилетние планы при общей тенденции их ускоренного (опережающего) выполнения. В результате экономика СССР стала по объёму ВВП второй в мире. На её долю приходилось около 20 % мирового промышленного производства, 23 % производства чугуна, 22 % стали; за 20 послевоенных лет было построено и введено в эксплуатацию 16 нефтеперерабатывающих заводов (более половины ныне действуют); в послевоенные годы было освоено производство реактивных самолетов и реактивных летательных снарядов, затем вертолетов и сверхзвуковой реактивной авиации; изготавливались турбовинтовые и реактивные пассажирские самолёты. К 1980-м годам СССР занял пятое место в мире по производству автомобилей, третье – по производству грузовиков и первое – по производству автобусов.

Центральным фактором НИС в СССР была Государственная система научной и технической информации (ГСНТИ), основными принципами работы которой были централизованная обработка информации и децентрализованное ее использование. В 1952 году создан крупнейший информационный центр – Всесоюзный институт научной и технической информации (ВИНИТИ). Затем по всей стране создается сеть региональных и отраслевых центров научно-технической информации, заложены основы телекоммуникационных сетей, в том числе и Интернета, обеспечивавших достаточно эффективную обработку мирового информационного потока и его доведение до ученых и специалистов в СССР и, главное, переход к информационной экономике, являющейся ядром пятого технологического уклада.

Вместе с тем следует отметить, что в 70-е годы СССР осуществлял крупномасштабный импорт из развитых стран технологий и оборудования, однако не самых совершенных. К концу 80-х годов в экономике прослеживалось наличие одновременно третьего, четвертого и пятого технологических укладов с преобладанием третьего и четвертого. Показатели производительности труда хоть и возрастали (например, в промышленности к 1989 году по сравнению с 1970 годом

## **ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СТРАТЕГИИ...**

производительность труда увеличилась в 2,5 раза), но по отношению к этому показателю в США составляли лишь 65–70 %.

Одной из главных проблем НИС был разрыв между получением результатов научных исследований и их освоением производством. На пути от идеи до её воплощения возникало множество межведомственных барьеров и проблем с финансированием этапов единого инновационного процесса. Практически применялась линейная система инновационного процесса. Вопросы повышения эффективности затрат на науку стояли довольно остро.

Наибольшее сближение науки с производством стало реализовываться со второй половины 60-х годов в научно-производственных объединениях (НПО), затем в межотраслевых научно-производственных комплексах (МНТК), опередивших современные тенденции образования кластеров. В конце 80-х годов начался переход инновационной деятельности на основе заказов-нарядов (договоров) с оплатой за полностью законченную и принятую заказчиком работу, в которых планировался весь цикл от НИР до серийного выпуска, поэтапная приемка-сдача и оплата работ. Заказ-наряд согласовывался всеми организациями-исполнителями и заказчиками как промежуточных этапов, так и работы в целом. Эта система фактически представляла собой уход от линейной модели к передовой для того времени четвертой (интегрированной) модели инновационного процесса. Но реализоваться ей не пришлось.

### **4. Реструктуризационный период**

С 1991 г. во всех странах распавшегося СССР, в том числе и России, начался перевод хозяйствования на рыночные условия. При этом страна вынужденно разорвала связи единой системы при разрушении централизации и плановости управления. Закономерно возникший в постсоциалистических государствах системный кризис, явившийся результатом так называемой «шоковой терапии», отбросил хозяйство России на десятки лет назад. Состояние Национальной инновационной системы в течение более чем 20 лет характеризовалось устойчивой деградацией (табл. 7).

Таблица 7

Изменение научного потенциала Российской Федерации с 1990 года

Показатели	Годы								
	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Численность научных организаций, ед.	4646	4059	4099	3566	3492	3682	3566	3605	3604
Численность персонала научных организаций, тыс. чел.	1943,4	1061,0	887,7	813,2	736,5	735,2	726,3	727,0	732,3

Если доля затрат на науку в доперестроечный период превышала 3 % от ВВП, то в настоящее время она реально едва достигает 1 %, тогда как в США – 2,7 %, в Германии – 2,5 %, а в Японии – 3,4 % ВВП. Как отмечается, по показателю внутренних затрат на науку Россия занимает 29-е место в мире [5].

Произошёл уход государства из сферы науки. По утверждению Кара-Мурзы, «идея “разгосударствления” и передачи главных сфер деятельности государства под стихийный контроль рынка, оказалась несостоятельной в целом, но особенно в отношении науки и техники. Ни отечественный, ни иностранный капитал в России не смогли и даже не пытались заменить государство как главный источник средств и главного “заказчика” НИОКР... Сложнейшая по структуре научно-техническая система России, созданная за 300 лет, была оставлена почти без средств и без социальной поддержки» [6, с. 3].

С 1992 года к настоящему времени количество научно-исследовательских организаций в России сократилось более чем на 30 %; количество промышленных организаций, имеющих научно-исследовательские и проектно-конструкторские подразделения – на 20 %. Количество конструкторских бюро сократилось в 2,7 раза, число проектных организаций – в 15 раз.

Потеря большей части кадрового потенциала российской науки оказалась значительной. К 2013 году по сравнению с 1990 годом численность научных работников в РФ уменьшилась в 2,7 раза. Только с 2014 года намечился некоторый ее рост.

Ещё хуже обстоит дело с инновационной инфраструктурой, призванной обеспечивать соединение науки с производством. В Стратегии развития науки и инноваций Российской Федерации до 2015 года отмечено, что предлагаемые российским сектором исследований и разработок отдельные научные результаты мирового уровня не находят применения в российской экономике ввиду несбалансированности национальной инновационной системы, а также вследствие общей низкой восприимчивости к инновациям российского предпринимательского сектора [1]. Неразвитое предпринимательство в России не склонно к инновационной деятельности, не участвует в стимулировании научных разработок. По утверждению Г. Малинецкого, лишь 10–15 % руководителей российских предприятий уделяют внимание модернизации. Остальные 85 % ждут роста цен на сырье без каких-либо инновационных идей, надеясь вернуться к пассивному «снятию сливок» [7].

С утратой действенной поддержки науки со стороны государства НИС в России при наличии отдельных мировых научных достижений оказывается неэффективной. РФ, как отмечено в Долгосрочном прогнозе технологического развития России до 2025 года, продолжает заметно отставать от мировых лидеров по основным показателям, определяющим уровень научно-технологического развития. Доля России на мировом рынке наукоемкой продукции составляет всего 0,3–0,5 %, в то время как доля США – 36 %, Японии – 30 %, Германии – 17 %. Мало ресурсов направляется на поддержку наукоемких отраслей: производства автомобилей и прочих транспортных средств – 5 %, электронной промышленности и производства оборудования для радио, телевидения и связи – 3,2 %, производства электрических машин и аппаратуры – 0,4 %, приборов – 2,3 % [8].

Главной причиной такой ситуации является доминирование в отечественном производстве устаревших технологических укладов. Ресурсы предпринимательского сектора ориентированы в большей степени на закупку

## ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СТРАТЕГИИ...

импортного оборудования, при этом предлагаемые сектором исследований и разработок знания в большей степени востребованы за рубежом [11, 12, 13].

По некоторым данным, Россия значительно отстает от развитых стран, в частности от США, в формировании передовых технологических укладов (табл. 8).

Таблица 8

Страна	Доля технологических укладов, %			
	Технологические уклады			
	Третий	Четвертый	Пятый	Шестой
США	-	20	60	5
Россия	30	50	4–10	менее 1

Ежегодно в России реализуются инновационные проекты различных масштабов: от крупных (наукограды, инновационный центр Сколково, технопарки) до локальных (на базе уникальных производств, НИИ, вузов). С начала 90-х было создано по всей стране более 1000 объектов инновационной инфраструктуры. Первый технопарк в Российской Федерации – «Томский научно-технологический парк» – был создан в 1990 году. В настоящее время структура НИС России достаточно многообразна. Однако, как свидетельствуют данные таблицы 8, основные средства в НИС направлены даже не на пятый, а на третий и четвертый технологические уклады.

Приближающаяся шестая волна, как указывает В. А. Садовничий, будет связана прежде всего с нано- и биотехнологиями, и в целом, с так называемой NBIC-конвергенцией, где N расшифровывается как нанотехнологии, B – как биотехнологии, I – как информационные технологии, а C – как когнитивная наука [5, с. 30].

С совершенной очевидностью можно утверждать, что наиболее инновационно развитые страны имеют преимущества в поступательном развитии, а стратегия «догнать» неосуществима. Можно привести примеры множества стран, которые строили стратегию догоняющего развития исключительно на заимствовании технологий и успешно развивались довольно длительный период, однако не смогли совершить экономический прорыв и присоединиться к авангардным странам; более того, затем теряли свои позиции из-за неразвитости собственной технологической базы [5].

Поэтому нельзя не согласиться с Е. Кабловым, что для того, чтобы в течение ближайших 10 лет наша страна смогла войти в число государств с шестым технологическим укладом, ей надо, образно говоря, перемахнуть через этап – через пятый уклад [9]. Аналогичной точки зрения придерживается и В. Лепский: «Раз нельзя догнать, надо опередить...». Более того, им высказана идея перехода к Седьмому технологическому укладу: «Шестой уклад подразумевает производство технологий, а Седьмой следует понимать как производство людей, способных создавать технологии, организовывать условия жизни и формы сознания» [10]. То есть речь должна идти о когнитивной технологии, об экономике знаний, предусматривающей формирование инновационно ориентированных кадров, постоянно обучающихся предприятий практически всех видов деятельности.

Можно предположить, что с научными разработками в области применения в качестве новых источников энергии – гелия 3, урана 238, тория 232 и др. – создаются условия для формирования седьмого технологического уклада, ядром которого может стать зарождающаяся экономика знаний, инновационная экономика, самообучающиеся организации, осознание приоритетности духовных, гуманных взаимоотношений во всех сферах социального бытия.

## **ВЫВОДЫ**

Резюмируя проведенный анализ, считаем, что для стратегии опережающего развития необходимы:

1. Коренное изменение отношения государства к инновационной деятельности и переход от деклараций к практической настроенности на реализацию стратегических программ инновационного развития с укреплением инструментов централизованного управления наукой, показавших свою эффективность на опыте советского периода.

2. Смена инерционного характера развития экономики на активную стратегию опережающего развития. Инновационную деятельность необходимо сделать приоритетной, обеспечив финансирование науки в целом не менее 3 % от ВВП.

3. Создание системы пропаганды, стимулирования и реализации на всех уровнях управления (предприятий, регионов, отраслей, государства) инновационных подходов, нацеленных на использование опережающих технологий шестого и седьмого технологических укладов. Только им должно предоставляться преимущественное финансирование в виде субвенций, льгот и иных преференций.

4. Создание на предприятиях и в структурах управления подразделений инноваций (R&D-центров, отделов исследований и разработок, отделов новых продуктов и технологий и т. п.).

5. В структуре государственного управления создать наподобие Совета при Президенте Российской Федерации по развитию гражданского общества и правам человека Совет ученых, который бы состоял не из чиновников, а из наиболее авторитетных и активных представителей науки с целью коллегиально обоснованного научного обеспечения стратегии опережающего развития страны.

6. Назрела необходимость создания интернационала учёных, а для разработки модели идеального общества – специального международного института учёных по типу Римского клуба, но с официальным статусом Международной научно-исследовательской организации, например, при ЮНЕСКО.

## **Список литературы**

1. Стратегия развития науки и инноваций Российской Федерации до 2015 г. Утверждена Межведомственной комиссией по научно-инновационной политике (протокол от 15 февраля 2006 г. № 1) [Электронный ресурс]. URL: [http://kf.osu.ru/dept/nauch/osnov\\_doc/strategiya\\_razvit.pdf](http://kf.osu.ru/dept/nauch/osnov_doc/strategiya_razvit.pdf)
2. Абрамова М. И. Национальная инновационная система России: современное состояние и перспективы // Инновации в современном мире: материалы международной заочной научно-практической конференции. (31 октября 2011 г.). Новосибирск: Изд. «Априори», 2011. 128 с.



## ***ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СТРАТЕГИИ...***

3. Львов Д. С., Глазьев С. Ю. Теоретические и прикладные аспекты управления НТП // Экономика и математические методы. 1986. № 5. С. 793–804.
4. Лахтин Г. А. Организация советской науки: история и современность. М.: Наука, 1990. 224 с.
5. Садовничий В. А., Акаев А. А., Коротаев А. В., Малков С. Ю. Моделирование и прогнозирование мировой динамики // Научный совет по Программе фундаментальных исследований Президиума РАН «Экономика и социология знания». М.: ИСПИ РАН, 2012. 359 с.
6. Кара-Мурза С. Г. Состояние и перспективы реформирования российской науки // Научный эксперт. 2013. № 5. С. 5–46.
7. Малинецкий Г. Г. Модернизация – курс на VI технологический уклад // Препринты ИПМ им. М. В. Келдыша. М. 2010. № 41. С. 16–19.
8. Концепция Долгосрочного прогноза научно-технологического развития Российской Федерации на период до 2025 года. М., 2006. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.protown.ru/information/doc/4295.html>
9. Каблов Е. Н. Шестой технологический уклад // Наука и жизнь. 2010. № 4.
10. Лепский В. Е. Исходные посылки к становлению социогуманитарной эргономики стратегического проектирования // Человеческий фактор: проблемы психологии и эргономики. 2011. № 3. С. 29–35.
11. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А., Осипова С. С. Обеспечение опережающего развития экономики на основе усиления ее инновационной компоненты // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». 2011. Т. 4. № 24 (63). С. 225–232.
12. Подсолонко В. А., Подсолонко М. В., Тарасюк В. Д. Стратегия инновационного повышения занятости населения в рекреационном регионе на основе развития малого предпринимательства // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». 2012. Т. 4. № 25 (64). С. 182–191.
13. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А. Стратегия роста конкурентоспособности экономики Украины и ее регионов // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». 2013. Т. 2. № 26 (65). С. 88–98.

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 338.242

## ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КРЫМУ

*Горовец Н. А.*

*Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация*

E- mail: [ngorovets@mail.ru](mailto:ngorovets@mail.ru)

Статья посвящена вопросам роли малого и среднего бизнеса в экономике крымского региона. Рассматриваются преимущества и недостатки малых форм предпринимательства. Раскрываются основные проблемы субъектов малого и среднего бизнеса после вступления Крыма в правовое поле Российской Федерации. Описываются основные направления государственной поддержки субъектов предпринимательства, направленные на увеличение их численности, масштабов деятельности, инновационное развитие.

**Ключевые слова:** субъекты малого и среднего предпринимательства, особенности и проблемы малого бизнеса в крымском регионе, государственная поддержка малого предпринимательства

### ВВЕДЕНИЕ

Эффективное использование предпринимательского потенциала является важнейшей задачей на пути устойчивого развития Республики Крым. От экономического состояния субъектов малого и среднего предпринимательства зависит развитие как самого региона, так и Российской Федерации в целом. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса должна стать важнейшим индикатором экономического и социального благополучия Крыма. Крымский регион обладает значительным природно-ресурсным, интеллектуальным и трудовым потенциалом. Он является перспективным с точки зрения инвестиционной активности. Главной задачей как правительства, так и жителей полуострова является максимальное использование данного потенциала. Для этого правительством проводится активная государственная политика регулирования и стимулирования малого и среднего бизнеса, создается благоприятный климат, оказывается финансовая поддержка предпринимательства.

Целью статьи является исследование основных направлений государственной поддержки малого и среднего предпринимательства и ее влияние на развитие бизнеса в Крыму в законодательном поле Российской Федерации.

### ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

В экономике любой страны с рыночной системой хозяйствования малый и средний бизнес играет важную роль, являясь существенным звеном как с точки зрения доли в ВВП и общей занятости населения, так и с точки зрения приоритетов экономической политики.

В периоды экономической дестабилизации именно малые предприятия способны быстрее и эффективнее стимулировать развитие экономической конкуренции, повысить деловую активность и расширить занятость населения.

Малые формы предпринимательства, не требуя значительных затрат со стороны государства, способны обеспечить экономике Крыма необходимую мобильность, быстро заполнить ниши, образующиеся в потребительской сфере, сравнительно быстро окупиться, стабилизировать социальную ситуацию в стране, решить проблемы, связанные с социальной напряженностью и занятостью населения.

Уязвимой стороной малых форм предпринимательства является относительно небольшой капитал, ограниченная возможность привлечения дополнительных ресурсов, полная ответственность за результаты деятельности.

К проблемам, присущим малым формам предпринимательства в Крыму, добавились проблемы переходного периода, связанные с:

- оформлением и перерегистрацией прав собственности;
- налаживанием логистики, которая была разрушена введенной блокадой со стороны Украины;
- необходимостью выстраивания новых экономических связей с Россией с учетом более сильной конкурентной среды;
- перезаключением хозяйственных договоров;
- работой в условиях дефицита электроэнергии, водных ресурсов, товарной блокады со стороны Украины;
- ограниченностью инвестиционных ресурсов в силу введенных санкций со стороны Европейского союза, США;
- ограниченностью кредитных ресурсов в силу отсутствия крупных банков на территории Республики Крым, отсутствием залогового имущества у субъектов малого и среднего бизнеса при получении кредитов и др.

Обеспечение финансовыми ресурсами субъектов хозяйствования для развития и повышения конкурентоспособности существующих и создания новых субъектов хозяйствования выходит на первый план.

Для развития малого и среднего бизнеса в Крыму необходима государственная поддержка, осуществляемая через реализацию федеральных, региональных, муниципальных программ поддержки малого предпринимательства.

Основными задачами государственной поддержки предпринимательской деятельности являются: совершенствование внешней среды развития малого предпринимательства; развитие кредитно-финансовых механизмов и имущественная поддержка субъектов малого предпринимательства; статистическое и научно-аналитическое обеспечение малого предпринимательства и его государственная поддержка; реализация региональных и специальных программ в сфере малого бизнеса.

С переходом в правовое поле Российской Федерации уже в 2014 г. в Крыму была принята Государственная программа «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Крым на 2014 год», в рамках которой на развитие малого и среднего предпринимательства было предусмотрено 150,1 млн руб., в том числе 142,5 млн руб. в виде субсидий из федерального бюджета [1].

Немаловажную роль в финансовой поддержке малого бизнеса сыграла принятая Государственная программа Республики Крым «Экономическое развитие и инновационная экономика» на 2015–2017 годы и подпрограмма «Развитие малого

## ***ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ НА РАЗВИТИЕ...***

и среднего предпринимательства в Республике Крым». На выполнение мероприятий подпрограммы в 2015 году было предусмотрено финансирование в размере 10 млн руб. из республиканского бюджета и 170 млн 800 тыс. руб. из федерального бюджета [2].

В результате реализации программных мероприятий планируется:

- предоставить гарантии не менее 30 субъектам малого и среднего предпринимательства при получении кредитных средств в коммерческих банках;
- предоставить не менее 300 микрозаймов;
- предоставить целевые гранты не менее 400 начинающим субъектам малого предпринимательства;
- создать не менее 49,0 тыс. новых рабочих мест;
- оказать консультационную поддержку не менее 15,0 тыс. субъектам малого и среднего предпринимательства [2].

Обеспечение финансовыми ресурсами для развития существующих и создания новых субъектов хозяйствования выходит на первый план в повышении конкурентоспособности, насыщении рынка потребительскими товарами и услугами, формировании доходной части бюджета Республики.

Основные виды государственной поддержки показаны в табл.1.

Немаловажную роль в развитии малого предпринимательства в Крыму сыграло создание свободной экономической зоны (СЭЗ), которая начала действовать с 1 января 2015 года.

«Свободная экономическая зона Республики Крым и города федерального значения Севастополя – это территория, на которой действует особый режим осуществления предпринимательской и иной деятельности, а также применяется таможенная процедура свободной таможенной зоны» [4]. Срок действия СЭЗ установлен Законом на 25 лет с возможностью как продления, так и прекращения установленного срока.

Принятые законодательные акты относительно СЭЗ учли преимущества крымского региона, к которым следует отнести: выгодное географическое, климатическое и военно-стратегическое положение полуострова; выход к морю, наличие месторождений газа и нефти, наличие профессиональных кадров, наличие природно-рекреационного и культурно-исторического, инфраструктурного, агропромышленного потенциала и др.

Таблица 1.

Виды финансовой государственной поддержки субъектов малого бизнеса в  
Крымском федеральном округе

Уполномоченный орган	Характеристика видов государственной финансовой поддержки	Объемы предоставленных услуг в 2015г.
1	2	3
НО «Фонд микрофинансирования предпринимательства Республики Крым», созданный Министерством экономического развития Республики Крым	Предоставление микрозаймов в размере до 1 млн рублей сроком до 3 лет на реализацию бизнес-планов, предпринимательских программ и проектов, приобретение производственного оборудования под льготный размер процентной ставки: 7–10 % от суммы микрозайма в год.	Предоставлено 113 льготных микрозаймов на общую сумму 69 млн руб.
ГУП «Крымский гарантийный фонд поддержки предпринимательства»	Предоставление гарантий, поручительств под кредиты в коммерческих банках в условиях отсутствия собственного достаточного обеспечения. Размер одного поручительства Фонда составляет до 70 % от суммы обязательств заемщика и в пределах 35 млн рублей. С целью предоставления поручительств большего объема Фонд выдает совместные поручительства совместно с Федеральной корпорацией по развитию малого и среднего предпринимательства.	Выдано 59 поручительств на общую сумму 157 млн руб.
НО «Крымский государственный фонд поддержки предпринимательства».	Организация на бесплатной основе проводит юридические и бухгалтерские консультации, обучение по написанию бизнес-планов, основам предпринимательской деятельности, работе с 1С бухгалтерией, электронными площадками и др. Проведение серии информационных и разъяснительных семинаров для предпринимателей об условиях ведения бизнеса в Крыму.	Информационно-консультационная и образовательная поддержка оказана более 4,5 тыс. человек

**ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ НА РАЗВИТИЕ...**

Продолжение таблицы 1

1	2	3
Министерство экономического развития Республики Крым	Предоставление грантов на конкурсных условиях на начало ведения предпринимательской деятельности в форме субсидий единовременно, на безвозвратной и безвозмездной основе (при софинансировании предпринимателям в размере 15 % от суммы гранта). В 2015 году сумма гранта до 500 тыс. рублей для индивидуальных предпринимателей и до 1 млн рублей для юридических лиц.	Поддержано 45 бизнес-планов на сумму 26 млн руб. Количество получателей поддержки выросло в 4 раза по сравнению с прошлым годом.
Министерство экономического развития Республики Крым	В 2015 году введен механизм компенсации процентной ставки по кредитам, привлеченным в коммерческих банках. Предприниматели могут получить до 70 % компенсации по фактически уплаченным процентам за кредиты. Максимальный размер субсидии на возмещение процентной ставки по кредитам составляет не более 15 млн руб. на одного получателя поддержки. Основным условием получения поддержки является целевое назначение кредита: это либо покупка оборудования, либо строительство для собственных нужд производственных зданий, строений, сооружений.	Предоставлена государственная поддержка по возмещению процентной ставки по кредитам, привлеченным в российских кредитных организациях, одному предпринимателю за счет средств бюджета Республики Крым на сумму 171,9 тыс. руб.

Источник: составлено автором по данным [3].

Получить статус участника СЭЗ может предприниматель (компания), если развивает бизнес в следующих сферах деятельности: санаторно-курортная сфера, сфера туризма, сельское хозяйство, перерабатывающая промышленность, высокотехнологичные отрасли экономики, логистическая (портовая и транспортная) инфраструктура, судостроение. Общий объем капитальных вложений для представителей малого и среднего бизнеса должен составлять не менее трех миллионов рублей в первые три года. Для иных лиц объем инвестиций установлен не менее тридцати миллионов рублей [4].

С введением СЭЗ существенно упрощается визовый режим, обнуляют в некоторых случаях таможенные пошлины для резидентов СЭЗ, в частности, речь идет о беспошлинном ввозе на территорию полуострова импортных товаров, а также комплектующих и оборудования, которое необходимо для ведения деятельности. Инвесторы получили право поставлять свою продукцию на российские рынки, а также осуществлять экспорт, в том числе в страны Таможенного союза. Морские порты, расположенные в Крыму, признаются свободными портами, в которых применяется упрощенный порядок пограничного, таможенного и иного контроля, установленный таможенным законодательством Таможенного союза.

Особенно привлекателен для участников СЭЗ установленный особый режим налогообложения. В частности, ставка по налогу на прибыль для резидентов СЭЗ установлена в следующих размерах: 2 % – в течение 3 лет; 6 % – с 4 по 8 годы; 13,5 % – с 9 года. В период 2015–2016 годов ставка для упрощенной системы налогообложения при схеме «доходы минус расходы» составит 7 %, при схеме «валовой доход» – 3 %. Ставка по единому сельскохозяйственному налогу установлена на уровне 0,5 %. Тарифы страховых взносов снижены: в Пенсионный фонд до 6 %, в Фонд социального страхования – до 1,5 %, в Федеральный фонд обязательного медицинского страхования – до 0,1 %.

Предусмотрено освобождение от уплаты налога на имущество организаций на 10 лет, земельного налога на 3 года с месяца возникновения права собственности на каждый земельный участок, применение ускоренной амортизации в отношении собственных амортизируемых основных средств с коэффициентом 2 [5].

Принятые меры со стороны государства сыграли положительную роль в развитии малых форм предпринимательства в Крыму. Несмотря на значительное их сокращение в 2014 году в силу названных выше проблем, уже в 2015 году малый и средний бизнес в Крыму демонстрировал стабильные темпы роста. Более чем в 2 раз увеличилось их количество в 2015 году по сравнению с 2014. (см. табл.2).

Наибольший рост продемонстрировали индивидуальные предприниматели, их количество увеличилось на 41204, в относительном выражении прирост составил 144,3 %. Это и понятно, для данной правовой формы характерна полная самостоятельность, независимость, оперативность предпринимательской деятельности, низкие накладные расходы при учреждении, низкая потребность в начальном капитале и др.

## ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ НА РАЗВИТИЕ...

Таблица 2

Количество субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Крым в разрезе организационно-правовых форм ведения бизнеса в 2014–2015 гг.

Субъекты малого и среднего предпринимательства	Количество зарегистрированных лиц		Отклонения 2015/2014	Темп роста, %
	2014 год	2015 год		
полные товарищества	2	2	0	0
товарищества на вере	6	7	1	116,7
общества с ограниченной ответственностью	16 423	26 606	10 183	162,0
общества с дополнительной ответственностью	3	1	-2	-33,3
акционерные общества, в т. ч.	284	377	93	132,8
непубличные (закрытые) акционерные общества	24	221	197	920,8
публичные (открытые) акционерные общества	13	60	47	461,5
производственные кооперативы	63	119	56	188,9
потребительские кооперативы	945	1924	979	203,6
индивидуальные предприниматели	28554	69758	41204	244,3
крестьянские (фермерские) хозяйства	306	1062	756	347,1
ВСЕГО	46586	99856	53270	214,4

Источник: составлено автором по данным [6].

Прирост крестьянских (фермерских) хозяйств составил 756, что в относительном выражении составило 247,1 %.

Среди юридических лиц наибольший рост количества субъектов хозяйствования в абсолютном выражении показали общества с ограниченной ответственностью – 10183, прирост в относительном выражении составил 62 %. Для субъектов малого и среднего бизнеса это наиболее распространенная правовая форма ведения бизнеса.

По данным Крымской службы новостей, в 2015 году каждый четвертый работающий крымчанин занят в сфере малого и среднего бизнеса, их число в



текущем году увеличивалось в среднем на 3–3,5 тысячи в месяц. За минувший год от индивидуальных предпринимателей и юридических лиц в бюджет республики поступило 28,6 млрд рублей. За первое полугодие 2015 года – почти 12 млрд рублей, что на 36 % больше, чем за тот же период прошлого года, поступление налогов от субъектов малого предпринимательства увеличилось более чем на треть [7].

Динамика регистрации участников СЭЗ показана на рис.1.

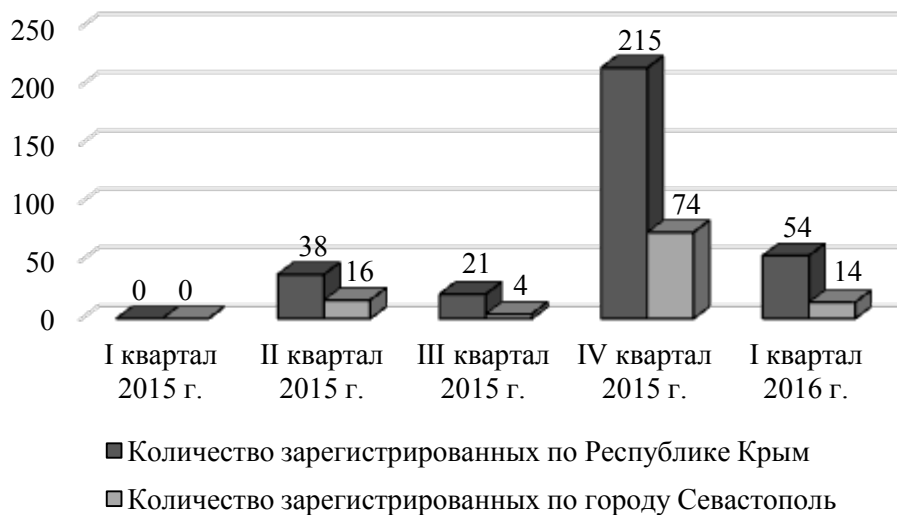


Рис. 3. Количество зарегистрированных участников СЭЗ по Республике Крым и городу Севастополь за 2015 – I квартал 2016 гг.

Источник: составлено автором по данным [4].

Среди субъектов малого и среднего бизнеса по состоянию на 08.02.2016 года зарегистрировано 436 участников СЭЗ: на Республику Крым приходится 328 участников, а на город Севастополь – 108 участников. Наибольшее количество участников зарегистрированы в качестве общества с ограниченной ответственностью. Так, по Республике Крым их насчитывается 299 (удельный вес в структуре составляет 91,16 %), а по городу Севастополю – 96 (удельный вес в структуре составляет 88,89 %) [8].

## ВЫВОДЫ

Несмотря на трудности переходного периода и внешние факторы, усложняющие развитие региона, образование СЭЗ, внедрение государственных программ, финансируемых как из федерального, так и из регионального бюджетов, начинают давать свои результаты. Об этом свидетельствует рост количества субъектов малого и среднего предпринимательства, увеличение масштабов их

деятельности особенно в таких отраслях приоритетного развития, как санаторно-курортная и туристическая сфера, сельскохозяйственная деятельность, промышленное производство, область народных художественных промыслов и ремесел.

**Список литературы**

1. Постановление Совета министров Республики Крым от 27 мая 2014 года № 101 «Об утверждении Государственной программы Республики Крым «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Крым на 2014 год» [Электронный ресурс]. URL: [http://smb.gov.ru/measuresupport/programs/srf/?program\\_id=100,1191802](http://smb.gov.ru/measuresupport/programs/srf/?program_id=100,1191802)
2. Постановление Совета министров Республики Крым от 23 декабря 2014 года № 542 «Об утверждении Государственной программы Республики Крым «Экономическое развитие и инновационная экономика» на 2015-2017 годы» [Электронный ресурс]. URL: <http://base.garant.ru/23704321/>
3. Информационно-консультативный портал для предпринимателей Республики Крым [Электронный ресурс]. URL: [http://www.business-rk.ru/content.php?cid=info\\_KGFPP&mid=160](http://www.business-rk.ru/content.php?cid=info_KGFPP&mid=160)
4. Федеральный закон от 29.11.2014 № 377-ФЗ (ред. от 31.12.2014) «О развитии Крымского федерального округа и свободной экономической зоне на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя» [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_171495/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171495/)
5. Закон о свободной экономической зоне в Крыму вступил в силу // РИА Новост. [Электронный ресурс]. URL: [http://ria.ru/crimea\\_news/20150101/1041082540.html#14597118943244&message=resize&relto=logi n&action=removeClass&value=registration](http://ria.ru/crimea_news/20150101/1041082540.html#14597118943244&message=resize&relto=logi n&action=removeClass&value=registration)
6. Отчеты, сформированные ФНС России по субъектам РФ [Электронный ресурс]. URL: [https://www.nalog.ru/rn77/related\\_activities/statistics\\_and\\_analytics/forms/#t2](https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/forms/#t2).
7. Крымская служба новостей «Новости Крыма» [Электронный ресурс]. URL: <http://news.allcrimea.net>
8. Официальный сайт Министерства экономического развития Республики Крым [Электронный ресурс]. URL: <http://minek.rk.gov.ru/>

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 004:33

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ И ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ВИРТУАЛИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Дик В. В.<sup>1</sup>, Староверова О. В.<sup>2</sup>, Уринцов А. И.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Московский финансово-промышленный университет «Синергия», Москва, Российская Федерация

<sup>2</sup>РЭУ им. Г. В. Плеханова, Москва, Российская Федерация

Email: [Vdik@mail.ru](mailto:Vdik@mail.ru)

В статье на примере Сбербанка рассмотрены особенности технологической виртуализации и виртуализации управления на основе современных ИТ-тенденций (мобильность сотрудников и пользователей, использование вендинговых устройств, интернет-банкинга, мобильного банкинга и телефонного банкинга, банкоматов с ресайклингом, блокчейн технологий) при сохранении централизованной (вертикальной) организационной структуры управления.

**Ключевые слова:** информационное пространство, виртуальное предприятие, система управления, информационное общество, типы виртуального предприятия, сетевая кооперация, Сбербанк, «Почта Банк», российский ИТ-рынок, кризис, система управления, технологическая модель виртуализации, вертикально-централизованная структура управления.

### ВВЕДЕНИЕ

В начале XXI века признаки кризисных явлений в теории и практике традиционного управления, связанные с проникновением в экономику сетевых взаимодействий, сохранились. Результатом научно-технического прогресса последних десятилетий стала так называемая информационная революция, характеризуемая появлением сетевой экономики и развитием информационного общества. Ключевой тенденцией здесь является последовательное возрастание роли информации и знаний в современном обществе. Информация и знания становятся все более важным фактором производства, движущей силой экономического развития и процветания общества. Основываясь на этой особенности современного общества, многие исследователи называют его «информационным» (Й. Масуда, Д. Белл, О. Тоффлер), или «обществом знания» (П. Дракер), или обществом, основанным на «информационной экономике», «экономике знания» (М. Порат). В таком обществе наблюдается большая зависимость достижений экономики от наличия национальной, региональной и локальной системы инноваций (М. Портер) и налаженной системы непрерывного образования.

Международные коммуникации и внедрение информационных технологий в процессы производства и управления, объединение всемирных информационных сетей обеспечили появление новых моделей управления, ориентированных на интеграционные процессы субъектов экономики, функционирующих на основе глобальных сетевых бизнес-взаимодействий. Глобальность, экстерриториальность, общедоступность, интерактивность, анонимность и др. характеризуют бизнес-взаимодействия в сети. Под термином «информационное общество» будем понимать постиндустриальное общество, в котором производство информационного продукта главенствует над производством материальных ценностей. Информационное общество – это общество знаний (ноу-хау),

занимающих основополагающие позиции во всех отраслях рыночной экономики и являющихся ключевым фактором развития, его стратегическим ресурсом, включающим концентрацию теоретических знаний, обработку и анализ информации, интеллектуальный капитал, интеллектуальные способности человека, квалификацию и переквалификацию, профессионализм [19].

## **ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ**

Сегодня темпы развития сетевого сегмента экономики намного опережают темпы развития теории управления. Основная причина быстрого развития сетевой экономики заключается во вступлении мирового сообщества в «информационное пространство». Оно в качестве обратной связи стало влиять на управление. Отставание общества в понимании гармоничной теории управления для предприятий, использующих сетевые каналы для менеджмента на территориально распределенных организациях, где могут работать мобильные сотрудники, сохраняется до сих пор. Мало того, они усилились с развитием электронного бизнеса и в особенности электронной коммерции. Как-то само собой подразумевалось, что электронная коммерция является системообразующим элементом в сетевой экономике, а основным объектом в ней является виртуальное предприятие. Однако именно эти идеи и трактовки предшествовали «яме разочарований» на кривой «Цикл зрелости технологии» (Hype cycle) Gartner [1] или «Кривой очарования технологий» [2]. Анализ специфики управления предприятиями в условиях сетевой экономики показывает, что по сравнению с предыдущими формами управления имеют место следующие особенности.

Возрастает конкуренция на рынке труда и роль домашнего, а также умственного труда; увеличивается динамика смены бизнес-партнеров; возрастает оперативность принятия решений; перемещения людей заменяются перемещением товаров; производство перемещается в страну-потребителя для товаров, имеющих устойчивый спрос; появляются новые формы расчетов [3]. В то же время наблюдаются разочарования клиентов в сфере электронной коммерции, вызванные заблуждениями: работа интернет-магазина круглые сутки; его географическая равнодоступность; сохранение независимости решения о покупке товара; относительная конфиденциальность покупки; возможность оценить производителя, товар, магазин; возникает управление на коллективной и равноправной основе; выравниваются информационные возможности крупных и мелких предприятий. Тем не менее существует ряд преимуществ сетевого продвижения товара: легко обновлять ассортимент товаров и доводить его до покупателя; проще рекламная рассылка; возможность ведения тематических сайтов; сокращение себестоимости аренды, рекламы, продвижения продукции; возникновение специальных технологий рекламы. В настоящее время существует ряд проблем принятия решений в сетевой экономике: риски носят глобальный характер; выделение главных факторов риска в этих условиях не представляется возможным; высокая вероятность технологических рисков; потенциальное недоверие к контрагенту; экономическая ситуация меняется очень быстро, и решения должны быть оперативны; обеспечивать информационную

безопасность все труднее; отсутствует юридический статус виртуального предприятия, которое вовсе не обязательно связано с электронной коммерцией. Сегодня под виртуальным понимают предприятие, не имеющее физического адреса, но имеющее адрес юридический (например, Тинькофф интернет-банк) или, в соответствии с другой трактовкой, – это обычное предприятие, географически распределенное, но управляемое на основе сетевых взаимодействий. Можно привести в пример много предприятий, которые подходят под это определение: Сбербанк, Ростелеком, Билайн и др. И тот, и другой тип виртуального предприятия представляет собой легко и часто меняющуюся систему, поэтому задача управления изменениями становится более значимой. Это требует нового понимания процесса принятия решений и развития методов и средств управления [4]. Современная сетевая кооперация повторяет кооперацию традиционную, основанную на специализации предприятий, компетенциях, сорсинге и глобализации. Именно сетевая кооперация принимающих решение лиц уже сегодня ставит вопросы перепроектирования систем управления: их функциональной структуры и информационных систем, ее поддерживающих. Актуальными методами формирования решений являются методы, ориентированные на интеграцию объектов и процессов, ранее рассматриваемых в рамках различных задач управления [6, 7]. Примером здесь может служить такое виртуальное предприятие, как Сбербанк. Сбербанк сегодня – это самая крупная ИТ-компания России, занимающая 10 % ИТ-рынка. Более 5 % программистов страны работают в Сбербанке. Вынесение бэкофиса в датацентр повлекло за собой превращение филиалов в отделения и допофисы, которые представляют собой не что иное, как фронтенд. При этом Сбербанк делает 27000 изменений платформы в год, а Google – 10000 изменений платформы в день. Сегодня Сбербанк вынужден менять платформу: компания GridGain Systems (российско-американская компания на основе Open Source) поставит продукт GridGain In-memory Data Fabric. Цена продукта составит 5,6 млн долл. США. Обработка больших данных будет происходить не на сервере, а на кластере с неограниченной масштабируемостью. Построенный до этого ЦОД в Южном порту стоил 1 млрд евро, а начальная цена контракта на строительство нового ЦОДа Сбербанка составит 13 млрд руб. [7].

Вертикально-иерархическая модель (функциональная), используемая в данном случае (совокупность функциональных подразделений: департаментов и отделов), продолжает применяться до сих пор, несмотря на очевидные недостатки. К таким недостаткам отнесём конфликтность стыков зон управления (отделы, департаменты, уровни иерархии); непрозрачность ресурсов; узкие места (по объему работы, по сложности, по ответственности, по времени принятия решения и др.); неполнота и недостоверность отчетности; перекладывание ответственности на другие субъекты управления и др.

Пирамида управления виртуального предприятия ориентирована на функциональный подход. На её вершине располагается группа должностных лиц, так называемый высший уровень управления, который вырабатывает стратегические планы, укрупненные цели и тактические планы предприятия для осуществления выбранных стратегий. В основании пирамиды могут находиться

тысячи (десятки тысяч) работников в офисах и на производстве, которые создают продукцию, принимают заказы, выставляют счета, оформляют оплату и т. д., обеспечивая деятельность виртуального предприятия.

Система управления виртуального предприятия характеризуется тем, что отдельным работникам недопустимо доверять принятие базовых решений на уровне политики или правил его функционирования. В таких субъектах экономики сбор информации и действия по принятым правилам должны осуществляться только после передачи информации специалистам среднего уровня управления, если он предусмотрен [4]. Неизбежными чертами любой иерархической пирамидальной структуры управления, как мы отметили, является негибкость, медлительность, дублирование функций и дороговизна содержания. Эти свойства могут носить характер как управленческих систем, так и сетевых. Но различия свойств системы управления или свойств информационной системы, которая содержит и предметные и информационные технологии, в этом смысле очевидны. Негативные свойства предметной части управления всегда тормозили прогресс в области управления. Внедрение корпоративных ИС не смогло привести к ожидаемому снижению накладных расходов и повышению эффективности деятельности предприятия. А ведь именно они были нацелены на достижение максимума результата для отдельных декомпозированных функций управления. В большинстве случаев целью автоматизации вольной или невольной была автоматизация рутины. Остальные задачи решались реже, поскольку требовали инвестиций в организационные изменения. Это было спонтанно учтено в работе виртуального предприятия, но иерархия сохранилась и усилилась.

Серьёзным конкурентом по многим параметрам, в частности, по уровню виртуализации станет «Почта Банк», который рано или поздно будет создан. 16 сентября 2015 г. премьер-министр России регламентировал порядок предоставления отделений Почты России «Лето банку», после чего «Лето банк» прекратит существование как самостоятельный бренд. При этом основная часть клиентов – физические лица по всей территории России, которые никогда не были банковскими клиентами в связи с их территориальной удалённостью. В «Почта Банке» ожидается 42000 отделений в отличие от 18000 отделений Сбербанка. Почтовые банки существуют во многих странах. Так, например, почтовый банк Германии входит в топ-10 банков, определяющих банковскую политику в стране. Программа модернизации почты обсуждалась в 2007 г. (убытки 2006 г. составили 2,8 млрд руб.). На модернизацию почты предполагали выделить 15,5 млрд руб. федерального бюджета. Но проблема информатизации и автоматизации ее работы сразу же выйдет на первый план. И решение, на наш взгляд, будет похожем, в силу экономических обстоятельств и трендов, на развитие ИТ. По мнению Роберта Фариша [9], в 2015 г. российский ИТ-рынок в целом сократился почти до уровня 2005 года – 15–16 млрд долл. США, а динамика ИКТ-расходов в России исторически повторяет динамику цен на нефть. По итогам 2015 г. мы наблюдаем рекордное сокращение рынка. Наиболее явное развитие событий в дальнейшем – это дальнейшее сокращение рынка в 2016 г. и восстановление в 2017 г. [10]. Так, на 50 % упал рынок ПК (пятилетний тренд) [12], а рынок планшетов – на 40 % [11]. Но

большинство опрошенных CNews экспертов считает, что в 2016 г. направление ИТ-услуг в России в рублевом выражении окажется в плюсе. По данным Gartner, в 2015 г. объем мирового рынка ИТ-услуг составил 914 млрд долл. США, что на 4,3 % ниже уровня 2014 г. (Россия – приблизительно 2 % от мирового значения). При этом, по второй версии, падение во многом связано с девальвацией различных валют по отношению к доллару [13]. Однако рост ИТ-затрат в мире продолжается, несмотря на кризис. Так, глобальные расходы на облачную инфраструктуру в 3 квартале 2015 г. выросли (сервера, хранилища, коммутаторы) как для частных, так и для публичных облаков. За год рынок вырос на 23 %. Доля облачной инфраструктуры в общей структуре ИТ-расходов растёт (в 2015 г. – почти 34 %, в 2014 г. – почти 29 %). Расходы на ИТ-структуру, не связанную с облаками, сократились на 3 %, а рынок аренды облаков растет в год на 50 % [8]. То есть облачные технологии (аутсорсинг – EaaS и ITaaS) оказываются рентабельными. Сегодня «Почта Банк» сильно отстаёт от Сбербанка в виртуализации, и это отставание сохранится в силу длительного периода его формирования. Ведь облачные технологии как нельзя более подходят виртуальным структурам с точки зрения экономики и с точки зрения специфики географической распределенности (правда, при развитии сети и гарантии её полноценной и непрерывной работы). Сбербанк решает вопрос увеличения точек обслуживания путём расширения географии на базе вендинговых устройств. На сегодня Сбербанк управляет сетью из 86 тысяч устройств самообслуживания, то есть банкоматов различного типа, включая устройства с функцией приема и выдачи наличных [14]. Это объясняется тем, что 49 % транзакций в банкоматной сети Сбербанка приходится на операции по выдаче или взносу наличных. При этом доля безналичных транзакций составляет 70 %. Сбербанк – первый банк, который внедряет банкоматы с ресайклингом (клиенты могут получать купюры, внесенные в банкомат другими клиентами) [14]. На очереди – VTM терминалы. На VTM могут быть доступны более 95 % всех стандартных услуг отделения банка. Таким образом, VTM может быть использован для реструктуризации сети отделений и открытия «филиалов без кассиров», взаимодействуя с оборудованием в режиме реального времени под управлением дистанционного консультанта. VTM совмещает все существующие каналы обслуживания: традиционное отделение, банкомат, интернет-банкинг, мобильный банкинг и телефонный банкинг. В VTM интегрированы модули, осуществляющие денежные депозиты и выдачу, печать чеков, открытие и закрытие счетов, выдачу банковских карт, оформление кредитных договоров и кредитных карт, покупку инвестиционных продуктов, финансовый консалтинг, платежные услуги, оформление страховок, выдача административных справок и т. д. [15]. Но на этом инновации не заканчиваются. Сбербанк уделяет большое внимание технологии блокчейна как инструменту дальнейшей виртуализации расчетов, учитывая, что официальная позиция Банка России по отношению к валютам на основе блокчейна (например, биткойн) далека от идеальной, поскольку ЦБ опасается криминальных действий участников с криптовалютой, которая обеспечивает реальную анонимность расчетов. А ведь еще в 2011 году ИТ-инфраструктура Сбербанка включала 15000 инсталляций различных систем во всех территориальных банках.

Внедрение новой концепции обработки данных позволило обеспечить быстрый вывод на рынок банковских продуктов и создание качественно новых условий для дальнейшей централизации операционных и бизнес-функций [17]. Экономический эффект – сокращение расходов на ИТ – составил 8 млрд руб. Один из проектов платформы развития бизнеса – «трансформация АБС» – основан на технологии блокчейн.

Новая платформа Сбербанка, о которой говорил Г. О. Греф на Гайдаровском форуме [16], будет построена на основе agile. Учитывая характер хранилища данных и технологию in memory, Сбербанк планирует аналитику больших данных в реальном времени на основе централизованной организации управления и хранения данных. И ставку Сбербанк сделал не на SAP HANA, не на новую HANA Vora, которые у всех на слуху. А когда Сбербанк внедрит технологию NFC для банковских расчетов физических лиц, то достичь уровня его виртуальной зрелости никто просто не сможет. У «Тинькофф Банк» уже появилась технология услуги бесконтактной оплаты в мобильном банке в соответствии с технологией Master Card Cloud Based Payments и Host-Card-Emulation, позволяющие делать покупки на основе NFC-технологии, прикосновением мобильного телефона используя мобильный банк «Тинькофф».

Но все эти технические инновации, расширяющие виртуальность присутствия Сбербанка, не касаются одного – жесткой вертикальной архитектуры управления. Хотя именно Герман Греф разрабатывает для правительства России новую концепцию управления страной на основе проектного менеджмента, стратегического управления по целям и ключевых показателей результативности. И в этом нет никакой дихотомии существования: технологическая модель у Сбербанка как у виртуального предприятия – распределенная, а организационная – вертикальная, централизованная.

## **ВЫВОДЫ**

В процессе исследования системы управления и бизнес-процессов виртуального предприятия мы видим тенденцию к виртуализации сквозных бизнес-процессов. Но вертикально-централизованная модель управления сохраняется как доминанта менеджмента.

## **Список литературы**

1. Цикл зрелости технологии [Электронный ресурс]. URL: <https://habrahabr.ru/post/198506/>
2. Кривая очарования технологий, или кривая Гартнера [Электронный ресурс]. URL: [rulesplay.ru/materialy/statii/krivaya-gartnera/](http://rulesplay.ru/materialy/statii/krivaya-gartnera/)
3. Павлековская И. В., Лужецкий М. Г. Классификация средств электронных расчетов: от традиционной коммерции к электронной // Материалы ежегодной научной Сессии «Роль бизнеса в трансформации российского общества». М.: МаркетДС. 2006. 424 с.
4. Алексеева Т. В. Технологии BYOD в бизнесе // Сборник научных трудов по материалам Международной заочной научно-практической конференции «Современное общество, образование и наука». Тамбов: Изд-во ТРОО «Бизнес-Наука-Общество». 2015. С. 9–12.
5. Алексеева Т. В., Кокорева Л. А. Современный офис и его виртуализация // Славянский форум. 2015. № 1 (7). С. 15–24.



6. Денисов Д. В. Перспективы развития электронных предприятий // Девятый Международный научный конгресс «Роль бизнеса в трансформации общества – 2014». М.: «Эдитус». 2014. 442 с.
7. Павлековская И. В. Применение метода анализа социальных сетей в моделировании процессов распространения информации и знаний в организации // Научно-техническая информация. Серия 2: Информационные процессы и системы. 2007. № 3. С.30–36.
8. Robert Farish – вице-президент IDC в России [Электронный ресурс]. URL: [www.cnews.ru/reviews/itservice2015](http://www.cnews.ru/reviews/itservice2015)
9. Рынок ИТ-услуг 2015 [Электронный ресурс]. URL: [www.cnews.ru/reviews/itservice2015/](http://www.cnews.ru/reviews/itservice2015/)
10. CNEWS. 2015. № 76 [Электронный ресурс]. URL: [www.cnews.ru/reviews/itservice2015/](http://www.cnews.ru/reviews/itservice2015/)
11. Рынок ИТ-услуг 2015 [Электронный ресурс]. URL: [www.cnews.ru/reviews/itservice2015/](http://www.cnews.ru/reviews/itservice2015/)
12. Сбербанк: идеальная сеть устройств самообслуживания для клиента // ПЛАС. 2016. №2 (255) С. 24–28.
13. Аксенов П. Сбербанк пустит наличные по кругу // Коммерсантъ. 17 марта 2016. № 44. С. 8.
14. Видео отделение VTM [Электронный ресурс]. URL: <http://ulysses.kiev.ua/ru/produksiya/video-terminal-vtm>
15. Хлызо А. Консолидация инфраструктуры // Банковское обозрение. 2015. № 10. С.16.
16. Греф Г. О. Сбербанк создаст новую ИТ-платформу // Банковское обозрение. 2016. № 2. С. 14.

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 658.11:658.15

## СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

*Журавльова Т. О., Назаркіна Л. І.*

*Національний університет імені І. І. Мечникова, Одеса, Україна*

*E-mail: [kapka112@mail.ru](mailto:kapka112@mail.ru)*

Спостерігаючи за навколишнім світом, неможливо не помітити взаємозв'язку і взаємозалежності багатьох предметів, явищ та процесів. Інакше кажучи, системного характеру нашого оточення. Вибір між двома методами пізнання світу, індуктивним і дедуктивним, звичайно, визначається культурою, в якій ми народилися. Так, східний підхід, сприймаючи будь-яку систему як цілісний організм, вивчає взаємозв'язки між компонентами цілого і направлений на підтримку зв'язуючих ланок для якісного функціонування системи. Традиційний західний погляд передбачає, що ефективність і продуктивність кожного окремо взятого елемента системи забезпечує необхідний рівень її функціонування.

**Ключові слова:** система, зовнішня і внутрішня середа, ситуація, коректування, адаптація, цілі.

### ВСТУП

В умовах ринкових відносин в нашій країні особливого значення набувають питання практичного застосування сучасних форм управління підприємством, які дозволяють підвищити соціально-економічну ефективність кожного виробництва. Через сучасний кризовий стан економіки та в цілому підприємств різних сфер діяльності необхідне глибоке вивчення нових теоретичних положень та розробка практичних підходів до управління підприємством. Для ефективного управління підприємством необхідно використовувати підходи, які всебічно розглядають кадрові питання на підприємстві, з врахуванням внутрішніх та зовнішніх чинників впливу. Таким підходом має стати системний підхід.

### ОСНОВНИЙ МАТЕРІАЛ

Метод управління підприємством вибирається виходячи з розуміння поточної ситуації, чинників, що на неї впливають, а також здатності оцінити імовірність зміни ситуації в майбутньому. Управління сучасним підприємством вимагає вибору найбільш надійних і в той же час гнучких засобів оцінки і прогнозування як внутрішньо фірмової середи, так і зовнішніх умов.

Сьогодні найбільш оптимальним методом управління підприємством можна назвати той, який об'єднує декілька галузей знань (економіку, політику, філософію, технології, список може бути продовжений), а також дозволяє негайно реагувати на зміни. При цьому маються на увазі зміни всередині і за межами безпосереднього впливу менеджменту компанії.

Сучасна організація являє собою відкриту систему, не здатну існувати ізолювано від зовнішнього світу, тому налагодження ефективних внутрішньо фірмових процесів не завжди веде до успішного функціонування. Внутрішня ефективність – необхідна, але не достатня умова. Правильна оцінка навколишнього середовища, його впливу на організацію – один з визначальних моментів в управлінні підприємством.

В середовищі, що оточує підприємство, можна виділити декілька закономірностей, які з течією часу стають все більш помітними (отже, вимагають ретельної підготовленості) [1].

По-перше, це посилення взаємодії, взаємовпливу та взаємозалежності складових частин сучасного суспільства – воно стає більш цілісним, інтегрованим (при наявності різноманітних, часто суперечливих цілей окремих його членів).

По-друге, це динамічність, яка полягає в постійному пошуку і впровадженні технічних нововведень, підвищенні якості і розробці нових продуктів і послуг. Від цінової конкуренції компанії переходять до завоювання нових ринків на основі модернізації і залучення клієнтів за допомогою нецінових критеріїв.

Наростаючий вплив цих двох чинників в середині століття призвів до усвідомлення необхідності діалектичного підходу до об'єктів, що досліджуються. Однак, коли мова йде про управління підприємством, загально філософського рівня виявляється недостатньо. Виникла необхідність зв'язати філософське бачення ситуації з практикою, тобто був потрібен підхід, в якому реалізовувалася б «прикладна діалектика». Галузь економічних знань, що зайняла це місце, отримала назву «системний аналіз»[2].

Незважаючи на свій значний розвиток, системний аналіз все ще не став повсякденним інструментом керівників-практиків. Можливо, не вистачає теоретичних розробок в цій області, а частково це пов'язано із застосуванням в багатьох організаціях принципів управління по методу «тут і зараз», що скорочують класичний процес менеджменту.

Центральним поняттям системного аналізу є «система» – воно характеризує будь-який процес або явище, де можна виявити взаємозв'язки між складаючими елементами. Відомо, що система являє собою щось більше, ніж сукупність елементів, її утворюючих – функціуючи в системі, її складові частини набувають нову якість, не властиву кожному нарізно. Завдяки цій властивості систем відбувається досягнення цілей.

Властивість, про яку йде мова, з'являється завдяки зв'язкам в системі, які переносять властивості кожного елемента до всіх інших. Системне мислення приводить до розуміння причин багатьох явищ, в розрізненому стані уявних випадковими. Об'єднавшись в систему, явища виявляють закономірності, що дозволяє вивчити їх більш глибоко. Процес управління передбачає вивчення підприємства зсередини і зовні, а виявлені закономірності і зв'язки сприяють скороченню невизначеності і виникненню нових нестандартних рішень [3].

Складові частини складної системи не можуть бути пізнані без урахування зв'язків з іншими елементами. Діяльність підприємства не може бути вивчена, якщо ігноруються взаємозв'язки між підрозділами. Результат роботи пояснюється загальними стимулами, злагодженістю у взаємодії підрозділів – роботою підприємства як цілісного організму.

Таким чином, дослідження систем вимагає не тільки аналітичного підходу, тобто вивчення компонентів системи. Необхідний метод, що досліджує систему в єдності її частин – синтез – об'єднання частин, виявлення системної якості, властивої всій системі загалом.

## **СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Для здійснення синтезу необхідно насамперед визначити причини, що об'єднують різні елементи в систему. Створюючи організацію, засновники планують вирішити ряд завдань – їх неможливо вирішити, використовуючи кожний компонент організації нарізно. Нова інтегральна якість організації як системи дозволяє їй стати механізмом для досягнення поставлених цілей. Отже, причиною, що об'єднує елементи в систему (у нашому випадку – підрозділів і відділів – в організації) є поставлені цілі.

Кожна система виконує свої функції в іншій, більш широкій системі, становлячи, таким чином, її частину [4]. Співробітник виконує свої функції у відділі, відділ – в департаменті, департамент – в організації, організація – на ринку. Важливо, що, досягаючи своєї основної мети, підсистеми сприяють реалізації глобальних завдань систем більш високого рівня. Тобто, мета підсистеми є засобом для системи, частиною якою вона є [5].

Синтез являє собою метод дослідження «ззовні». Це можна проілюструвати наступною логічною послідовністю: продукт фірми пояснює її місце на ринку, що дає уявлення про особливості підрозділів, а вони, в свою чергу, про конкретних співробітників. Тобто синтетичний процес пізнання починається від цілого до частин, від ролі системи – до функцій її елементів. Розділивши систему на елементи, дослідник переходить до процесу аналізу, який тепер буде заснований не просто на внутрішніх властивостях кожного елемента, але, насамперед, на його ролі в досягненні мети всієї системи.

Значущість системного підходу зростає з підвищенням складності систем, що досліджуються. Управління сучасним підприємством вимагає розуміння динамічних систем, в які воно входить як складаючий елемент. Сьогодні зовнішня середа визначає внутрішню будову конкурентоздатної фірми [6].

Отже, для ефективного управління підприємством потрібна єдність процедур синтезу і аналізу, що являє собою основу системного аналізу. Розглянемо процедури системного аналізу, необхідні для вивчення діяльності підприємства.

1. Визначення кордонів системи, що досліджується, та її цілей. У залежності від цілей дослідження, кордони системи приймають ті або інші контури. Наприклад, перед аналітиком, що вивчає ринок послуг зв'язку, поставлено задачу оцінити систему, в яку входять відповідні підприємства, що надають такі послуги. З іншого боку, оцінка ефективності нової послуги всередині підприємства звужує кордони системи до сукупності підрозділів однієї компанії. Те ж відноситься до визначення цілей системи. Вже зазначалося, що цілі більш вузьких систем є засобами досягнення цілей систем, що стоять над ними.

Таким чином, визначення кордонів і цілей існування системи – процедура відносна і залежить, передусім, від цілей дослідження.

2. Визначення кола систем, в які система, що досліджується, входить як складова частина. Необхідно зазначити, що підприємство (як і будь-яка система) є частиною нескінченної кількості більш широких систем (фінансово-промислова група, галузь, конкуренти і т. д.), тому для цілей конкретного дослідження необхідно обмежитися колом найбільш значущих зовнішніх систем. Кожна з зовнішніх систем (наприклад, економічна, політична середа) переслідує свої цілі, які можуть співпадати, а можуть суперечити одна одній. У таких умовах відсутність

свідомого вивчення зовнішньої середовища підприємством створює умови хаотичності і непередбачуваності, тобто ускладнює процес управління.

3. Визначення ролі системи, що досліджується, в кожній зовнішній системі. Підприємство, досягаючи своїх цілей, як частина більш широкої системи, наприклад, галузі, завжди є засобом досягнення цілей галузі. Розглядаючи роль підприємства як підсистеми, необхідно враховувати очікувану і реальну ролі, визначаючи і порівнюючи їх. Така оцінка дозволяє не тільки зрозуміти особливості роботи підприємства, але і прогнозувати майбутній розвиток.

4. Виявлення складу системи. Так само, як і визначення кордонів і цілей системи, розділення її на частини обмежене потребами конкретної задачі. Аналізуючи підприємство, можна розглядати його в розрізі напрямів діяльності, відділів і так далі до функціональних обов'язків кожного співробітника.

5. Визначення сукупності зв'язків між компонентами системи. Сукупність зв'язків визначається структурою, а підприємство – система багатоструктурна, і в розрізі різних структур існують різноманітні взаємозв'язки. Так, організаційна структура являє собою сукупність відносин субординації і координації; інформаційна структура визначає потоки інформації, правова структура виражається у відносинах власності.

Вирішуючи задачі управління, треба визначати і досліджувати структури, необхідні для виявлення закономірностей розвитку підприємства в напрямі, що досліджується.

6. Визначення функцій компонентів системи. Цілеспрямовані дії кожного елемента системи являють собою внесок в реалізацію ролі системи загалом. Тут важливо розглянути функції в розрізі необхідних і таких, що реально виконуються, порівняти їх і визначити позитивний або негативний розрив. Для досягнення цілей організації важливо гармонійне, несуперечливе поєднання функцій компонентів – це відрізняє систему від хаотичного набору предметів і процесів. При цьому необхідно уникати дублювання функцій, яке знижує загальну ефективність системи – функції елементів повинні бути взаємодоповнюючими.

7. Розгляд системи в динаміці. Ця процедура системного аналізу вимагає проведення аналізу в трьох часових сегментах: ретроспективний аналіз, діагностика і прогноз діяльності підприємства. Динамічний аналіз передбачає проведення оцінки і порівняння цих етапів. Ідеальна система при переході з одного етапу в наступний прогресує, поліпшує свої показники. У реальності ж, діяльність підприємства, як і будь-якої системи, носить циклічний характер.

Розглянута сукупність процедур системного аналізу носить найбільш загальний характер і повинна бути скоригована відповідно до цілей конкретного дослідження. Перші три з запропонованих процедур є синтетичними, з їх допомогою підприємство вивчається як цілісна система. Інші – аналітичні процедури, що заглиблюються в дослідження підсистем підприємства з метою підвищення їх ефективності і раціонального використання.

Послідовність процедур може змінюватися, важливо лише пам'ятати про необхідність багаторазового повернення в ході дослідження до кожної з описаних процедур – це забезпечить глибоке і всебічне вивчення системи. В процесі

## СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

управління треба усвідомлювати, що намічені плани повинні бути гнучкими і піддаватися коректуванню в залежності від ситуації, що склалася.

Такий розділ системного аналізу як ситуаційний підхід набуває все більшого значення в сучасному процесі управління. Ситуація визначається сукупністю чинників, що впливають на функціонування і розвиток підприємства. Це система умов, що оточують та складають підприємство. Ситуаційний підхід наближає системний аналіз до конкретних цілей і дозволяє визначити і використати найважливіші чинники, що впливають на діяльність підприємства. Суворо кажучи, для проведення системного аналізу потрібно визначити всі системи, в які входить підприємство і його компоненти. У зв'язку з тим, що таких систем нескінченно багато, незважаючи на всю привабливість широкомасштабного аналізу, здійснити його на практиці в повному обсязі проблематично – потрібні певні допущення, виділення підсистем і виявлення найбільш актуальних умов, тобто моделювання ситуації.

Звичайно, потрібно розрізнявати ситуації сприятливі і несприятливі. Існування перших зовсім не означає звільнення від коректування наміченого плану – будь-яка зміна вимагає відповідної реакції керівництва (часто ігнорування позитивних змін призводить до небажаних результатів). Для цілей даної статті більший інтерес представляють ситуації негативного характеру, що в своєму крайньому образі приймають форму форс-мажорних обставин (тобто таких, що не піддаються впливу з боку керівництва окремого підприємства). У таблиці 1 представлені основні зовнішні джерела виникнення форс-мажорних обставин, характерні для умов країн, що переживають так званий перехідний період.

Таблиця 1

Компоненти зовнішніх джерел виникнення форс-мажорних ситуацій

Джерела виникнення	Генеруючі чинники виникнення
Законодавство	<ul style="list-style-type: none"> <li>• нестабільність і недосконалість законодавства</li> <li>• відсутність нормативно-правової бази</li> </ul>
Політична середа	<ul style="list-style-type: none"> <li>• можливі зміни політичної ситуації в країні</li> </ul>
Економічна середа	<ul style="list-style-type: none"> <li>• несприятливі зміни в економіці країни</li> <li>• нестабільність існуючої системи оподаткування</li> <li>• порушення договірних зобов'язань з боку ринкових партнерів</li> <li>• недобросовісна цінова і нецінова конкуренція</li> </ul>
Технологічна середа	<ul style="list-style-type: none"> <li>• технологічні розриви в сфері виробництва і обігу в порівнянні із зарубіжними аналогами</li> </ul>
Соціальна середа	<ul style="list-style-type: none"> <li>• зміна суспільних цінностей, відносин, установок, традицій, соціальної структури суспільства</li> </ul>
Криміногенність сфери підприємництва	<ul style="list-style-type: none"> <li>• нечіткість ринкової інфраструктури</li> <li>• можливість отримання і приховування незаконного прибутку</li> <li>• тиск з боку кримінальних елементів</li> </ul>
Фізична і екологічна середа	<ul style="list-style-type: none"> <li>• проявлення стихійних сил природного і техногенного характеру і пов'язаних з ними наслідків</li> <li>• забруднення навколишнього середовища, зростання витрат по екологізації виробництва</li> </ul>

Тут мова йде про ті чинники, на які підприємство не здібне вплинути. Але це тільки на перший погляд. Вже саме розуміння і виділення приведених чинників в окремі категорії, а, отже, усвідомлення їх впливу, робить зовнішню середу підприємства більш передбачуваною. Це не означає, що існування методів управління, якими можна удосконалити законодавство або поліпшити екологічну обстановку – об'єктивна оцінка реальної ситуації, що підвищує міру готовності управління до небажаних змін. Як вже відмічалось, зовнішня середа сьогодні визначає внутрішню структуру підприємства, тут це твердження явно підтверджується. Адекватна оцінка зовнішньої середи дозволяє побудувати адаптивну внутрішню структуру підприємства, здатну за своєю природою змінюватися (при активному впливі методами управління) і нейтралізувати негативний вплив зовнішньої середи.

Структура підприємства, побудована з урахуванням чинників зовнішнього впливу, потребує також аналізу внутрішніх складових, які, у разі їх ігнорування, можуть стати самостійними джерелами загрози. У таблиці 2 показані основні внутрішні джерела виникнення форс-мажорних обставин.

Таблиця 2

Компоненти внутрішніх джерел виникнення форс-мажорних ситуацій

Джерела виникнення	Генеруючі чинники виникнення
Менеджмент	<ul style="list-style-type: none"><li>• відсутність чіткої стратегії розвитку підприємства</li><li>• неузгодженість дій підрозділів (відмова від загальних цілей розвитку організації)</li><li>• відсутність системи планування ресурсів і процесів на підприємстві</li><li>• слабка структура аналізу і контролю всіх підсистем організації</li></ul>
Маркетинг	<ul style="list-style-type: none"><li>• недотримання договірних поставок, слабкий моніторинг сегментів ринку, відсутність контролю над станом матеріальних запасів</li></ul>
Виробництво	<ul style="list-style-type: none"><li>• недостатній вплив на забезпечення конкурентоздатності і якості продукції, що випускається, відсутність орієнтації на технічне оновлення виробництва</li></ul>
Фінанси	<ul style="list-style-type: none"><li>• недотримання пропорцій економічного розвитку, забезпечення ліквідності, зростання прибутку, зниження собівартості продукції</li><li>• слабе освоєння первинного і вторинного ринків цінних паперів</li></ul>
Персонал	<ul style="list-style-type: none"><li>• недотримання пропорцій соціального розвитку</li><li>• незабезпеченість кваліфікованими кадрами</li></ul>

Для ситуацій, що визначають внутрішні умови, характерна схильність управлінському впливу. Якщо цим скористатися, досягається максимальна ефективність, яка в поєднанні з адаптованістю до зовнішньої середи приводить до наміченої мети. З іншого боку, недооцінка впливу методів управління на раціональність внутрішньої структури веде до неефективного використання ресурсів і, як наслідок, до спотворення результатів.

**ВИСНОВКИ**

Ефективне управління сучасним підприємством неможливе без усвідомлення важливості системного мислення. Проте і самого усвідомлення недостатньо. Використовуючи методи і процедури системного аналізу, необхідно створювати структури, які, з одного боку, слідує за наміченою стратегією, а з іншого боку – здатні реагувати на зміни ситуації в короткостроковому періоді. Центральні поняття, які повинні супроводжувати процес управління: «система», «зовнішня і внутрішня середа», «ситуація», «коректування», «адаптація», «цілі». Система передбачає існування взаємопов'язаних елементів, в укрупненому вигляді – зовнішньої та внутрішньої середи підприємства; в процесі функціонування елементи в кожний момент часу існують в тій або іншій ситуації і зобов'язані на неї адекватно реагувати, реакція управління в цьому випадку виражається в коректуванні короткострокових планів (відповідних довгостроковим цілям), а результатом коректування є адаптація системи до ситуації, що виникла і продовження шляху до наміченої мети.

Зміна зовнішньої ситуації не піддається прямому контролю з боку підприємства, тому реагування на неї полягає в розумінні і постійному відстеженні зовнішніх чинників впливу для забезпечення максимальної стабільності підприємства. Внутрішня середа, знаходячись під контролем управління, повинна бути оптимізована та настроєна відповідно до зовнішньої обстановки і стратегії підприємства. Серед методів пізнання навколишнього світу управління сучасним підприємством повинно ґрунтуватися швидше на східному, ніж на західному підході, тобто бути направленим від загального до приватного, від синтезу – до аналізу, а не навпаки. Дане твердження зовсім не зменшує значущості розділення системи на елементи для її вивчення, мова тут йде про важливість дотримання запропонованої послідовності процедур.

**Список літератури**

1. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Управління персоналом: [навч. посібник]. К.: Професіонал, 2006. 512 с.
2. Гур'янов А. Б., Гришко О. А. Системний підхід до стратегічного управління підприємством // Вісник економіки транспорту і промисловості. Серія Економіка підприємства. 2011. № 34. С. 274–277.
3. Коутиньо Дж. Де С. Управление разработками перспективных систем / пер. с англ. В. И. Кондратенко, Ю. А. Савослицкий; под ред. О. Л. Смирнова. М.: Машиностроение, 1982. 448 с.
4. Gosling W. The design of engineering systems. London: Heywood, 1962.
5. Hall A. D. A methodology for systems engineering. Princeton, 1962. 346 p.
6. Systems analysis in ecology / Ed. by Kenneth E. F. NY, London: AccadPress, 1996. 710 p.

*Стаття надійшла до редакції 19.09.2016*



УДК 338.48

## СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

*Ильбесинова В. О., Вершицкая Е. Р.*

*Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация*

*E-mail: [ilbesinova@mail.ru](mailto:ilbesinova@mail.ru)*

В данной статье рассмотрены актуальные вопросы и проблемы формирования, реализации и совершенствования кадровой политики организаций туристской сферы. Рассматриваются основные требования федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 годы)». Также освещена специфика и особенности кадровой политики в сфере туризма. Сформулированы основные качества сотрудника туристической организации на основе проведенного анализа требований и проблем кадровой политики в сфере туризма.

**Ключевые слова:** кадровая политика, подготовка кадров, индустрия туризма, совершенствование кадровой политики.

### ВВЕДЕНИЕ

Результативность и эффективность работы каждого предприятия напрямую зависит от принципов и качества управления всеми ресурсами. Сложно поспорить, что в наше время самым главным ресурсом является персонал. Результат деятельности и развитие любой компании в большинстве случаев обуславливается умственным потенциалом компании, высококачественным составом работников, а это обычно связано не только с квалификацией, но и с креативным мышлением, энтузиазмом, самоотдачей, творческим подходом, с которыми они исполняют собственные обязанности. В особенности увеличивается значимость персонала на предприятиях туристической сферы, т. к. ключевым продуктом является услуга, а качество туристических услуг напрямую зависит от профессионализма, квалификации и качества работы сотрудников.

В последнее время все больше внимание на предприятиях уделяется человеческому капиталу. Руководители, ученые, политики и исследователи чаще говорят о том, что очень важно уделять должное внимание кадрам. Например, В. В. Путин отметил: «В XXI веке труд человека уже не может восприниматься как некий механический производственный фактор. Необходимо переосмыслить фундаментальную роль, оценку труда. Позволю себе сказать больше: и современное общество, и экономика просто не в состоянии нормально, устойчиво развиваться, если на 1-е место не будет поставлен человеческий капитал, если не будут созданы условия для максимального раскрытия творческого потенциала каждой личности» [7].

Кадровая политика является важнейшей составляющей всей системы управления и развития любого предприятия. Система управления персоналом, являясь одним из главных элементов управления предприятием, определяет успех его развития. В настоящее время процветает то предприятие, где работает

дисциплинированный, грамотный, квалифицированный и, самое главное, мотивированный персонал. Не менее важным фактором развития организации нужно считать умение персонала быстро переучиваться и адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям. Исходя из вышеизложенного, руководителю, который стремится к росту и развитию предприятия, помимо своих знаний, практического опыта и уровня профессиональной подготовки необходимо обладать искусством управления своим персоналом.

Уникальность сферы туризма проявляется в том, что сотрудники являются неотъемлемой составляющей ее продукта. Социальные и экономические исследования в сфере туризма, направленные на совершенствование системы управления туристической организацией, большое внимание уделяют проблемам внешней окружающей среды, конкурентам, изменяющимся условиям рынка, клиентам. Но в сфере туризма важно уделять должное внимание персоналу, который в ней задействован. Этим и объясняется важность и актуальность изучения кадровой политики предприятий сферы туризма и методов ее совершенствования.

Изучением вопросов и проблематики совершенствования кадровой политики занимались В. Гончаров, И. Доронина, Г. Зайцев, Т. Санталайнен, С. Шекшня и др. Также для написания данной статьи были проанализированы работы по вопросам подготовки специалистов для сферы туризма Ермиловой Д. В., Зорина А. И., Зорина И. В., Квартальнова В. А., Кнодель Л. В., Коноха А. П., Сеселкина А. И., Федорченко В. К., Сахарчук Е. С., Мачкина Ю., Писаревского Е. Л. и др.

Цель данной статьи – изучить актуальные проблемы реализации кадровой политики в сфере туризма, а также проанализировать современные методы совершенствования кадровой политики в туристском бизнесе, и на основе анализа сформировать авторские предложения и рекомендации по совершенствованию кадровой политики в сфере туризма.

## **ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ**

В настоящее время сфера туризма развивается довольно интенсивно и быстрыми темпами. Это обусловлено постоянным ростом доходов российских граждан и повышением культурного и образовательного уровней. Однако в стране существует ряд финансовых, организационных и кадровых ограничений, которые не позволяют развивать сферу туризма необходимыми темпами, повышать качество предоставляемых услуг, разрешать актуальные проблемы индустрии туризма с оптимальными расходами. По оценкам экспертов, в настоящее время приблизительно 70 % сотрудников сферы туризма не имеют базового профессионального образования. В стране очень мало специалистов с высокой квалификацией, которые могли бы в дальнейшем качественно развивать сферу туризма высокими темпами.

Большая часть туристических организаций не отдают должного внимания управлению кадрами и не прилагают усилий для более эффективного управления человеческим капиталом, акцентируя свое внимание на таких факторах, как конкуренция, дорогой интерьер, дополнительные услуги, ценообразование и др. Но,

## **СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КАДРОВОЙ...**

на наш взгляд, такой подход не является правильным и эффективным, поскольку сотрудники в сфере туризма являются не только частью самой организации, но и важнейшей составляющей туристского продукта, другими словами – услуги, за которую предприятие и получает свою прибыль.

В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года туристской сфере уделяется большое внимание, она рассматривается как важная составляющая инновационного развития страны. Также стоит отметить, что для развития сферы туризма в России важна реализация федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 годы)». Беря во внимание экспертные оценки, реализация этой программы даст возможность увеличить численность иностранных граждан, прибывающих в Российскую Федерацию с туристскими целями, в 7–8 раз и численность граждан России, занятых в сфере туризма, в 1,4 раза [1].

В вышеуказанной концепции говорится о том, что на территории Российской Федерации предполагается предоставление туристских услуг с использованием абсолютно новых инновационных технологий. Это свидетельствует о необходимости разработки и реализации системы мер по повышению квалификации сотрудников индустрии туризма на основе обучающих программ по подготовке и переподготовке персонала.

В ближайшее время Российская Федерация, по оценкам Объединенного Совета Всемирной туристской организации (ЮНВТО), сможет принимать в год более 40 млн иностранных туристов, а к 2020 году сможет войти в десятку самых привлекательных стран мира с точки зрения туризма [2].

Одной из самых важных особенностей туристского продукта является широкое участие человека в создании и предоставлении услуги. Следовательно, человеческий фактор оказывает огромное влияние на качество услуги. Это говорит о том, что именно от профессионализма, мастерства, опыта и квалификации персонала зависит качество услуги.

Использование человеческого капитала в индустрии туризма имеет некоторые особенности, главными из которых являются:

- высокая доля низкоквалифицированного персонала, что значительно увеличивает приток рабочей силы иностранных граждан;
- увеличенная продолжительность рабочей недели и очень гибкий график работы с низкой, часто почасовой заработной платой;
- сфера туризма характеризуется ярковыраженным сезонным характером, что оказывает существенное влияние на трудовую нагрузку сотрудников;
- работа персонала сферы туризма отличается большей частью вербальных контактов с туристами.

Изложенные выше и другие характерные черты использования труда в туристской сфере формируют такие различия от других сфер деятельности, как большая текучесть кадров, высокая доля женского труда и др.

На разработку и реализацию кадровой политики в организациях сферы туризма значительное влияние оказывает такой фактор, как сезонная занятость. В особенности это актуально для черноморского побережья. Сезонная занятость в

сфере туризма вызывает циклические всплески безработицы, что приводит к потере профессиональных навыков у сотрудников. Следовательно, возникает необходимость быстрого восстановления трудовых навыков путем организации тренингов и курсов.

В современном мире важную роль для увеличения мотивации эффективного труда в сфере туризма играет совершенствование системы оплаты труда. Как правило, в сфере туризма применяется система заработной платы, основанная на фиксированной оплате труда. Основным недостатком такой системы оплаты является то, что сотрудники не заинтересованы в результате деятельности организации. Поэтому существует необходимость активно дополнять данную систему разными формами доплат, премий, надбавок за профессиональные навыки и качество обслуживания. Хорошим примером таких форм оплаты труда можно считать доленое участие в продажах, т. е. получение оговоренного процента от продаж или выплаты сотрудникам премии по результатам прошедшего сезона и др.

В сфере туризма очень важно создать такую атмосферу эффективного сотрудничества, при которой каждый работник организации будет заинтересован в результативной работе и полной реализации своих способностей. Собственная заинтересованность каждого сотрудника напрямую отражается на процессе реализации услуг гостеприимства.

Актуальным вопросом в развитии индустрии туризма остается предоставление импортных услуг и реализация импортных товаров. Предоставление и реализация таких услуг предусматривает использование импортного оборудования, что повышает качество обслуживания гостей. Этот факт, в свою очередь, подразумевает наличие подготовленных специалистов в области импортного оборудования и постоянное их обучение зарубежному опыту.

Следует отметить, что кадровое оснащение объектов сферы туризма в большей степени происходит из основных традиционных отраслей хозяйства, включая сельскую местность. Такой факт обуславливает необходимость усиления профессиональной подготовки и переподготовки потенциальных сотрудников по таким направлениям, как географическое, историческое, лингвистическое, культурное, духовно-нравственное. При этом необходимо учитывать специализацию туристских организаций, половозрастную специфику туристов и географию регионов.

Одним из основных направлений кадровой политики в сфере туризма выступает постоянная ротация кадров. Это говорит о том, что молодые сотрудники имеют возможность приобрести опыт, работая экскурсоводами, гидами, логистами, разработчиками туристских маршрутов, руководителями туристских групп, менеджерами больших гостиниц и международных больших туристических организаций. Работая на таких должностях, молодые специалисты получают огромный практический опыт, что в дальнейшем приводит к более эффективной их работе, оперативному принятию рациональных и правильных решений в постоянно изменяющихся условиях осуществления туристической деятельности.

Беря во внимание вышесказанное, изучив работы ведущих специалистов и коучей сферы туризма и учитывая современные условия ведения туристского

## ***СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КАДРОВОЙ...***

бизнеса, можно сформулировать основные требования к специалисту данной сферы деятельности:

- обладать широкой базой теоретических профессиональных знаний, подкрепленной практическим опытом;
- иметь большой кругозор, быть эрудированным и креативным, иметь на высоком уровне знания духовно-нравственного и общеобразовательного направлений;
- обладать практическим опытом в анимационной деятельности, иметь знания в области истории и географии местности отдыха туристов;
- быть физически подготовленным, в особенности это касается экстремального туризма;
- иметь базовые знания иностранных языков, данное качество в сфере туризма в большей степени необходимо гидам, экскурсоводам, сотрудникам международных туристических организаций;
- обладать высоким уровнем коммуникации, т. е. уметь налаживать контакт с различными службами, разрешать конфликтные ситуации, а также иметь чувство юмора, быть организованным в деловых вопросах, оперативным в принятии решений, уметь быстро адаптироваться к изменяющимся условиям.

Учитывая вышеприведенные требования, многие туристические организации задаются вопросом о самостоятельной подготовке молодых специалистов без опыта работы после окончания профильных высших учебных заведений или приглашать на работу опытных профессионалов, проработавших в сфере туризма немало лет.

Опыт и практика говорит о том, что оба приведенных направления следует совмещать, что позволит повысить универсальность сотрудников туристкой индустрии в условиях постоянной коммуникации и современных информационных технологий.

Также следует отметить, что в формировании кадровой политики в организациях сферы туризма важное место занимает вопрос приглашения на работу и подготовки опытных специалистов оценки рисков, антикризисного управления; учета, контроля и статистики туристкой деятельности; организации рекламной компании; специалистов в области маркетинга, юридической безопасности и др. Все это обуславливает наличие требований к формированию кадровой политики в индустрии туризма и совершенствованию системы подбора, подготовки и переподготовки персонала.

Этот вопрос рассматривался на заседании совета Учебно-методического объединения учебных заведений Российской Федерации по образованию в сфере туризма и сервиса (УМО), которое проходило на базе Российского государственного университета туризма и сервиса в 2011 году. Рассмотренные в данной статье проблемы совершенствования кадровой политики и подготовки молодых специалистов в организациях сферы туризма отражены в «Комплексной программе подготовки кадров для сферы туризма и сервиса», которая была разработана специалистами РГУТиС.

Беря во внимание зарубежный и отечественный опыт формирования и реализации кадровой политики, в современном мире происходит постепенное

осознание того, что в туристской индустрии все большее значение и необходимость приобретают гуманитарные направления деятельности сотрудников, которые основаны на гуманистических подходах. Это обуславливает и придает важное значение духовному и высоконравственному воспитанию будущих специалистов в сфере туризма.

### **ВЫВОДЫ**

В целом, исходя из вышеизложенного, в настоящее время требования к подготовке, переподготовке и отбору специалистов в сфере туризма должны основываться на наличии у студентов креативности, коммуникабельности и современных знаний основ гостеприимного и интеллектуального поведения и общения, соответствующих специальностям высокого уровня. Это говорит о том, что учебные программы подготовки кадров для индустрии туризма необходимо преобразовать, т. е. дополнить и сделать акцент на следующих дисциплинах: основы нравственного и духовного воспитания, культура, отечественная и мировая история, организационное поведение и др.

Также не стоит забывать о вопросах качества гостиничного обслуживания и предоставления туристских услуг, рентабельности сферы услуг и экономической эффективности. Значительную роль в этих вопросах играют навыки, знания и опыт разрешения проблем расстановки кадров, улучшения системы нормирования и организации труда сотрудников организаций в сфере услуг. Немаловажное значение имеет реализация эффективной кадровой политики, в основном при найме и подборе кадров; формирование результативной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации персонала; обучение принципиально новым социально-психологическим техникам обслуживания туристов.

Одним из основных методов повышения качества подготовки и переподготовки кадров для сферы туризма является усиление взаимодействия профильных учебных заведений с организациями и международными крупными корпорациями туристской индустрии с целью реализации своих теоретических знаний, навыков и способностей и получения практического опыта.

Таким образом, рассмотрение проблем и изучение вопросов формирования, реализации и совершенствования кадровой политики организаций туристской сферы представляет собой разноплановую и комплексную задачу. Для решения такой задачи необходимо привлечение большого количества экспертов и специалистов кадровой политики индустрии туризма. Это будет способствовать формированию специальных, образовательных и современных требований и стандартов туристской сферы, разработке мероприятий по совершенствованию кадровой политики организаций сферы туризма и системы организации и мотивации оплаты труда в данной сфере. Также стоит отметить формирование новых мер и подходов к обеспечению результативного взаимодействия профильных учебных заведений и организаций сферы туризма с целью получения практического опыта и решения вопросов прохождения студентами производственной и преддипломной практики и дальнейшего трудоустройства молодых специалистов.

**Список литературы**

1. Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации в 2011–2016 годах», утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 19 июля 2010 г № 1230. М. 2010. № 3.
2. Сахарчук Е. С. Особенности российской и швейцарской системы подготовки кадров для сферы туризма: различный опыт в контексте развития многоуровневого туристского образования // Сервис plus. 2010. № 3.
3. Мартынова Н. С. К проблеме подготовки будущих менеджеров туризма в контексте мирового экономического кризиса // Економіка. Управління. Інновації. 2010. № 1 (3).
4. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132–ФЗ / в ред. Федерального закона от 03.05.2012 № 47–ФЗ
5. Сорокина Т. Мотивационный менеджмент в управлении гостинично-ресторанным комплексом // Маркетинг. 2007. № 6. С. 96–103.
6. Интервью с руководителем Ростуризма Александром Радьковым // Российская газета. № 58 (5731). 16 марта 2012. С. 17.
7. В.В.Путин принял участие в 100-й сессии Международной конференции труда [Электронный ресурс]. URL: <http://www.putin-itogi.ru/2011/06/15/v-v-putin-prinyal-uchastie-v-100-y-sessii-mezhhdunarodnoy-konferentsii-truda/>

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 330

## МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В КРЫМУ

*Кожяев Ю. П.<sup>1</sup>, Шайтура С. В.<sup>2</sup>, Шаньгин А. Е.<sup>3</sup>*

<sup>1</sup>*Новый гуманитарный институт, Москва, Российская Федерация*

<sup>2</sup>*Институт гуманитарных наук, экономики и информационных технологий, Бургас, Болгария*

<sup>3</sup>*Московский государственный университет геодезии и картографии, Москва, Российская Федерация*

*E-mail: [er521@mail.ru](mailto:er521@mail.ru)*

В туристическом бизнесе царит жесткая конкуренция. Для того чтобы не потерпеть поражение в конкурентной борьбе, необходимо постоянно производить маркетинговый анализ бизнеса. Маркетинговый анализ включает все категории туристического бизнеса: транспорт, жилье, экологию, достопримечательности, рекламу, методы бронирования туров. Наиболее эффективным средством продвижения рекламы продажи туров является Интернет. В статье произведен анализ туристических сайтов Крыма. Разработана методика оценки эффективности интернет-сайтов.

**Ключевые слова:** маркетинг, порталы, геопорталы, ГИС, геоинформационные системы, геопространственные данные, туризм, транспорт, интеллектуальный анализ данных, обработка данных, технологии обработки данных, веб-аналитика, ключевые показатели эффективности.

### ВВЕДЕНИЕ

Маркетинговый анализ туристических компаний включает в себя анализ направлений туризма, анализ транспортной доступности и цен на транспортные услуги, анализ качества гостиничных услуг. Этот анализ является частью маркетинговой деятельности, производимой как администрацией района, так и туристической отраслью в целом. Результаты этого анализа отображаются на сайтах туристических организаций и порталах региональной администрации и туристической отрасли в целом.

Используя интернет-технологии, каждый турист сможет получить любую информацию об объектах туризма в виде текстов, карт, цифровых моделей, графиков, диаграмм, фото- и видеоматериалов. Выбрав желаемый маршрут, он сможет забронировать транспортные средства и номера в гостиничных комплексах.

### 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Целью данной статьи является разработка методики создания информационной поддержки туристического бизнеса крымского региона. При этом решаются следующие задачи:

- -разрабатывается методика анализа эффективности туристического бизнеса;
- производится оценка эффективности работы туристических сайтов;
- оцениваются существующие интернет-ресурсы, используемые в туристической сфере Республики Крым.

### 2. МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКОГО СЕКТОРА КРЫМСКОГО РЕГИОНА

В Крыму туризм является одной из ведущих отраслей и имеет важное



социальное и экономическое значение, так как увеличивает местный доход, создает новые рабочие места, развивает все отрасли, связанные с производством туристических услуг, развивает социальную и производственную инфраструктуру в туристских центрах, активизирует деятельность народных промыслов и развитие культуры, обеспечивает рост уровня жизни местного населения, увеличивает валютные поступления.

В условиях развивающегося рынка туризма важную роль играют такие маркетинговые мероприятия, как исследования, стратегия и планирование [1–5].

Однако в туризме маркетингу уделяется недостаточно внимания [6–7]. В отличие от маркетинга многих товаров массового потребления, маркетинг в туризме имеет свои специфические особенности, возникающие прежде всего из-за специфического характера туристских услуг. По существу в маркетинге туристических услуг с учетом его многогранности необходимо применять многоцелевой анализ.

На сегодняшний день развитие автоматизированных систем управления [8–10] вызывает появление объёмных коллекций и федераций данных. Для руководителей туристических предприятий появляется информационная потребность систематизировать, анализировать и прогнозировать эти данные для принятия обоснованных управленческих решений. Одновременно с ускорением темпов развития информационных технологий сокращается время, отпущенное на принятие решений, а тем более решений, принимаемых в кризисных ситуациях.

В Крыму успешно представлены следующие виды туризма: рекреационный туризм, лечебно-оздоровительный туризм, событийный туризм, экологический туризм, горнолыжный туризм, круизный туризм [11, 12].

Вместе с тем в Крыму отсутствуют интегрированные маркетинговые системы оценки рентабельности туризма с учетом всех статей затрат. Деятельность любого предприятия сопровождается регистрацией и записью всех подробностей его деятельности. Необходимы технологии для быстрой переработки этих данных.

Специфика современных требований к такой переработке следующая [13–16]:

- данные имеют неограниченный объем;
- данные являются разнородными (количественными, качественными, текстовыми);
- результаты должны быть конкретны и понятны;
- технологии для обработки сырых данных должны быть просты в использовании.

Маркетинговый интеллектуальный анализ данных (МИАД) – это процесс обнаружения в сырых данных ранее неизвестных, нетривиальных, практически полезных и доступных интерпретации знаний, необходимых для принятия решений в области маркетинга.

В общем случае процесс функционирования МИАД состоит из трёх стадий:

1. выявление закономерностей (свободный поиск);
2. использование выявленных закономерностей для предсказания неизвестных значений (прогностическое моделирование);
3. анализ исключений, предназначенный для выявления и толкования аномалий в найденных закономерностях.

Концептуальная архитектура МИАД должна включать в себя три компоненты:

- слой доступа к данным;
- слой взаимодействия с пользователем;
- бизнес-логика.

Рассматривая слой доступа к данным, можно сказать, что основным поставщиком информации о ценах на транспортные услуги могут быть базы данных Транспортной клиринговой палаты (ТКП), осуществляющей сбор данных об уровне аэропортовых сборов (в том числе цене авиакеросина в случае, если на него ФСТ России не установлены тарифы), и перечня, сроков действия и уровня тарифов на авиаперевозки. При этом более оперативными данными обладают системы бронирования, так как могут online определять количество находящихся в продаже билетов каждого из видов специальных и нормальных тарифов.

Поэтому слой представления информационной системы может быть основан на обращении к системам бронирования и обновления данных о стоимости услуг наземного обслуживания ТКП и установленных ФСТ тарифов.

Слой бизнес-логики концептуальной архитектуры информационной системы должны составлять процедуры обработки данных. Для оценки текущей ценовой ситуации необходимо использовать сопоставимые показатели. С этой целью могут быть определены следующие индикаторы для магистральных направлений:

- средневзвешенная стоимость авиабилета экономического класса за месяц, неделю и сутки до вылета и в момент закрытия продаж билетов на рейс;
- сопоставление средневзвешенной цены авиабилетов на рейс с аналогичными показателями сопоставимых по количеству пассажиров и расстоянию внутренних и внешних перевозок;
- сопоставление динамики изменения средневзвешенных показателей цен на авиабилеты на все рейсы, осуществляемые в течение недели, с динамикой изменения цены на авиационный керосин в аэропорту базирования авиакомпании;
- динамика изменения средневзвешенной цены авиабилета на рейс до и после прихода новой авиакомпании.

Результаты маркетинга интеллектуального анализа данных применяются в бизнес-приложениях аналитиками и руководителями компаний. Для этих категорий пользователей разрабатываются инструментальные средства высокого уровня, позволяющие решать достаточно сложные практические задачи без специальной математической подготовки. Актуальность использования интеллектуального анализа данных в бизнесе связана с жесткой конкуренцией, возникшей вследствие перехода от «рынка производителя» к «рынку потребителя». В этих условиях особенно важно качество и обоснованность принимаемых решений, что требует строгого количественного анализа имеющихся данных. При работе с большими объемами накапливаемой информации необходимо постоянно оперативно отслеживать динамику рынка, а это практически невозможно без автоматизации аналитической деятельности.

Многоаспектность конкурентоспособности предприятия связана с тем, что она является сложным и интегральным явлением, отражающим практически все аспекты его деятельности. Поскольку конкурентоспособность формируется под воздействием многих факторов, соответственно, ее степень будет коррелироваться многими факторами с различной степенью тесноты связей.

Быстрый рост информационных технологий все больше начинает использовать реальный сектор экономики [17–21]. Это позволяет бизнесу находить иные способы реализации своей продукции, появляются новые каналы продаж для предприятий. Бурными темпами растет рынок интернет-рекламы, развиваются рекламные технологии получения клиентов через сеть Интернет. Очевидная задача, которая ставится владельцем бизнеса при росте расходов, – повышение эффективности данной интернет-рекламы. Данная проблематика с каждым годом приобретает более ясные очертания. Профильные конференции и доклады передовых интернет-агентств все больше затрагивают тематику повышения эффективности рекламных каналов с помощью инструментов статистики и анализа, что подчеркивает актуальность данного направления.

### **3. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГА САЙТОВ**

На текущий момент реклама в Интернете является основным источником привлечения целевой аудитории на сайт. Привлечение качественного трафика, который приносит желаемые действия в виде заказов, заявок или звонков, является основной задачей любого интернет-маркетолога и законным желанием владельца бизнеса. Зачастую при увеличении бюджета и объемов поступающего трафика не наблюдается значительного увеличения конверсии. Причиной этого может служить как выбор неверной стратегии коммуникаций с целевой аудиторией, так и ошибки специалиста в ходе проведения рекламной кампании. Поэтому встает вопрос об увеличении не количественной, а качественной составляющей получаемого трафика.

Для понимания степени качества получаемого трафика вводят понятие целевых действий. Целевое действие на сайте – операция, которая отслеживается системами веб-аналитики и сопряжена с конкретной целью бизнеса: покупкой товара, заполнением заявки, звонком по телефону и многими другими. Таким образом, вырабатываются ключевые показатели эффективности сайта, или KPI (key performance indicators).

Для каждого интернет-проекта можно установить свои ключевые показатели эффективности, однако везде можно проследить схожие черты измерений. Условно все метрики KPI разделяются на следующие категории:

1. Метрики «Бизнес».
2. Метрики «Трафик».
3. Метрики «Конверсия».
4. Метрики «Вовлечения аудитории».

Для разных типов проектов можно включить различные отслеживаемые показатели, представленные в таблице 1.

Таблица 1

Ключевые показатели сайта

Тип сайта	Цель создания – бизнес-модель	Ключевые показатели эффективности
1	2	3
Интернет-магазин	Продажа товаров или сервисов через сайт-	<p><i>Бизнес метрики:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• гросс-продажи в единицах и деньгах;</li> <li>• стоимость одного покупателя;</li> <li>• средний чек.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• средний доход на посетителя (RPV);</li> <li>• средний доход на клиента (RPC);</li> <li>• продажи с каждого канала привлечения посетителей;</li> <li>• показатель ROI.</li> </ul> <p><i>Трафик-метрики:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• количество посетителей на сайте;</li> <li>• число просмотренных страниц и среднее время на сайте;</li> <li>• затраты на одного посетителя (CPV);</li> <li>• отказы;</li> <li>• все обозначенные метрики в расчете на канал привлечения.</li> </ul> <p><i>Конверсионные метрики:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• конверсия для каждого типа цели и каждого канала привлечения посетителей;</li> <li>• количество регистраций.</li> </ul> <p><i>Метрики вовлечения аудитории:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• количество оставленных оценок и отзывов;</li> <li>• количество повторных посещений;</li> <li>• время до покупки;</li> <li>• география посетителей;</li> <li>• глубина просмотра по разделам сайта;</li> <li>• время просмотра по разделам;</li> <li>• процент использования поиска на сайте, процент выхода после поиска.</li> </ul>
Корпоративный сайт	Увеличение продаж компании	<p><i>Бизнес-метрики:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• количество звонков/заявок с сайта;</li> <li>• гросс-продажи в единицах и деньгах;</li> <li>• стоимость одного обращения;</li> <li>• ROI.</li> </ul> <p><i>Трафик-метрики:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• количество посетителей на сайте;</li> <li>• число просмотренных страниц и среднее время на сайте;</li> <li>• затраты на одного посетителя (CPV);</li> <li>• отказы;</li> <li>• все обозначенные метрики в расчете на канал привлечения.</li> </ul> <p><i>Конверсионные метрики:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• конверсия для каждого типа цели и каждого канала привлечения посетителей в звонки/заявки с сайта.</li> </ul> <p><i>Метрики вовлечения аудитории:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• просмотры страницы «Контакты»;</li> </ul>

Продолжение таблицы 1

1	2	3
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• ознакомление с продукцией и услугами, скачивание прайс-листов, каталогов, других материалов;</li> <li>• помощь в выборе продукта – использование калькулятора, консультанта;</li> <li>• количество повторных посещений;</li> <li>• география посетителей;</li> <li>• глубина просмотра по разделам сайта;</li> <li>• время просмотра по разделам;</li> <li>• процент использования поиска на сайте, процент выхода после поиска.</li> </ul>
Имиджевый сайт	Увеличение узнаваемости бренда	<p><i>Трафик-метрики:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• количество посетителей на сайте;</li> <li>• увеличение «брендового» трафика;</li> <li>• число просмотренных страниц/роликов и среднее время на сайте;</li> <li>• отказы.</li> </ul> <p><i>Метрики вовлечения аудитории:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• количество повторных посещений;</li> <li>• ознакомление с продукцией и услугами, скачивание прайс-листов, каталогов, других материалов;</li> <li>• использование интерактивных составляющих;</li> <li>• коэффициент вовлеченности контентом;</li> <li>• география посетителей;</li> <li>• глубина просмотра по разделам сайта.</li> </ul>
Информационный интернет-проект	Продажа рекламы на сайте	<p><i>Трафик-метрики:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• количество посетителей на сайте;</li> <li>• число просмотренных страниц и среднее время на сайте;</li> <li>• затраты на одного посетителя (CPV);</li> <li>• отказы;</li> <li>• все обозначенные метрики в расчете на канал привлечения.</li> </ul> <p><i>Метрики вовлечения аудитории:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• количество регистраций;</li> <li>• количество повторных посещений;</li> <li>• отслеживание качества комментариев;</li> <li>• социальная активность – перепосты, лайки, твиты.</li> </ul>

Все ключевые показатели должны быть измеримы с помощью инструментов веб-аналитики. Для реализации этой возможности в системах веб-анализа было введено понятие цели.

Цель в веб-аналитике – это достижимое действие посетителя, принимаемое за основу расчета ключевых показателей. Для каждого типа интернет-сайта устанавливаются свои цели, в зависимости от той сетки KPI, которую необходимо отслеживать.

Для интернет-магазина, основной бизнес-метрикой которого является количество продаж, целью будет являться достижение конечной страницы заказа товара, подтверждающей отправку данных о совершенном заказе. С помощью

систем аналитики можно отследить прохождение всей воронки заказа: от выбора товара до его подтверждения и оплаты. Инструмент визуализации данного процесса называется «воронка продаж» и может настраиваться в основных системах статистики Яндекс Метрика и Google Analytics. Прохождение всей воронки продаж, представленной на рисунке, по конкретному источнику привлечения трафика говорит о его общей эффективности.



Рис. 1. Воронка продаж для интернет-магазина.

Количество товара, положенного в корзину, и его ассортимент также можно отследить с помощью инструментов аналитики – специальных «событий», которые настраиваются программным методом в коде сайта.

Создание ядра постоянных покупателей и повторные покупки также являются одной из отслеживаемых метрик для интернет-магазинов. Здесь отслеживаемой целью будет являться достижение регистрации и подтверждение своей учетной записи. Развитие сайта за счет пользовательских оценок и комментариев также является значимой метрикой социальной активности целевой аудитории и её вовлеченности в процесс выбора и покупки товара. Целью для отслеживания в данном случае служит количество оставленных отзывов и оценок.

Для имиджевых и корпоративных сайтов (сайтов визиток) отслеживаемыми целями могут служить:

1. обращения, т. е. заполнение заявки и достижение страницы thank you page;
2. звонки на телефонный номер (современные системы аналитики позволяют это отслеживать с помощью сторонних скриптов и сервисов);
3. продажа в офисе, просмотр страницы «контакты» с адресом организации, её последующая печать;

4. ознакомление с продукцией и (или) услугами; для этого пользователь может тщательно просмотреть весь каталог или скачать необходимые материалы (прайс-листы, каталоги, инструкции, кейсы), отслеживаются с помощью событий;

5. помощь в выборе продукта, т. е. использование калькулятора и (или) виртуального консультанта; отслеживаются с помощью событий.

Для контентных проектов (интернет-журналы, электронные СМИ) целями являются:

1. потребление контента, т. е. определенное количество просмотров страниц;

2. создание ядра аудитории. Отслеживается количество регистраций с помощью установки цели на страницу thank you page;

Отслеживание качества контента путем измерения количества голосований, отзывов, комментариев реализуется с помощью «событий».

Измерение количества достижений целевых действий в конечном итоге дает представление о конверсионности того или иного источника трафика, о его эффективности в комплексе маркетинговой коммуникации с целевой аудиторией. После получения данных определяются мероприятия и вырабатываются необходимые решения, согласно которым возможно повысить эффективность. Этими решениями могут быть: оптимизация рекламного бюджета, изменение списка ключевых слов, поиск альтернативных источников трафика, дающих максимальный конверсионный результат. Измерение эффективности каналов трафика и конверсионности площадки осуществляется с помощью специальных методологий, которые только начинают формализовываться.

#### **4. АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКИХ САЙТОВ КРЫМСКОГО РЕГИОНА**

В Крыму успешно представлены следующие виды туризма: рекреационный туризм, лечебно-оздоровительный туризм, событийный туризм, экологический туризм, горнолыжный туризм, круизный туризм [22].

Сетевая справочно-информационная поддержка туризма в Крыму весьма насыщена и разнообразна, так как туристическая отрасль является существенной статьей дохода региона. Создание справочно-информационных сайтов для туризма финансируется как самими туристическими компаниями, так и региональной администрацией.

Все туристические сайты и порталы по тематике можно разбить на:

1) **Сайты, содержащие общую информацию о полуострове.** Среди них Википедия, новостные сайты Крыма и г. Севастополя, которые содержат новостную ленту, описание достопримечательностей, городов, карты погоды, географическую карту Крыма, ссылки на различные брошюры, камеры прямой трансляции.

2) **Сайты муниципальных образований и курортов.** Проанализируем возможности таких интернет-ресурсов на примере сайта, посвященного г. Севастополю. Официальный сайт города Севастополя (<http://www.sevastopol.su/>), как и всякий муниципальный сайт, содержит справочную информацию, новостную ленту, предоставляет возможности проведения конкурсов, оплаты налогов и др. Геоинформационная составляющая портала состоит в возможности перехода с сайта на карту Гугл. Сайт туристического центра

Севастополя содержит список и карту туристических объектов города.

**3) Сайты крупных отелей и курортов.**

Так, например, сайт <http://riviera-krum.ru/> рассказывает о коттеджном комплексе гостиничного типа «Ривьера».

**4) Сайты аэропортов, железнодорожного и автомобильного транспорта, отелей, фирм проката транспорта, культурных туристических объектов, пляжей.** Сайт аэропорта г. Симферополя (<http://www.sipaero.ru/>) содержит справочную информацию об аэропорте, табло отлетов и прилетов и т. д. Геоинформации на сайте нет.

**5) Сайты туристических фирм, туроператоров, отзывы туристов.** Как правило, сайты туристических агентств предоставляют информацию о турах, гостиницах, самолетах, но не содержат привязки к геопространственной информации. На сайтах туристических фирм часто можно не только найти полезную информацию, но и забронировать тур, рейс или гостиницу (<http://www.turagentov.ru/>).

**6) Сайты по продаже недвижимости.** Эти сайты часто производят привязку недвижимости к городам и областям, но не связывают ее с геопорталами ([www.crimea-realestate.com/](http://www.crimea-realestate.com/)).

**7) Видеоportалы с поисковиками.** Большое количество видеороликов о достопримечательностях Крыма содержится на портале <http://youtube.com>.

**8) Карты и схемы.** В сети часто присутствуют карты и схемы городов и туристических объектов, сосканированные с бумажных носителей, но не дающие привязки справочной информации к туристическим объектам и, следовательно, не являются геопорталами (например, <http://crimeamap.ru/>).

**9) Блоги и форумы.** Порталы с форумами могут дать различную вербальную характеристику туристических объектов, но не имеют геопространственной привязки.

Вместе с тем в Крыму отсутствуют интегрированные геопорталы, которые не только позволяют найти полезную информацию, но и забронировать место в гостинице, тур или купить билет на транспортное средство.

Информационные технологии бронирования, резервирования, информационно-коммуникационных сетей прочно вошли в нашу жизнь. Первостепенную роль играют технологии продвижения туристических продуктов и услуг.

Туристические информационные системы позволяют осуществлять ввод, обработку, хранение и выдачу информации о турах, гостиницах, клиентах, состоянии заявок [23–25].

Одним из самых ярких событий в области геоинформатики явилось создание корпорацией Гугл интерактивных карт Земли [26–30]. Каждый желающий может просматривать космические снимки всей площади Земли с приемлемым качеством.

Помимо растровых снимков, для пользователей созданы векторные слои, отображающие структуру населенных пунктов, дорог, туристических объектов.

Также появились относительно дешевые космические снимки, которые могут быть использованы для решения собственных задач в интегрированных информационных системах, например, в области туризма.



В ГИС туризма существует необходимость решения геомаркетинговых задач. Можно выделить трех участников туристической деятельности: потребители туристических услуг, посредники и поставщики. Потребители нуждаются в информации о ценах, расписании туров, качестве услуг. Посредники и поставщики нуждаются в информации о потребителе сферы туристических услуг, его запросах, ценовых категориях и предпочтениях.

Услуга в туризме не может быть рассмотрена и оценена в пункте продажи. Туристические услуги приобретают заранее в местах, удаленных от области потребления, поэтому именно туризм очень нуждается в рекламе, изображении, описании, в средствах коммуникации и передачи информации. Именно информационные потоки организуют связь между потребителем и поставщиком туристических услуг. Стоит отметить также большую взаимосвязь между различными поставщиками в сфере услуг. Так, гостиницы, туристические объекты и транспорт весьма завязаны между собой.

В туризме используются все виды телекоммуникационных услуг: локальные, региональные и глобальные сети, электронная почта, бронирование услуг и электронная коммерция.

Современные туристические информационные технологии можно разбить на несколько групп: банковские информационные системы и организация денежных потоков, системы бронирования и резервирования, электронная коммерция, туристические социальные сети, геоинформационные системы, системы управления туристическим комплексом, системы управления транспортными средствами, системы поддержки туристического бизнеса в глобальных сетях.

Интегрированные информационные системы позволяют объединять в туристическом бизнесе разнородные системы и разнородную информацию.

Основу туристической индустрии составляют фирмы-туроператоры, которые являются частью мирового туризма и мировых информационных потоков. Для продажи туров широко используются методы компьютерного бронирования. Агенты занимаются туристическими поездками, продажей их в виде путевок и туров; предоставляют услуги по размещению и питанию туристов (гостиницы, кемпинги и др.), их передвижению по стране. В сфере туризма также задействованы органы управления, информации, рекламы по исследованию туризма и подготовке для него кадров, предприятия по производству и продаже товаров туристского спроса. На туризм работают и другие отрасли, для которых обслуживание туристов не является основным видом деятельности (предприятия культуры, торговли и др.).

Система информационных технологий, используемых в туризме, состоит из компьютерной системы резервирования, системы проведения телеконференций, видеосистем, компьютеров, информационных систем управления, электронных информационных систем авиалиний, электронной пересылки денег, телефонных сетей, подвижных средств сообщения и т. д. При этом необходимо отметить, что эта система технологий развертывается не туристическими агентами, гостиницами или авиакомпаниями каждым в отдельности, а всеми ими. Мы имеем дело с интегрированной системой информационных технологий, которая распространяется в туризме.

Компьютерные системы бронирования (КСБ) оказывают огромное влияние на всю туристическую отрасль. КСБ предоставляют не только авиауслуги, но также ночевки в гостиницах, аренду автомобилей, круизные поездки, информацию о месте пребывания, курсе валют, сообщения о погодных условиях, автобусном и ж/д сообщении. Такие системы позволяют резервировать все основные сегменты тура – от мест в гостиницах и авиаперелетов до билетов в театр и страховых полисов. Фактически они составляют всеобщую информационную систему, предлагающую важнейшие распределительные сети для всей туристической торговли.

Существующие сайты туристических компаний, как правило, мало используют достижение геоинформационных систем. Сайты туристических компаний предоставляют возможности получения информации о турах, гостиницах, аэропортах, авиакомпаниях, типах самолётов, просмотра расписания полетов на различные направления. Порталы содержат информацию о различных видах транспорта для путешественников, есть возможность бронирования авиабилетов, аренды автомобилей. Посетители могут забронировать номер в отеле, выбрав город, даты заезда и обозначив количество путешествующих, узнать стоимость предлагаемых услуг и оплатить их платежной картой через Интернет. Есть доступ к просмотру фотографий с достопримечательностями выбранного места. Сайты содержат необходимую информацию для профессионалов турбизнеса, содержится горячая информация об изменениях в области туристической индустрии, визовых режимах, миграционных изменениях и т. п. в различных странах.

С коммерческой точки зрения, хороший веб-сайт – это, в первую очередь, эффективный инструмент продаж. Сайт должен быть своеобразным магазином, на витрине и прилавках которого удобно разложены разнообразные товары. В нашем случае это туры. Причем с реальными ценами, а не абстрактные «направления». Многие заходят на сайт уже определившись с местом отдыха. Им нужна конкретная информация о его стоимости в понятной форме. Также на сайте необходим список возможных экскурсий (в идеале – с ценами реальными или ориентировочными). Очень удобны «информеры» с текущей погодой по курортам и ее прогнозом. Объем сопутствующей информации в конечном итоге определяется амбициями агентства. Для компаний, работающих с большим числом направлений, более целесообразной может быть ссылка на крупный геоинформационный ресурс, располагающий обширными сведениями по стране. Часто это могут быть сайты национальных представительств по туризму. Если же речь идет об узкоспециализированном продукте, то кроме цен на сервере агентства нужна максимально подробная информация по стране в контексте предлагаемого турпродукта. Особенно, если направление не является местом массового туризма для россиян.

## **ВЫВОДЫ**

Резюмируя вышесказанное, можно сделать вывод о том, что процесс организации и проведения маркетинговых исследований является очень важной функцией современной управленческой деятельности туристических фирм и органов региональной власти. Они позволяют существенным образом повысить

оперативность и объективность принимаемых решений.

Можно отметить, что появились новые технологии турагентств и турфирм, которые широко используют достижения электронной коммерции и геоинформационных систем. Однако уровень и состав программных продуктов в области туризма еще весьма далек от насыщения. Этому способствует стихийный характер управления ходом информатизации российской индустрии туризма.

Как нам представляется, геоинформационные туристические ГИС можно создавать различными способами: на базе инструментальных ГИС; на основе ВЕБГИС-технологий, аналогичных картам Гугл и Яндекс; на основе дорожных навигаторов.

Первый способ эффективен для рекламных проектов. На основе этого метода можно создавать вьюеры различных курортных зон. Так, например, известны карты РФ, Москвы. К этим картам можно добавить слои с описанием туристических объектов, содержащим планы территорий, здания, фотографии номерного фонда, пляжей, оригинальные меню местной кухни и т. д.

Второй метод, на наш взгляд, более прогрессивен. Возможно добавление к существующим Гугл или Яндекс картам специального программного обеспечения с описанием туристических объектов. Обеспечив интернет-доступ к такому программному расширению, турфирмы либо курортные города будут иметь огромное преимущество по сравнению с конкурентами.

Добавление в навигаторы слоя туристических объектов значительно облегчит автомобильный туризм.

#### **Список литературы**

1. Цуцурин В. Д., Шайтура С. В. Муниципальная ГИС города Бургас // Славянский форум. 2013. № 1 (3). С. 107–114.
2. Зевке О. Ю., Кожаев Ю. П. Анализ структурной трансформации гостиничного рынка России // Славянский форум. 2015. № 1 (7). С. 77–91.
3. Дышловой И. Н., Прохорова О. В. Влияние коэффициента локализации на эффективность развития туристической отрасли Крыма // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2014. № 7 (215). С. 24–36.
4. Дышловой И. Н. Состояние, проблемы и перспективы развития санаторно-курортной и туристической отрасли Республики Крым // Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. Т. 8, № 1. С. 51–59.
5. Харитонов С. В., Шайтура С. В. Маркетинговый интеллектуальный анализ данных развития туризма в крымском регионе // Славянский форум. 2015. № 4 (10). С. 334–339.
6. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А. Концептуальные основы кластерной организации развития крымского рекреационного макрорегиона // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. Т. 10. № 1. С. 83–94.
7. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А. Стратегия роста конкурентоспособности экономики Украины и ее регионов // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». 2013. Т. 2. № 26 (65). С. 88–98.
8. Розенберг И. Н. Инфраструктура интеллектуальных транспортных систем // Славянский форум. 2012. № 1 (1). С. 242–245.
9. Розенберг И. Н. Пространственное управление в сфере транспорта // Славянский форум. 2015. № 2 (8). С. 268–274.
10. Розенберг И. Н., Цветков В. Я. Семiotическое управление транспортными системами // Славянский форум. 2015. № 2 (8). С. 275–282.

11. Стоева Д. Р. Пространственные аспекты туристического маркетинга // Славянский форум. 2015. № 3 (9). С. 277–281.
12. Цуцурин В. Д. Туристические геоинформационные технологии для черноморского региона // Славянский форум. 2015. № 2 (8). С. 319–326.
13. Цуцурин В. Д., Шайтура С. В. Функции геопорталов и этапы их создания // Славянский форум. 2015. № 1 (7). С. 301–310.
14. Шайтура С. В. Интеллектуальный анализ данных // Славянский форум. 2015. № 2 (8). С. 341–350.
15. Шайтура С. В. Информационные модели данных и баз знаний в геоинформатике // Славянский форум. 2012. № 2 (2). С. 69–79.
16. Шайтура С. В. Электронная коммерция и геоинформационные системы // Славянский форум. 2015. № 1 (7). С. 316–323.
17. Бажанов Р. С., Шайтура С. В. Ключевые показатели эффективности интернет проектов как основа измерений в веб аналитике // Славянский форум. 2013. № 2 (4). С. 13–22.
18. Германов В. Е., Шайтура С. В. Классификация стратегий продвижения стартапов электронной коммерции // Славянский форум. 2012. № 2 (2). С. 154–163.
19. Германов В. Е., Шайтура С. В. Методика разработки стартапа электронной коммерции // Славянский форум. 2013. № 2 (4). С. 48–55.
20. Германов В. Е., Шайтура С. В. Моделирование стартапов электронной коммерции на рынке товаров и услуг // Славянский форум. 2012. № 1 (1). С. 171–176.
21. Германов В. Е., Шайтура С. В. Проектирование систем электронной коммерции // Славянский форум. 2013. № 2 (4). С. 42–47.
22. Журкин И. Г., Цуцурин В. Д., Шайтура С. В. Анализ сетевых геоинформационных ресурсов черноморского побережья Болгарии // Славянский форум. 2015. № 4 (10). С. 137–146.
23. Шайтура С. В. Интеграция геоинформационных систем и интернет // Славянский форум. 2012. № 1 (1). С. 92–99.
24. Шайтура С. В. Электронная коммерция и геоинформационные системы // Славянский форум. 2015. № 1 (7). С. 316–323.
25. Шайтура С. В. Интеллектуальный анализ данных // Славянский форум. 2015. № 2 (8). С. 341–350.
26. Шайтура С. В. Интеграция геоинформационных систем и интернет // Славянский форум. 2012. № 1 (1). С. 92–99.
27. Шайтура С. В. Электронно-геоинформационные ресурсы и технологии // Науки о Земле. 2012. № 2. С. 65–68.
28. Шайтура С. В. Информационные ресурсы в геоинформатике // Образовательные ресурсы и технологии. 2015. № 1 (9) С. 103–108.
29. Шайтура С. В. Использование геопорталов в электронной коммерции // Вестник Московского государственного университета. Серия Экономика. 2015. № 2. С. 120–127.
30. Шайтура С. В. Информационные ресурсы в геоинформатике // Образовательные ресурсы и технологии. 2015. № 1 (9). С. 103–108.

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 311:338.48

## СТАТИСТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

*Колесник В. И.*

*Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация*

*Email: [viz27@bk.ru](mailto:viz27@bk.ru)*

В статье приведены методологические подходы к построению системы статистического обеспечения управления развитием туризма в регионе. Предлагается алгоритм определения и решения организационно-методологических и практических вопросов статистических исследований рынка туристических услуг в регионе. Проанализированы информационные ресурсы и разработана комплексная система показателей статистического анализа рынка туристических услуг. Разработаны положения, на которых базируется внедрение элементов туристического рынка региона, требующего совершенствования в соответствии с современными условиями функционирования национального туристического хозяйства. Определены признаки группировки системы показателей статистического анализа туристического рынка.

**Ключевые слова:** статистическое обеспечение, статистическое наблюдение, статистическая информация, туризм, услуги, регион, эффективность управления, анализ, статистический мониторинг.

### ВВЕДЕНИЕ

В современном мире широкое развитие получает туризм как вид экономической деятельности. Согласно определению ООН, под туристической индустрией понимается совокупность производственных и непроизводственных видов деятельности, направленных на создание товаров и услуг для туристов, которые, по оценке Всемирного банка, занимают ведущее место среди отраслей сферы услуг и второе место в мировой экономике [1].

Этот вид деятельности основан на интегрированном использовании потенциала территории и факторов производства различных отраслей. Туристический рынок на сегодняшний день является одним из наиболее глобализированных рынков, развитие туризма в еще большей степени способствует глобализации рынков и видов экономической деятельности [2, 3].

Активизация деятельности предприятий туризма должна основываться на расширении возможностей управления рынками туристических услуг в определенном направлении и сочетании эффективного государственного регулирования туристической индустрией с рыночной саморегуляцией [4].

Цель исследования состоит в теоретическом обосновании необходимости построения системы статистического обеспечения управленческих процессов и практических рекомендаций по усовершенствованию статистического анализа развития рынка туристических услуг в регионе.

Предметом исследования являются теоретические и методологические аспекты выполнения статистического анализа рынка туристических услуг.

Методологическая основа исследования – системный подход к статистическому исследованию состояния и развития рынка услуг в регионе.

## **ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ**

В соответствии с Федеральным Законом Российской Федерации «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туристом является лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющие не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания [5].

Рынок туристических услуг требует адекватной реакции субъектов деятельности на наличие своевременной и точной информации, умение ее осмыслить, сделать выводы и результативно использовать в управленческих решениях. Объективная информация о состоянии туризма необходима региональным органам управления для разработки действенной политики его развития, а субъектам туристической индустрии – для определения стратегии и тактики действий на рынке [6]. В этом контексте усиливается роль не только информационного обеспечения, а и пользователей информации, их способность использовать информационный ресурс в процессе управления.

Существует необходимость комплексного подхода к статистическому анализу туристического рынка, а, следовательно, решения следующих проблем:

- формирования четкого понятийного аппарата классификаций, особенностей, методов и аспектов организации статистических исследований рынка туристических услуг с помощью систематизации как отечественных, так и разработок зарубежных ученых;
- оценки уровня эффективности деятельности предприятий туризма и выявления факторов и причин достижения существующего состояния;
- определения тенденций развития туристических предприятий по показателям их состояния;
- накопления, трансформации и эффективного использования информационной базы финансового, экономического и управленческого характера;
- определения уровня конкурентоспособности национальных туристических предприятий;
- качественного планирования и прогнозирования туристической деятельности, эффективного размещения финансовых ресурсов;
- эффективного формирования потоков туристов на рынке туристических услуг;
- своевременного принятия мер, направленных на повышение эффективности деятельности туристических предприятий как с экономической, так и социальной точек зрения;
- определени\ резервов расширения туристического предложения

субъектов рынка;

– разработки сценариев развития экономической деятельности предприятий туристической индустрии.

Решение указанных задач позволит всем заинтересованным субъектам туристического рынка принять взвешенные управленческие решения для обеспечения эффективности его функционирования.

Таким образом, с ростом объемов и экономического значения туризма возникает реальная необходимость в учете и обработке данных о состоянии и динамике его развития. Большинство стран мира уже эффективно работают в направлении внедрения и использования системы статистики туризма, которая существенно и положительно влияет на развитие отрасли в целом. Не обошла указанная тенденция и научные исследования в этом направлении.

К сожалению, обострение мирового экономического кризиса значительно повлияло на состояние туристической индустрии, а затем определило приоритетным направлением финансовую поддержку отрасли и поиск новых подходов и возможностей для повышения эффективности деятельности туристических предприятий, оттеснив развитие методологии статистики туризма на второстепенный план. В то же время именно в таких условиях значение статистического анализа как инструмента поиска путей обеспечения устойчивого развития и устойчивого роста хозяйствующих систем на рынке туристических услуг только усиливается, что определяет важность активного внедрения его основных положений и достижений.

Условием успешного принятия и реализации управленческих решений в туризме является проведение статистического анализа, а, следовательно, четкая организация аналитического процесса, представляющая собой систему рациональных и скоординированных действий исследования состояния и развития туристического рынка, его субъектов и объектов в соответствии с определенной целью. Для надлежащего обеспечения организации статистического анализа необходимо четкое определение и решение организационно-методологических и практических вопросов статистических исследований рынка туристических услуг в регионе. В этом и состоит цель исследования.

В Республике Крым на сегодняшний день особенно актуальным является алгоритм разработки, обоснования и принятия управленческих решений, совершенствование методов организационного, ресурсно-финансового и инвестиционного обеспечения развития туристической индустрии.

С целью увеличения туристического потока в Республику Крым необходима разработка стратегического «прорыва» и увеличение роста инвестиций в сферу туризма. Чтобы сделать Крым действительно одним из ведущих туристических центров России, необходима реализация масштабных проектов в сфере туризма и выход на туристический рынок, включение в межрегиональные и международные корпоративные сети туроператоров и турагентств [7, 8].

Анализ литературы по данной проблеме показывает, что большинство исследований имеют хаотичный характер и осуществляются только в зависимости от конкретной цели, а в существующих методиках расчета объемов туристической

деятельности обобщены источники информации только статистической отчетности в туризме [9, 10, 11, 12, 13].

Туризм – явление чрезвычайно сложное и многогранное. Любой показатель воспроизводит только одну его грань. Комплексная характеристика туризма предусматривает использование системы показателей, которой присущи две черты: всесторонность количественного отображения явлений и органическая взаимосвязь отдельных показателей. Именно эти черты превращают группу показателей в единый комплекс характеристик сложного предмета познания, то есть в систему показателей.

Система показателей статистики туризма – это совокупность взаимосвязанных числовых характеристик статистических показателей, которые всесторонне характеризуют состояние и развитие процессов и явлений туристического хозяйства в соответствующих условиях времени и региона (мира, страны, области, города и т.д.). Круг определяемых свойств, а также показателей системы зависит от цели исследования. В каждой системе можно выделить те определенные множества показателей, которые более подробно воспроизводят ту или иную сторону явления.

Анализируя литературные источники, можно утверждать о несовершенстве основных показателей статистики туризма. Так, авторы выделяют три группы показателей: показатели мониторинга туристического рынка, показатели оценки экономической роли туризма и показатели, характеризующие туристические ресурсы [6, 11]. По нашему мнению, эта система является достаточно комплексной, но имеет некоторые недостатки.

Во-первых, несовершенными считаем принципы построения системы. Так, группа показателей мониторинга туристического рынка носит очень общий характер, ведь в соответствии с определением содержания понятия «туристический рынок» она должна включать широкий спектр показателей и, в том числе, показатели, характеризующие туристические ресурсы, которые вынесены в отдельную группу.

Во-вторых, не выделяются конкретные показатели оценки экономической роли туризма, а лишь имеются ссылки на международную систему сателлитных счетов при анализе возможных положительных и отрицательных сторон их использования.

При этом, формируя свою систему показателей статистики туризма, авторы концентрируют внимание только на туристическом предприятии как субъекте хозяйствования, то есть в основном анализируется только микроуровень туристической индустрии. И хотя в этой системе выделяются макроэкономические показатели, которые определяются на основе системы национальных счетов (СНС), но ограничиваются они только теоретическим исследованием понятия СНС, ее основных функций и категорий, не определяя роль туризма в этой системе.

Итак, проанализированные нами исследования сделали весомый вклад в статистическое обеспечение рынка туристических услуг, но требуют совершенствования в соответствии с современными условиями функционирования национального туристического хозяйства и систематизации в комплексную систему показателей статистики туристического рынка.



Считаем целесообразным всю совокупность показателей статистики туризма сгруппировать по направлениям исследования и по признаку значения для отдельной группы общества, которая заинтересована в расчете этих показателей (рис. 1.).



Рис. 1. Признаки группировки системы показателей статистического анализа туристического рынка.

На основании трех направлений исследования туризма разработана комплексная система показателей статистического анализа рынка туристических услуг, схема которой отражена на рис. 2.

Показатели оценки обеспеченности туристическими ресурсами характеризуют фактический туристический потенциал региона. Главная цель их расчета – выявить соотношение между туристической привлекательностью территории и возможностью ее реализации: с какой эффективностью могут быть использованы туристические ресурсы региона при этом уровне развития туристической и другой инфраструктуры.

В расчете этой группы показателей заинтересованы туристические предприятия, которые формируют туристический продукт и предлагают туристические услуги на основе сочетания определенных ресурсов, государство – при разработке стратегий развития заповедных территорий и сохранении историко-культурного наследия страны, общество – в лице природоохранных организаций, а также туристы, заинтересованные не только в объектах экскурсионного показа, но и в качественных элементах туристической инфраструктуры.

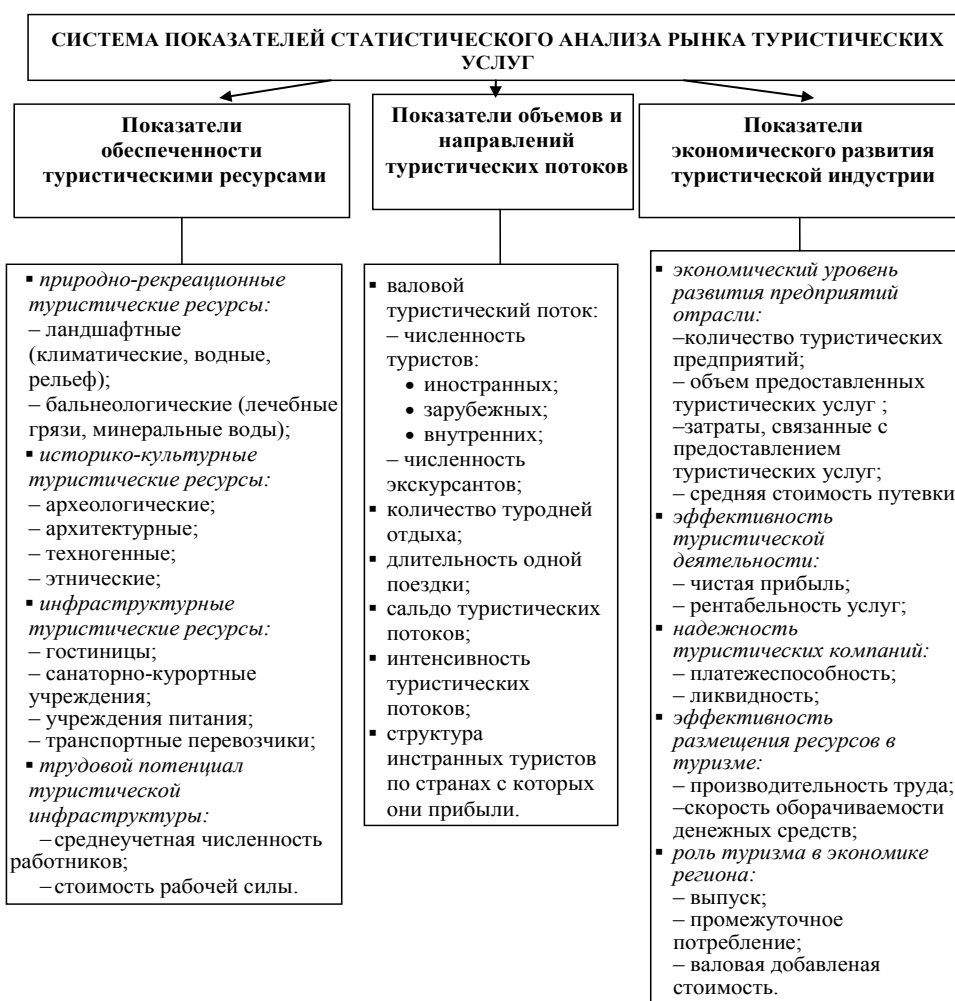


Рис. 2. Характеристика показателей статистического анализа рынка туристических услуг.

В отечественных литературных источниках даются различные определения понятию туристических потоков. Находим перевод этого термина с английского языка. Tourist flows (туристические потоки) – количественная и временная (сезонная) характеристика туристических прибытий. Tourist and visitor flows – потоки туристов и посетителей, которые прибывают на определенный срок. Итак, можно определить, что туристический поток – это определенное количество туристов и экскурсантов за определенный период времени (месяц, год и т. д.).

Показатели объемов и направлений туристических потоков прямо пропорционально влияют на принятие решений туристическими компаниями по

специализации их деятельности, поэтому их расчет в первую очередь важен для руководителей туристических предприятий.

Также указанная группа показателей интересует туристов, которые под влиянием моды, популярности того или иного курорта могут осуществлять свой выбор в пользу определенной туристической поездки.

Любое предприятие, в том числе и туристическое, в первую очередь, стремится получить максимальный эффект от осуществления своих хозяйственных операций.

Именно поэтому значение группы показателей экономического развития туристической индустрии обусловлено тем, что на их основе можно осуществлять анализ целесообразности капиталовложений в сферу туризма, а, следовательно, определять инвестиционную привлекательность отрасли, проводить финансовый анализ эффективности туристической деятельности и разрабатывать финансово-экономическую стратегию поведения туристических предприятий. В информации, получаемой в результате расчетов этой группы показателей, в первую очередь заинтересованы владельцы предприятий туризма и потенциальные инвесторы в туристический бизнес.

Экономический уровень развития предприятий отрасли представлен следующими показателями: количество туристических предприятий; объем предоставленных туристических услуг; расходы, связанные с предоставлением туристических услуг; средняя стоимость путевки. Также может рассчитываться объем предоставленных туристических услуг на каждую тысячу среднегодового населения и на одного туриста.

Наиболее дискуссионным с точки зрения расчета является показатель объема предоставленных туристических услуг. В соответствии с приказом Росстата от 26.06.2013 № 234 «Об утверждении официальной статистической методологии формирования официальной статистической информации об объеме платных услуг населению в разрезе видов услуг» туристические услуги охватывают: туроператоров по формированию и реализации пакетного тура (комплекса услуг по перевозке, размещению, питанию туристов, экскурсионные услуги, услуги гидов-переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия); турагентов по реализации пакетного тура потребителю; по экскурсионному обслуживанию, т. е. услуги по организации поездок граждан с познавательными целями без осуществления ночевки в коллективном средстве размещения и не входящие в стоимость тура; объектов туристической индустрии по обслуживанию туристов, оплаченные в составе пакетного тура. В объем платных туристических услуг включаются услуги, оказанные туристам и однодневным посетителям объектами туристической индустрии, являющимися резидентами российской экономики.

При этом не конкретизируется, какие именно услуги включаются. В то же время наиболее целесообразным, по нашему мнению, является расчет объема предоставленных туристических услуг (ОТУ) в виде выручки от реализации, которой считается продажная стоимость предоставленных туристических услуг, указанная в оформленных как основание для расчетов с покупателями (заказчиками) документах, или в виде платежа, зачисленного на счет субъекта туристической деятельности в учреждениях банка.

Уровень надежности туристической компании можно определить на основе анализа ее финансовой отчетности, а именно: соотношения капитала и обязательств, структуры активов, ликвидности. Также стоит обратить внимание на структуру источников погашения обязательств. Так, одним из важнейших показателей этой группы является показатель платежеспособности туристического предприятия, который рассчитывается на основе общего коэффициента покрытия путем соотношения всех текущих активов к текущим обязательствам, и характеризует достаточность оборотных активов туристического предприятия для погашения своих долгов. Указанные показатели рассчитываются в совокупности с показателями эффективности для обеспечения комплексной картины относительной надежности туристического бизнеса и важны не только для владельцев и инвесторов туристических предприятий, но и туристов для принятия решений в пользу приобретения туристского продукта определенной компании.

Эффективность размещения ресурсов в туризме может быть оценена по показателям эффективности работы персонала (производительность труда), использование основных средств (фондоотдача, фондоемкость, фондовооруженность) и оборотных активов (скорость вращения денежных средств – коэффициент оборачиваемости, продолжительность оборота денежных средств). При производстве туристического продукта, оказании услуг ресурсы туристического предприятия осуществляют определенный кругооборот.

На первой стадии кругооборота денежные средства (оборотные активы) расходуются на приобретение отдельных услуг, из которых формируется туристический продукт, или на приобретение основных средств, необходимых для производства продукта или предоставления услуг, то есть переходят из денежной формы в материально-товарную.

На второй, производственной стадии, формируется туристический продукт или услуга, в процесс производства которых включаются работники туристического предприятия, получающие за выполненную работу заработную плату. На последней стадии кругооборота туристический продукт или туристические услуги продаются, и предприятие получает выручку (денежные средства), которая не только полностью возмещает ранее авансированные расходы, но и дает определенную прибыль.

Итак, основное внимание на туристическом предприятии уделяется эффективности работы трудового персонала и эффективности денежных средств.

Следует отметить, что использование показателей вышеприведенных групп дает детальное и структурированное представление о параметрах развития туристической отрасли, но не отражает действительного влияния туризма на экономику страны. Именно поэтому возникает необходимость расчета показателей экономической роли туризма, включающих выпуск товаров и услуг, промежуточное потребление и валовую добавленную стоимость. С помощью этой группы показателей можно оценить фактический потенциал туристической индустрии региона. Эта группа показателей является важнейшей с точки зрения оценки эффективности государственной политики в сфере туризма, определяет необходимость их расчета для органов власти и общества.

Выпуск товаров и услуг в туризме (ВТУ) определяется их стоимостью и является результатом всех видов деятельности, определяющих развитие туризма (деятельность гостиниц и ресторанов, деятельность учреждений культуры и спорта, деятельность по изготовлению и реализации сувениров). Выпуск одновременно отражает как количество производимых объектов деятельности по ассортименту, так и уровень цен. Промежуточное потребление в туризме отражает стоимость товаров и услуг, использованных в процессе удовлетворения потребностей туриста.

В то же время зарубежными исследователями и, в частности, Всемирной туристической организацией (ВТО), предлагается рассчитывать экономическую роль туризма посредством использования спутниковых счетов туризма, которые уже нашли распространение в различных странах [3] (рис. 3).

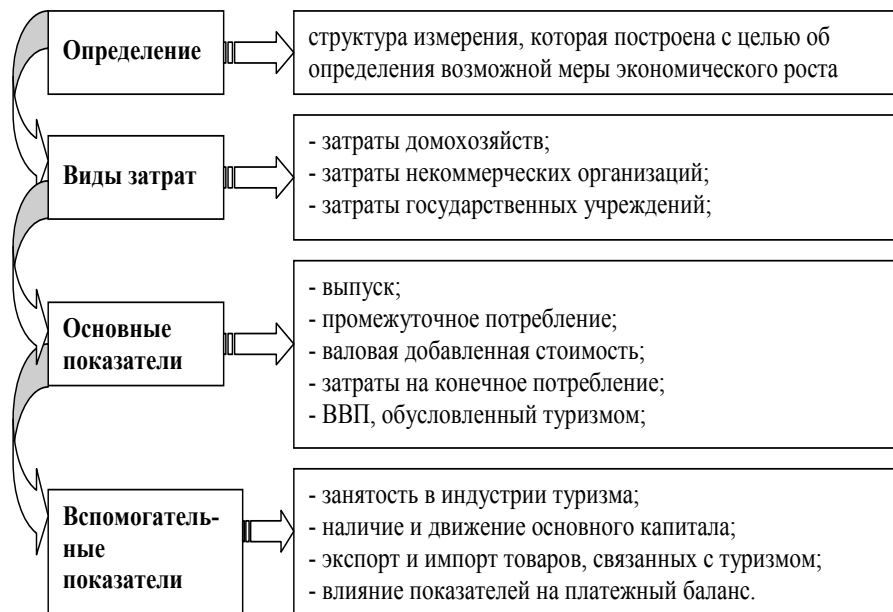


Рис. 3. Характеристика спутниковых счетов туризма.

В соответствии с методологическими пояснениями ВТО, спутниковые счета туризма – это структура измерения, основанная на концепциях, определениях и классификациях системы национальных счетов, развитая в целях обеспечения определения вероятной степени экономического вклада сектора туризма [3]. Как видно из рис. 3, спутниковые счета туризма (ССТ) относятся к одной из вспомогательных групп системы национальных счетов (СНС) и включают совокупность стоимостных показателей, методологически сопоставимых с другими показателями, используемыми для характеристики других видов экономической деятельности (в рамках СНС).

Итак, на основе проведенного исследования выделена система, которая включает три основные группы показателей статистики рынка туристических услуг. Эта система дает возможность комплексно анализировать все структурные составляющие

туристического рынка, оценивать взаимосвязь между ними, а также определять роль туристической индустрии в экономике региона.

Статистический анализ рынка туристических услуг должен обеспечиваться значительным массивом информации, получение которой сейчас серьезно затруднено недостатками в системе ведения статистики туризма и обеспечения соответствующими материалами потенциальных пользователей. Одним из путей решения этой проблемы является, на наш взгляд, создание системы статистического мониторинга, которая бы дала возможность эффективно применять комплексный подход к проведению аналитических исследований состояния и развития туристического рынка.

Система статистического мониторинга рынка туристических услуг представляет собой систему обобщения и согласования баз данных (законодательной базы, ресурсного паспорта, факторов влияния на рынок, инвестиционных проектов), проведения необходимых расчетов, прогнозирования всех основных параметров функционирования рынка и построения основных краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных планов его развития.

Система статистического мониторинга туристического рынка должна способствовать решению таких задач:

- прогнозированию развития явлений и процессов на рынке туристических услуг, их регулированию путем разработки оперативных и стратегических сценарных планов развития туризма;
- формированию, совершенствованию и продвижению национальных туристических продуктов;
- предупреждению негативных структурных и территориальных сдвигов отечественного туристического рынка (рис. 4.).

При построении системы статистического мониторинга следует руководствоваться следующими принципами:

- взаимозависимость и взаимообусловленность информационных потоков всех уровней управления туристической индустрией;
- ориентация системы на электронную технологию передачи информации;
- обеспечение доступа к информации из любой точки системы независимо от места физического хранения данных;
- открытость информации системы для всех пользователей, в том числе не из состава органов государственного и местного самоуправления;
- наличие единого организационно-технологического цикла сбора, обработки, накопления, анализа и распределения первичной и вторичной информации и информационных потоков;
- централизованность управления и администрирования информационной системой, в том числе контроля за доступом к информации;
- открытость системы для интеграции ее с другими информационными системами;
- минимизация морального старения технических и программных средств системы;

- обеспеченность техническими и программными средствами достаточной производительности, надежности и необходимого уровня безопасности.

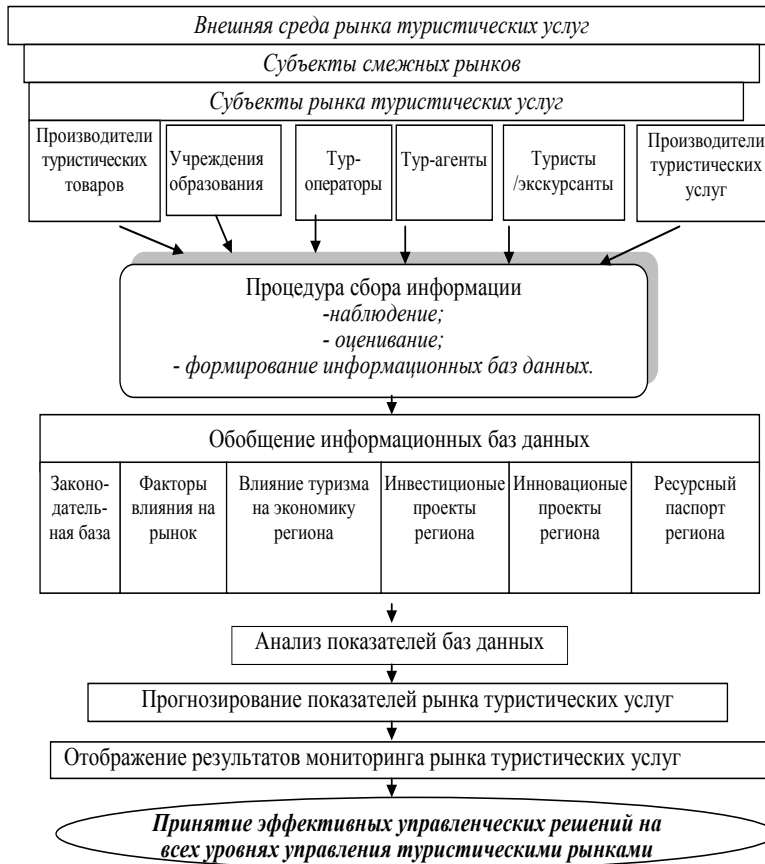


Рис. 4. Схема функционирования системы статистического мониторинга рынка туристических услуг.

Проанализировав информационные ресурсы статистического анализа рынка туристических услуг, можем констатировать, что они дают возможность получить достаточный объем необходимой информации об общем состоянии его развития. Но существует целый ряд проблем фрагментарности отображения результатов расчетов официальной статистики, вызванных отсутствием системного подхода по использованию данных всех систематизированных нами форм отчетности в аналитических исследованиях состояния и развития туристического рынка региона, внедрение которого базируется на следующих положениях:

- обеспечение комплексного статистического изучения рынка туристических услуг и его основных составляющих;
- соблюдение единого подхода к формированию информационной базы на различных уровнях управления туристическим сектором;

- четкое определение круга проблемных вопросов, касающихся различных сторон деятельности предприятий туристической индустрии, и формирование баз данных возможных управленческих решений по их преодолению;
- совершенствование системы организационного обеспечения статистического анализа рынка туристических услуг.

Также отметим, что использование данных отчетности является основным, но не единственным источником информации о состоянии и развитии туризма. Одновременно с официальной отчетностью должна использоваться также информация специально организованных статистических наблюдений. Развитие статистики туризма требует распространения практики их применения. Возникает необходимость создания целостной стратегии организации и проведения таких наблюдений, которые бы давали возможность учесть различные аспекты состояния и развития субъектов туристического рынка и на этой основе разрабатывать стратегию управления на микро- и макроуровнях.

Практика проведения специально организованных статистических наблюдений имеет свои особенности, обусловленные как спецификой объекта наблюдения, так и потребностями потребителей информации, которые имеют цель получить не только обобщенные результаты отчетности, а и дополнительные характеристики объекта исследования. Вместе с тем мировой опыт и разработки отечественных ученых позволяют обеспечить организацию и проведение специально организованных статистических наблюдений на должном уровне.

От статистической отчетности специально организованные статистические наблюдения деятельности предприятий туризма и перспектив развития туристической индустрии отличаются методами проведения и использования полученных результатов, так как при таких наблюдениях присутствуют элементы как статистических, так и социологических опросов, которые в зависимости от особенностей их организации могут проводиться методом анкетирования и интервьюирования.

Положительный эффект применения специально организованных статистических наблюдений позволяет выявить основные факторы и взаимосвязи между ними, установить относительную важность целей, а также дает возможность сосредоточить силы специалистов, их интуицию и опыт для решения тех проблем, решение которых наиболее необходимо. Отметим также, что в некоторых странах с рыночной экономикой аналогичные опросы получили достаточно широкое применение.

Процесс статистического анализа должен осуществляться в определенной последовательности, а необходимые аналитические процедуры – в установленном порядке и реализовываться с помощью совокупности методических, организационных и технических средств, методов и приемов. Уровень качества организации статистических исследований, в свою очередь, обеспечит эффективность принятия решений по управлению как отдельными субъектами рынка туристических услуг, так и туристической индустрией в целом.

Отметим, что в современных условиях не существует однозначного определения понятия качества организации статистического анализа, но к основным



критериям качества информации относятся востребованность, сопоставимость, своевременность, доступность, целостность и особенно достоверность.

По нашему убеждению, процесс аналитического исследования туризма при статистическом анализе можно условно разделить на четыре этапа (рис. 5).

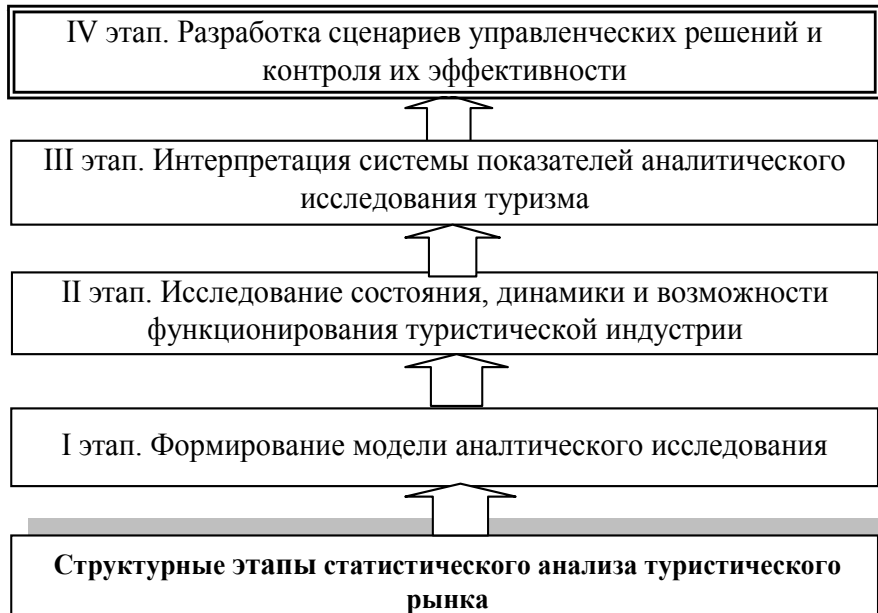


Рис. 5. Аналитическая схема процесса статистического анализа туристического рынка.

Как видно из рис. 5, на завершающем этапе статистического анализа туристического рынка на основании информационных ресурсов статистических расчетов и формулировании проблем, требующих решения, пользователи разрабатывают сценарии управленческих решений и определяют систему контроля оценки их эффективности. Статистика позволяет выяснить все полезное, что находится в исходных данных, и определить, что и как можно использовать для принятия решений [14]. Предпосылкой их подготовки всегда является наличие проблемы, т. е. установление с помощью статистического анализа несоответствия между фактическим и желаемым состоянием деятельности предприятия туристической индустрии.

Технология принятия решений охватывает:

- диагностику проблемы;
- выявление возможных способов ее решения;
- оценку вариантов;
- выбор варианта.

Выбор подходящего варианта решения осуществляется с учетом уровня показателей статистического анализа по критериям времени, величины и

вероятности получения необходимого результата. Выбранный вариант позволит выгодным для экономической системы способом решить проблему.

Итак, управленческое решение – это собственно ответы на вопросы, в какие сроки, с расходом каких сил и средств, в каком порядке, при каком распределении обязанностей, прав и ответственности, при какой организации контроля, с какими результатами должно осуществляться управляющее воздействие.

В туристической индустрии привлечено большое количество субъектов, которые прямо (гостиничные предприятия, санаторно-курортные учреждения, транспортные компании) и косвенно связаны с туризмом (финансовые, страховые компании, торговые предприятия). Управляющее воздействие на микроуровне имеет специфический характер для каждого из них. В то же время макроуровень принятия управленческих решений в туризме охватывает всю указанную совокупность предприятий и носит комплексный характер [15].

При разработке методики принятия управленческих решений необходимо учитывать тот факт, что пользователи информации по-разному заинтересованы в статистическом анализе туристического рынка. Для владельцев туристических предприятий статистика позволяет прогнозировать уровень доходности вложенного капитала, для потенциальных инвесторов – это помощь в выборе объекта вложения средств, для государства – определение роли туристической индустрии в развитии всей экономической системы региона, а для туристов – оценка туристической привлекательности при выборе места отдыха.

В соответствии с указанными выше заинтересованными общественными группами в результатах статистического анализа и рекомендаций по его организации приведем возможные направления использования информации статистики туризма в системе принятия управленческих решений [16] (рис. 6).

Качественное информационное обеспечение статистического анализа является одним из важнейших и самых сложных вопросов статистики туризма. Отчасти это связано с несовершенством существующей терминологии и установленной типологизации предприятий туристического хозяйства, вызывает значительные разногласия в информационных источниках.

Следовательно, в современных условиях информационное обеспечение статистики туристического рынка должно решать задачи оптимизации информационных потоков в оценке деятельности предприятий туризма и обеспечивать всех пользователей необходимыми полными и достоверными данными о состоянии и развитии рынка для принятия эффективных управленческих решений [17, 18].

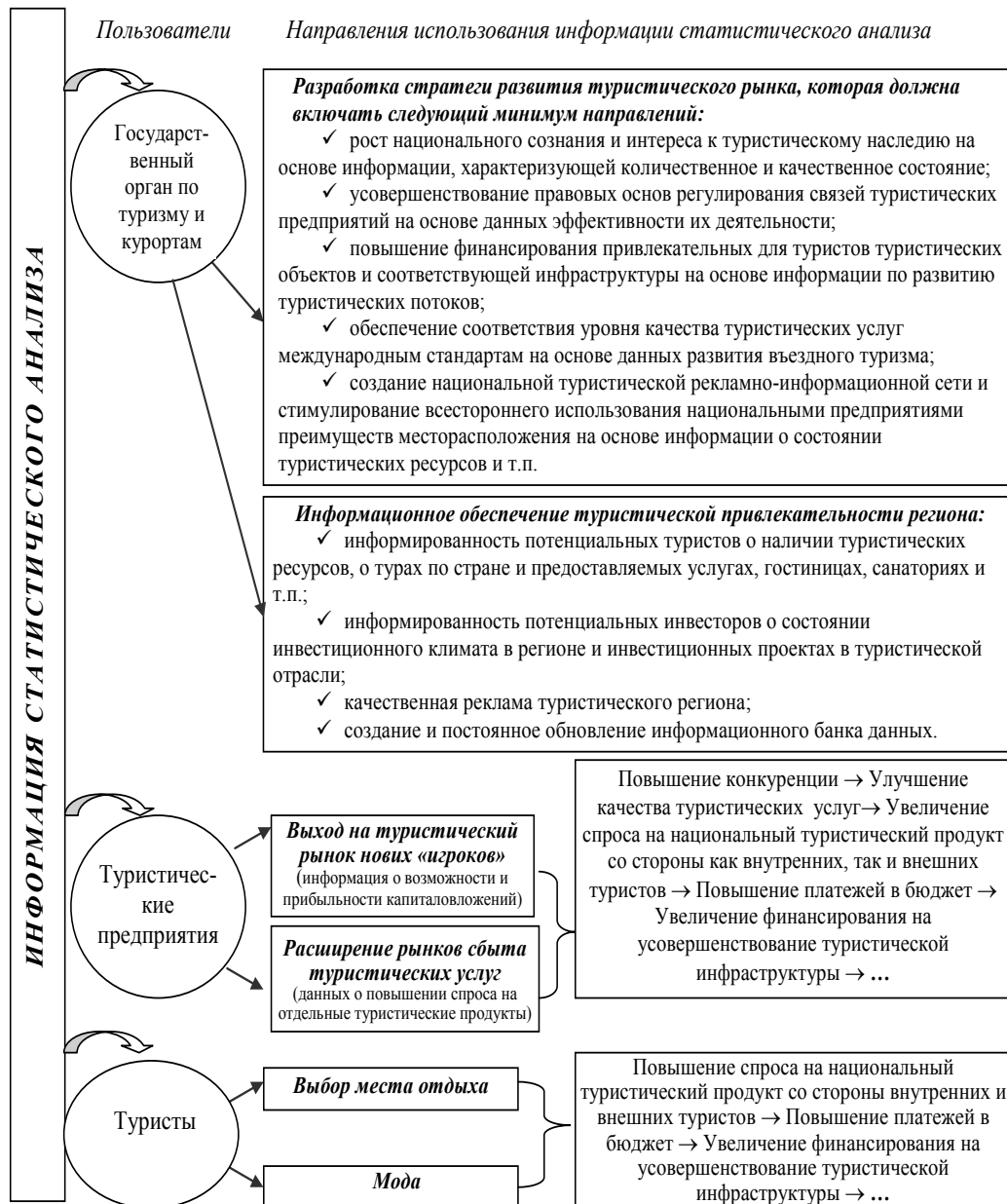


Рис. 6. Направления использования информации статистического анализа туристического рынка в системе принятия управленческих решений.

Необходимо отметить, что существует реальная потребность в систематизации информационного обеспечения статистического анализа состояния развития туризма как по всем направлениям туристической деятельности, так и в зависимости от потребностей пользователей такой информации. Совокупность

информационного обеспечения статистического анализа туристического рынка включает ресурсы финансовой, статистической, административной и налоговой отчетности (рис. 7).

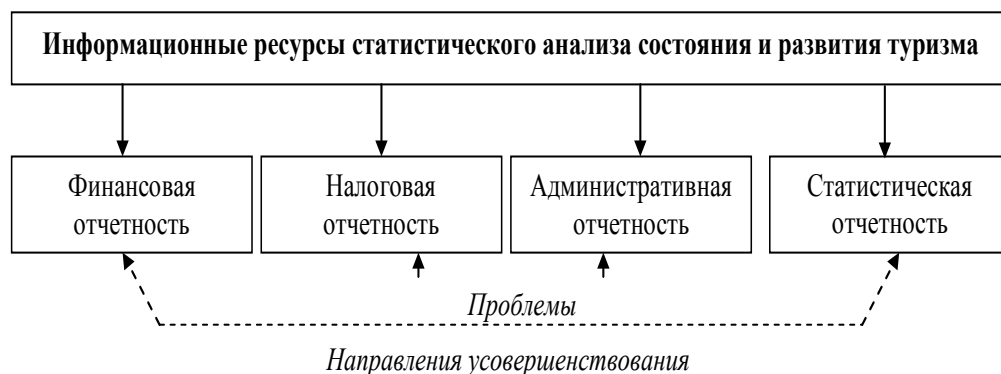


Рис. 7. Совокупность ресурсов информационного обеспечения статистического анализа состояния и развития туризма.

Основным источником информации о результатах деятельности предприятий туристической индустрии является государственная финансовая отчетность, которая составляется на основе первичного учета. Анализ финансовой отчетности – это составная аналитического экономического исследования по изучению уровня, изменений и динамики финансовых показателей предприятий туризма в их взаимосвязи и взаимообусловленности с целью принятия эффективных управленческих решений для обеспечения внутренней и внешней деятельности хозяйствующих систем, устойчивого экономического развития и устойчивого финансового состояния.

Назначение основных компонентов финансовой отчетности с целью анализа предприятий туризма отражено на рис. 8.



Рис. 8. Назначение компонентов финансовой отчетности для анализа предприятий туризма.

Исследование экономических источников информации позволяет сделать вывод, что с помощью анализа финансовой отчетности можно обеспечить:

- оценку уровня эффективности деятельности туристических предприятий и выявление факторов и причин достижения существующего состояния;
- определение тенденций развития предприятия по показателям его финансового состояния;
- разработку сценариев развития экономической деятельности субъектов хозяйствования туристической индустрии;
- накопление, трансформацию и эффективное использование информационной базы финансового характера;
- определение уровня кредитоспособности предприятия как заемщика финансовых ресурсов для осуществления туристической деятельности;

- качественное планирование, прогнозирование, бюджетирование, определение потребности и эффективное размещение финансовых ресурсов;
- эффективное формирование и использование потоков денежных средств;
- создание рейтинговых систем оценки финансового состояния хозяйствующих систем туризма;
- своевременное принятие мер, направленных на повышение платежеспособности, финансовой устойчивости и прибыльности туристических предприятий;
- определение резервов улучшения финансового состояния субъектов рынка туристических услуг;
- обоснование политики распределения и использования прибыли для нужд хозяйствующих систем туристической индустрии и их владельцев;
- оценку уровня предпринимательского риска возможности погашения обязательств, способности к наращиванию чистых активов, привлечения инвестиций и принятия управленческих решений.

### **ВЫВОДЫ**

Итак, из проведенного нами исследования можем сделать вывод, что предложенная система построения информационного обеспечения в туристическом хозяйстве Республики Крым позволит проводить всесторонний статистический анализ развития туризма при условии, что такая информация будет комплексно применяться в аналитических расчетах.

Качественное использование информационных ресурсов как для проведения статистического анализа, так и для принятия эффективных управленческих решений сегодня является одной из важнейших и сложнейших задач статистики рынка туристических услуг.

В результате проведенного исследования выделена система, которая включает основные группы показателей статистики рынка туристических услуг. Эта система дает возможность комплексно анализировать все структурные составляющие туристического рынка, оценивать взаимосвязь между ними, а также определять роль туристической индустрии в экономике региона.

Результаты исследования показали, что для обеспечения всех субъектов рынка туристических услуг полной и многоаспектной информацией о процессах в туристической сфере необходимо создание на уровне региона современной системы статистического мониторинга.

### **Список литературы**

1. Официальный сайт АО «Интурист» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.intourist.ru>
2. Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности. Четвертый пересмотренный вариант. ООН: Нью-Йорк, 2009
3. Обновление стандартов статистики туризма // Информационный бюллетень Межсекретариатской рабочей группы по национальным счетам (МСРГНС); Всемирная Туристская Организация. 2006. Вып. 23. С. 5–6.

4. Официальный сайт Всемирной туристической организации [Электронный ресурс]. URL: <http://www2.unwto.org>
5. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 03.05.2012) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.11.2012 года). [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_129632/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_129632/)
6. Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Экономика туризма. М.: Финансы и статистика, 2003. 176 с.
7. Колесник В. И. Статистическое обеспечение регионального управления. К.: ДП «Информ.-аналит. Агенство», 2007. 475 с.
8. Колесник В. И. Статистическое изучение влияния туризма на экономику государства // Экономика Крыма. 2013. №1. С. 17–21.
9. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма. М.: Финансы и статистика, 2003. 672 с.
10. Квартальнов В. А. Туризм. М.: Финансы и статистика, 2004. 320 с.
11. Сараев А. Р. О показателях статистики туризма // Вопросы статистики. 2007. № 9. С. 39–43.
12. Соколова М. В. История туризма. М.: Издательский центр «Академия», 2006. 352 с.
13. Управление развитием туризма в регионе. Опыт реализации Стратегии Республики Карелии / Институт экономики КарНЦ РАН, Под общей ред. Ю.В. Савельева, О.В. Толстогузова. Петрозаводск: Изд-во Карельского научного центра РАН, 2008. 141 с.
14. Статистика туризма: [совместный доклад Генерального секретаря и Всемирной туристской организации] // Экономический и Социальный Совет: Статистическая комиссия Организации Объединенных Наций, тридцать девятая сессия, 26–29 февр. 2008 г.
15. International Recommendations for Tourism Statistics 2008 // Statistical Papers. Series M. United Nations Department of Economic and Social Affairs Statistical Division; World Tourism Organization. Madrid, New York: United Nations, 2008. № 83. 139 p.
16. Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа // Издание Организации Объединенных Наций. Люксембург, Мадрид, Нью-Йорк, Париж, 2002. № R.01.XVII.9. 110 с
17. Recommendations on Tourism Statistics // Statistical Papers. Series M. United Nations Department for Economic and Social Information and Policy Analysis Statistical Division; World Tourism Organization. New York: United Nations, 1994. № 83. 77 p.
18. Travel & Tourism Competitiveness Report 2009 // World Economic Forum. Geneva, 2009. 499 p.

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 339.138:330.47

## VERS UNE CONVERGENCE NBICS (NANO-BIO-INFO-COGNITIF-SOCIO) ET ‘KNOWLEDGE MARKETING’: EXEMPLE DU DOMAINE BIOMEDICAL

*Curbatov Oleg Y<sup>1</sup>., Louyot-Gallicher M.<sup>2</sup>*

<sup>1</sup>*Université Paris 13, Sorbonne Paris Cité, Centre d’Economie de l’Université Paris Nord, CEPN - CNRS (UMR 7234) F-93430, Villetaneuse, France*

<sup>2</sup>*Université de Pau et des Pays d’Adour, Pau, France,*

*E-mail : [oleg.curbatov@univ-paris13.fr](mailto:oleg.curbatov@univ-paris13.fr)*

*avec la participation de Pascal Pavlidis, Maître de Conférences HDR, Université Paris 13, IUT de Saint-Denis, place du 8 Mai 1945, 93206 Saint-Denis, France mail : [pascal.pavlidis@iutsd.univ-paris13.fr](mailto:pascal.pavlidis@iutsd.univ-paris13.fr)*

**Note:** *ce papier est le résultat issu d’un congé de CRCT (axe de la conversion thématique) et d’une étude menée dans le cadre du projet de recherche au CEPN UP13 SEG et à l’IUT de Saint-Denis 2015.*

### Résumé

La présente communication s’inscrit tout d’abord dans le cadre théorique de la Convergence NBICS/CKTS et aborde ensuite les perspectives de développement sous un angle spécifique : celui de «Convergence-Divergence». A partir des travaux existants au sujet de cette convergence largement étudiée dans le cadre de l’amélioration des performances et des compétences humaines, nos travaux couplés avec ceux du ‘Knowledge Marketing’ peuvent intéresser tant les spécialistes travaillant sur l’émergence de nouveaux processus industriels, de produits et de services par exemple dans le domaine biomédical, que les nouveaux modes de vie et de consommation à l’horizon 2020-2050.

**Mots-clés:** stratégies internationales, convergence, Knowledge Marketing, santé, NBIC, NBICS, CKTS

### INTRODUCTION

Depuis les années 2000, les chercheurs en Sciences de Gestion et, plus particulièrement du domaine du marketing, tentent de déterminer l’impact des nouvelles technologies sur les tendances non-commerciales et commerciales en marketing. Par nouvelles technologies, nous entendons les technologies de l’information et de la communication, mais aussi les bio-neuro-technologies (neuro-marketing, technologies ambiantes), ainsi que les technologies cognitives et persuasives.

De nombreux travaux ont porté sur la nécessité d’une convergence des sciences, en particulier des NBIC (nanotechnologies, biotechnologies, technologies de l’information et sciences cognitives). Ceci fut évoqué pour la première fois en 2002 dans les travaux aux Etats-Unis. Depuis, les NBIC ont évolué pour atteindre un stade de convergence avec les besoins de la société, ce qui a conduit à la CKTS (Convergence Knowledge, Technologie et Société) ou ‘*Convergence des connaissances et des technologies pour les bénéfices de la société*’ en 2009 en Europe, puis à la Convergence NBICS avec une prise en compte des Sciences Humaines et Sociales en 2011 par la Russie. Depuis 2013-2014, la Commission Européenne soutient les projets orientés vers la convergence de la nanobiologie avec des applications notamment dans le domaine de la santé. Quelles sont les perspectives de ces technologies qui sont «convergentes» à la première étape d’innovation technologique et qui, ensuite, «divergent» vers diverses applications médicales et hors-médicales.



La présente communication s'inscrit tout d'abord dans le cadre théorique de la Convergence NBIC/CKTS et aborde ensuite les perspectives possibles sous un angle spécifique: celui de «Convergence-Divergence». A partir des travaux existants au sujet de cette convergence qui a été largement étudiée dans un but d'amélioration des performances et des compétences humaines, nos travaux peuvent intéresser les spécialistes en marketing pour l'émergence de nouveaux processus industriels, de produits et de services dans le domaine bio-médical, ainsi que des nouveaux modes de vie et de consommation à l'horizon 2020-2050. En se basant sur les recherches en 'Knowledge Marketing', tout en essayant de les dépasser, nous tenterons d'expliquer comment le nouveau processus la NBICS/CKTS (Convergence Knowledge, Technologie et Société) s'intégrera dans une logique d'utilisateur/consommateur final. Cet apport d'une composante socio-humaine, de la connaissance/compétence du client, nous pousse à étudier ce nouveau processus de Convergence «Connaissance NBICS – Connaissance du Client», et à le présenter comme nouvel apport aux Sciences de Gestion selon «50% de technologie – 50% de comportements d'utilisateur». En effet, les travaux sur des applications biomédicales s'y agrègent et pourraient ainsi prendre un nouvel élan théorique et pratique. C'est en observant des projets de valorisation des technologies expérimentées en Biotechnologie et en s'inspirant de rapports et travaux divers que nous avons perçu les convergences qui pouvaient exister entre les Sciences de Gestion et la NBICS. Ces convergences nous poussent à croire qu'elles revêtent un intérêt certain pour les recherches en marketing sur les concepts de connaissances et compétences des individus.

## **I. LA CONVERGENCE NBICS: DEFINITIONS, PRINCIPES, EVOLUTIONS ET APPLICATIONS**

### **De la problématique de la recherche:**

Depuis les années 2000 nous vivons officiellement dans une «Société des Connaissances». Les progrès des sciences, de l'ingénierie et des technologies ont imprégné presque tous les aspects de la vie actuelle de l'individu et contribuent au développement de ses connaissances et de ses compétences professionnelles et quotidiennes. Celles-ci sont devenues les clés pour résoudre un bon nombre des défis actuels et futurs dans les domaines professionnels et privés. Les applications concrètes en gestion des connaissances ont trouvé leur place en sciences de management avec les méthodes de «Knowledge Management», en gestion des compétences des clients comme la «co-création», et l'apparition d'une approche opérationnel : le «Knowledge Marketing».

Ces approches et méthodes conceptuelles et opérationnelles en gestion, présentes dans les travaux académiques récents, reflètent une réalité dans les entreprises au vu des pratiques de consommation actuelles. Néanmoins, sont souvent négligées dans la littérature les perspectives technologiques portées par la Convergence NBIC. L'objet de cette recherche est de montrer comment l'approche du 'Knowledge Marketing' agrégée à cette convergence conduit à l'apparition de nouvelles méthodes de recherche et aussi à de nouveaux produits/applications.

## **VERS UNE CONVERGENCE NBICS...**

Ces perspectives sont apparues notamment avec l'arrivée des domaines interactifs mais encore distincts de nanotechnologie et biotechnologie (Phase 1 du développement), de la convergence NBIC nano-bio-info-cognitif (Phase 2 du développement) et puis dans une convergence dite CKTS «Convergence Knowledge, Technologie et Société» ou NBIC2 (Phase 3 du développement). Le déploiement des programmes de recherche pendant ces trois phases a été soutenu par différents gouvernements et secteurs privés. L'objectif étant au départ de trouver des nouveaux matériaux à l'échelle nano, des technologies et de nouveaux produits commercialisés (NBIC), ceci aboutit finalement à une convergence des connaissances humaines et technologiques (CKTS) pour affronter les défis actuels de la société : sciences humaines et sociales, santé, vieillissement, environnement, urbanisation et éducation. Mais au-delà des applications possibles et de l'apparition de nouveaux produits, cette convergence nous propose une «nano-démarche» et une «nano-méthode» ou, encore d'innovation Sociale et Sociétale (NBICS). Quelles sont ces nouvelles démarches et méthodes, quels sont les futurs produits et usages que nous offrirait la Convergence évolutive NBIC, CKTS et NBICS?

Cette communication décrit un panorama de ce développement qui pourra ouvrir aux marketers de demain des nouveaux défis sociétaux, notamment dans le domaine de la santé. Puis, sont présentées les avancées de la convergence biotechnologique dans la NBIC-CKTS, notamment dans le domaine de l'information et des sciences humaines. Nous concluons par une démonstration des nouvelles applications dans le domaine bio-convergence issue du processus «Convergence-divergence», tendance dérivée du NBIC. Dans notre ligne de recherches antérieures, le *Knowledge Marketing* complète une vision orientée utilisateur-consommateur du NBICS et vise une convergence de la Connaissance du consommateur et des technologies informationnelles intégrées par la NBICS-CKTS dans le processus de co-création convergente, notamment pour les applications médicales et hors médicales, constituant des pistes de recherche actuelles.

### **1.1. De la Convergence NBIC à la Convergence CKTS**

La convergence des sciences, en particulier celle que l'on appelle les NBIC (nanotechnologies, biotechnologies, technologies de l'information et sciences cognitives) fut évoquée pour la première fois en 2002 dans un rapport de la National Science Foundation (NSF) américaine.

Une des premières phrases du rapport déclarait notamment : *“Developments in systems approaches, mathematics and computation in conjunction with NBIC allow us for the first time to understand the natural world, human society, and scientific research as closely coupled complex, hierarchical systems”*. Ce rapport s'interroge sur les grandes questions liées à la convergence des Nanotechnologies, et notamment avec les implications de l'unification des sciences et des technologies bio-info-cognitifs ainsi que sur l'avenir de la connaissance scientifique. Selon la NSF, les sciences sont aujourd'hui arrivées à un tournant et doivent s'unifier pour continuer à avancer pour le bien de l'humanité. La NSF utilise même à ce propos le terme de « Nouvelle Renaissance», montrant que l'idéal d'avenir n'est jamais qu'une adaptation d'un passé glorieux et idéalisé.

Dans d'autres travaux (Roco et Bainbridge, 2003) sur les convergences, on les définit comme un regroupement des activités conduites dans le but «*d'agir pour le bien-être commun*». Les travaux identifient les mécanismes de base de la création de connaissances, y compris celles issues de l'activité humaine et de l'innovation technologique et proposent une nouvelle tendance pour mieux comprendre et utiliser ces mécanismes. Le rapport «*Converging Technologies for the Improvement of Human Performance*» NBIC (Roco et Bainbridge, 2003) avance une proposition de la convergence en Science de Technologie au profit de la société (CKTS), il évalue les méthodes pour améliorer ses outils de transformation et de gestion et identifie les tendances à long terme dans l'application des technologies convergentes. Le projet a recueilli des informations sur les recherches interdisciplinaires, le développement, les projets d'application, et les tendances dans différents pays :

- nanotechnologies,
- NBIC pour un homme à capacité augmentée,
- CKTS au service de la société (à l'échelle Humaine, Terre, Sociétale).



Figure 1 : Du Nanotechnologie vers les NBIC et CKTS Convergences  
Source : Roco, M. C. and W. S. Bainbridge, B. Tonn, G. Whitesides (2013)

Autres courants voisins émergents depuis 2013-2015 (en dehors du champ de notre recherche):

- les approches dérivées par l'ensemble 'GAFA' (Google, Amazon, Facebook, Apple),
- les courants transhumanistes traités à part des approches scientifiques sont exclus de la problématique présentée dans notre recherche actuelle.

### 1.2. Une définition évolutive de la Convergence

Trois niveaux successifs de convergence ont été décrits dans les recherches parrainées par les promoteurs du concept (cf. Figure 1 ci-dessous), notamment l'approche plus holistique du CKTS, abordé dans cet article.

## VERS UNE CONVERGENCE NBICS...

Tout d'abord, initié dans les années 1990 et développé dans les années 2000, la nanotechnologie a fourni une intégration des disciplines et des secteurs/branches des nouvelles connaissances à l'échelle «nano»; cela concernait le monde matériel à l'échelle microscopique sur les directions de recherche en nanotechnologie (Roco, Williams et Alivisatos 1999). Parallèlement, les technologies orientées vers la biologie, vers l'information et la communication ont été développées, de manière interactive, mais restent encore distinctes, voire non convergentes.

Ensuite, dans les années 2000, la convergence des nanotechnologies, biotechnologies, et technologies de l'information et cognitive (NBIC) ont conduit, par une approche systémique, à des outils fondamentaux intégrés horizontalement et verticalement dans diverses technologies émergentes multisectorielles (Roco et Bainbridge, 2003), et présentés dans leur rapport intitulé «*Converging Technologies for the Improvement of Human Performance*».

Cette tendance a été reprise en Europe en 2003 par un groupe d'experts de la Commission Européenne. Leur réflexion portait sur l'amélioration «de la compréhension de la connaissance humaine et de la cognition». Ce groupe a placé la Convergence Technologique dans le contexte plus large de la stratégie de Lisbonne, face aux problèmes du vieillissement de la société européenne (axes 'santé et démographie') et de la formation de la population (axe 'formation'). Il a développé une vision élargie de la convergence, largement présenté dans le rapport intitulé : *Converging Technologies for the European Knowledge Society ; Technologies convergentes pour la Société Européenne de la Connaissance*», (ici : CKTS).

### **Encadré 1 : Historique des quatre technologies émergentes et leur évolution**

*Mais quelles sont ces quatre technologies qui semblent être destinées à bouleverser nos existences dans un avenir plus ou moins proche ? Plusieurs définitions cohabitent à ce sujet.*

*En ce qui concerne les nanotechnologies, il s'agit selon l'Université de Princeton de "the branch of engineering that deals with things smaller than 100 nanometers (especially with the manipulation of individual molecules)". Les nanotechnologies concernent donc des objets qui ont une taille très inférieure à celle des cellules du sang humain. L'idée de nanotechnologies a environ 50 ans, et le terme lui-même en a environ 35. Mihail Roco<sup>1</sup>, un des principaux experts mondiaux en nanotechnologies, a proposé une segmentation en quatre différents types de nanotechnologies, parmi lesquels certains sont encore au stade la recherche fondamentale. Cette distinction est reprise dans ProspectTIC<sup>2</sup> qui ajoute deux autres dimensions. On trouve tout d'abord la nanoélectronique, largement utilisée dans des objets de la vie courante, notamment les circuits intégrés et les derniers modèles de disques durs, développés grâce à la spintronique inventée par Albert Fert, prix Nobel de physique 2007. Les nanostructures passives, quant à elles, sont aussi présentes tout autour de nous. Elles ont des propriétés constantes, ce qui leur permet d'être utilisées notamment dans certains modèles de pneus. Les nanostructures actives sont en train de*

---

<sup>1</sup> [http://www.nsf.gov/staff/staff\\_bio.jsp?lan=mroco&org=NSF&from\\_org](http://www.nsf.gov/staff/staff_bio.jsp?lan=mroco&org=NSF&from_org)

<sup>2</sup> Cornu, J.M., *Prospectic, Nouvelles technologies, nouvelles pensées ? La convergence des NBIC* (FYP Édition 2008)

*prendre une forme concrète. Elles concernent des matériaux contenant des nanoparticules qui adaptent leur état à leur environnement. Les recherches sont encore en cours en ce qui concerne les assemblages de nanosystèmes, qui consistent à mettre en commun plusieurs systèmes de taille nanométrique afin d'atteindre un but précis. Le cinquième type de nanotechnologies est incarné par les nanostructures moléculaires et atomiques et relève pour le moment de la recherche fondamentale. Il s'agirait de procéder à un assemblage direct des atomes ou des molécules, pour les modeler selon les besoins de l'homme. Enfin, le dernier domaine relève pour le moment plus de la science-fiction, mais il est difficile de l'exclure, dans la mesure où il semble être le prolongement logique des stades précédents. Il s'agit des nanosystèmes autorépliquants, c'est-à-dire des nanosystèmes capables de construire eux-mêmes d'autres nanosystèmes à partir de leur environnement. Ray Kurzweil<sup>3</sup>, 'courant du transhumanisme' (Note d'auteurs: nous ne prenons pas compte les travaux des transhumanistes dans nos recherches), a fait référence à cette étape « ultime » sous le nom d' « ère de la singularité ». Les nanotechnologies mûrissent progressivement et de nouvelles étapes sont franchies tour à tour.*

*Les biotechnologies, selon la définition qu'en donne l'OCDE, sont « l'application de la science et de la technologie aux organismes vivants et à d'autres matériaux vivants ou non vivants, pour la production de savoirs, biens et services ». Il s'agit donc d'une définition très large, et en effet, les biotechnologies regroupent de multiples domaines. Le terme de biotechnologies lui-même date de 1917. Le concept est plus ancien, les biotechnologies étant présentes dans de nombreux mécanismes naturels, comme la fermentation. Elles ont connu leur première application massive avec la découverte de la pénicilline par le scientifique écossais Alexander Fleming en 1928, mais se sont développées massivement grâce à la biologie moléculaire.*

*Ainsi, une des premières applications modernes des biotechnologies eut lieu en 1980, lorsque Ananda Chakrabarty développa une bactérie génétiquement modifiée capable de briser la structure moléculaire du pétrole. La Cour Suprême des États-Unis l'autorisa à déposer un brevet pour son invention. Ce brevet fut le premier délivré à un organisme génétiquement modifié. On distingue aujourd'hui plusieurs types de biotechnologies, selon leurs champs d'application, qui vont de l'environnement à l'industrie agroalimentaire en passant par le domaine médical. Ce dernier est particulièrement concerné par les biotechnologies, qui pourraient le bouleverser à un horizon d'une dizaine d'années. Les biotechnologies peuvent être utilisées en médecine à plusieurs fins, à commencer par la réalisation de tests génétiques personnalisés qui permettront de mieux diagnostiquer une maladie ou même une prédisposition. La réalisation de la carte du génome humain va dans ce sens et ouvre la voie à un avenir riche de promesses. La thérapie génique, bien qu'elle soit encore expérimentale, semble présenter un potentiel intéressant également. Les biotechnologies offrent également de multiples opportunités au niveau pharmaceutique, que ce soit par la création de nouveaux traitements telle qu'une insuline plus proche de celle naturellement sécrétée par le corps humain ou de coagulants destinés aux hémophiles, ou par le développement de la pharmacogénomique, qui « étudie*

---

<sup>3</sup> <http://www.kurzweiltech.com/aboutray.html>

## VERS UNE CONVERGENCE NBICS...

*l'interaction entre l'hérédité génétique d'un individu et la réponse de son corps aux médicaments afin de développer de nouvelles molécules qui maximisent l'effet thérapeutique tout en réduisant les effets collatéraux indésirables », selon la définition donnée par ProspecTIC ( Cornu).*

*La troisième technologie concernée par la convergence selon le rapport de la NSF et ProspecTIC concerne l'information, sa diffusion, son traitement, son stockage, son utilisation. Depuis un demi-siècle, la puissance des machines informatiques s'accroît sans cesse, vérifiant la loi de Moore. La capacité des disques durs atteint des niveaux insoupçonnés, et les fibres optiques permettent un transport de l'information toujours plus rapide, alors même que le WiFi semble nous offrir la chance de nous affranchir des câbles dans un futur proche. Ainsi, le stockage des données, leur traitement, leur transmission se font de manière sans cesse plus massive et plus rapide, amenant Jean-Michel Cornu, à parler d'« ère de l'abondance ». Les technologies de l'information s'étendent aujourd'hui bien au-delà des ordinateurs et figurent aussi dans les téléphones, avant probablement d'intégrer de nombreux objets de la vie quotidienne, qui pourront donc interagir de manière plus approfondie avec leur environnement immédiat. Les avancées technologiques concernent également les logiciels et les échanges virtuels, à commencer par le vecteur, Internet. L'émergence de nouvelles formes d'Internet, comme le « Web 2.0 » ou même le « Web 3.0 » permettent aux internautes de tirer le meilleur du réseau tout en interagissant avec lui à un niveau sans précédent. Les sites participatifs sont aujourd'hui de grands succès et semblent ouvrir la voie à une intelligence collective.*

*Enfin, la quatrième technologie concerne les neurosciences et les sciences cognitives. Les neurosciences sont constituées par les sciences d'étude du cerveau et du système nerveux de l'homme à partir de l'observation des neurones. De leur côté, les sciences cognitives concernent plus directement la connaissance en elle-même. De nombreuses sciences humaines et sociales ont un aspect cognitif. Les sciences cognitives présentent la particularité de s'appliquer à un champ disciplinaire large et donc de transcender des frontières auparavant considérées comme inviolables.*

En 2011-2013, le Professeur Michail Kovalchuk, Président du NIZ NBICS Centre Kurchatov, vise à dépasser une vision cloisonnée des branches industrielles et évoque le caractère «sur-disciplinaire» et «sur-sectoriel» des Technologies de l'Information (IT) et des Nanotechnologies (NT). D'une part, le courant russe s'approche également des Sciences de la Nature (**Convergence entre la Biosphère, Technosphère et Noosphère de Vernadsky**) et des domaines des organismes vivants organiques afin de les faire converger (avec ceux des domaines atomiques et nucléaires) pour une synthèse de nouvelles ressources proches de celles de la Nature. La différence avec l'ancienne méthode est basée sur une analyse de la décomposition des ressources de la Nature en de multiples parties jusqu'au niveau atomique. Pr. Michail Kovalchuk appelle à un processus inversé, celui de la synthèse et de la création de matériaux, proches de ceux de la Nature, à partir des matériaux nanoscopiques.

Dans ce sens les changements qualitatifs apportés par les russes sont les suivants (Figure N°2)

- une création de nanomatériaux hybrides (organiques et non organiques) avec des propriétés de fonctionnement **'vivantes'** : une démarche d'analyse vers une démarche basée sur la **'synthèse' des éléments naturels** (versus celui traditionnel basé sur l'analyse).

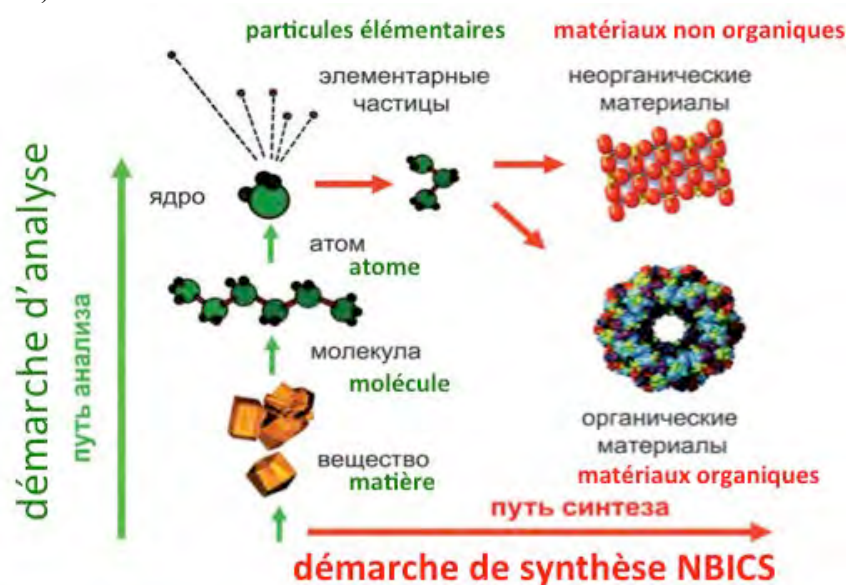


Figure N° 2: Démarche de synthèse des matériaux organiques et non-organiques adapté d'après Kovalchuk , 2011, 2014

Ainsi apparaît une «nano-démarche»synthétique des matériaux et d'applications. Les processus de synthèse et matériaux sont proches de ceux de la nature : une nano-démarche est née, fondée sur une nano- photo- et phyto-synthèse, couplée avec une démarche des technologies de l'information et une composante sociétale et sociale (S). Les changements apportés par la NBICS par les travaux russes ( Kovalchuk, 2011, 2013), prennent en compte :

- une **'nano-démarche'** couplée avec les TIC pour atteindre la conversion des connaissances,
- une **'nano-méthodologie'** de création de nouveaux matériaux et applications à partir des Sciences convergentes,
- une **'méthode supra-disciplinaire'** des Technologies de l'Information en intégrant les Sciences Humaines et Sociales (S) en amont de la NBICS.



Figure N°3 : Une nano-démarche une IT-méthode avec une intégration des sciences humaines  
adapté d'après Kovalchuk, 2011, 2013 et 2014

D'autre part, les courants russes avec l'intégration des sciences sociales et humaines, et des sciences de gestion, contribuent aux courants de la NBIC afin de comprendre socialement les stratégies et les enjeux théoriques permettant de maximiser les avantages sociaux et sociétaux. Ils concourent aux modèles élaborés pour une représentation des formes économiques de l'échange, de la perception humaine et de l'intelligence artificielle, de la sémiotique comme une théorie des signes produits naturellement, etc. Ils en révéleront également un caractère instrumental et offrent des techniques de raisonnement probabiliste statistique, des méthodes de recherche qualitative et en comportement d'utilisateurs ou encore, une compréhension de la dynamique sociale pour une création et la diffusion de l'innovation technologique. Les disciplines comme la Philosophie, les Etudes culturelles et l'Ethique fournissent une orientation où les nouvelles technologies bouleversent les modes de vie traditionnels et, sans une compréhension par la société de ces tendances, il devient difficile de lancer une technologie de façon appropriée sans une prise en compte des Connaissances des utilisateurs-consommateurs dans une démarche NBICS. Il y a donc une nouvelle fusion entre les nano-biotechnologies et les technologies sociales dans une nouvelle méthode récemment apparue.

### 1.3. De l'interaction entre les technologies à la convergence technologique

Les interactions entre quatre technologies distinctes, plus particulièrement, entre nano et biotechnologies se positionnent de plus en plus dans une ligne de convergence : d'une part, les systèmes biologiques ont donné un ensemble d'outils pour la construction de nanostructures, d'autre part, ils offrent la possibilité de produire la synthèse des protéines qui mettent en place des fonctions spécifiques pour la manipulation de la matière à l'échelle nanométrique. En général, la relation de nano- et bio- science et technologie est fondamentale. La similitude des structures et des fonctions des nano-objets biologiques



synthétiques a conduit à une émergence convergente de la nanotechnologie et de la biotechnologie. En revanche, il est plus difficile d'observer la relation entre la nanotechnologie et les sciences cognitives, car elles sont très éloignées les unes des autres. La possibilité d'interactions entre elles paraît limitée. Par ailleurs, les différents travaux portent une attention sur une étude des fonctions du cerveau (les activités neuronales) dans l'optique de l'intelligence artificielle des robots créés grâce aux nanostructures émergentes.

L'interaction entre les nanotechnologies et les technologies de l'information est une synergie dans les deux sens récursifs mutuellement renforcés : la puissance des processeurs renforce l'échange et le traitement des données, qui à leur tour impactent le développement des nano-structures. D'une part, les technologies de l'information sont utilisées pour les nano-objets de simulation par ordinateur. D'autre part, il existe aujourd'hui un large usage de la nanotechnologie pour créer de puissants dispositifs informatiques et de communication à base de systèmes biologiques et neurologiques. Les technologies de l'information sont également utilisées pour la modélisation des systèmes biologiques. Mais il convient de noter qu'ici prime une 'démarche méthodologique nanométrique' plutôt qu'une 'dimension' nanométrique. La nouvelle méthodologie technologique basée sur la façon de produire des nouveaux matériaux est nécessaire pour toutes les branches de l'industrie, et par conséquent, nous parlons d'une création du marché de produits et d'usages radicalement nouveaux au sein d'une structure économique émergente avec les comportements d'usage nouveaux.

Les années 2010 voient apparaître la Convergence élargie avec l'intégration des activités humaines dans les connaissances, la technologie, le comportement humain, qui se distinguent par rapport aux activités basées sur les valeurs et les besoins de la société (santé, espace de la Terre, sécurité, défense nationale, etc.). D'autre part, dans une définition de la Convergence NBICS nano-bio-info-cognito-socio un changement qualitatif s'opère autour de :

- *création de nouveaux matériaux et technologies à l'échelle nanométrique,*
- *convergence des connaissances en technologies «bio imitables de la Nature»,*
- *intégration des composantes sociales et humaines dans une démarche nanométrique.*

avec une particularité importante '*INTEGRATION*' des innovations/applications NBICS dans des fonctions humaines ou dans des parties du corps humain.

## VERS UNE CONVERGENCE NBICS...

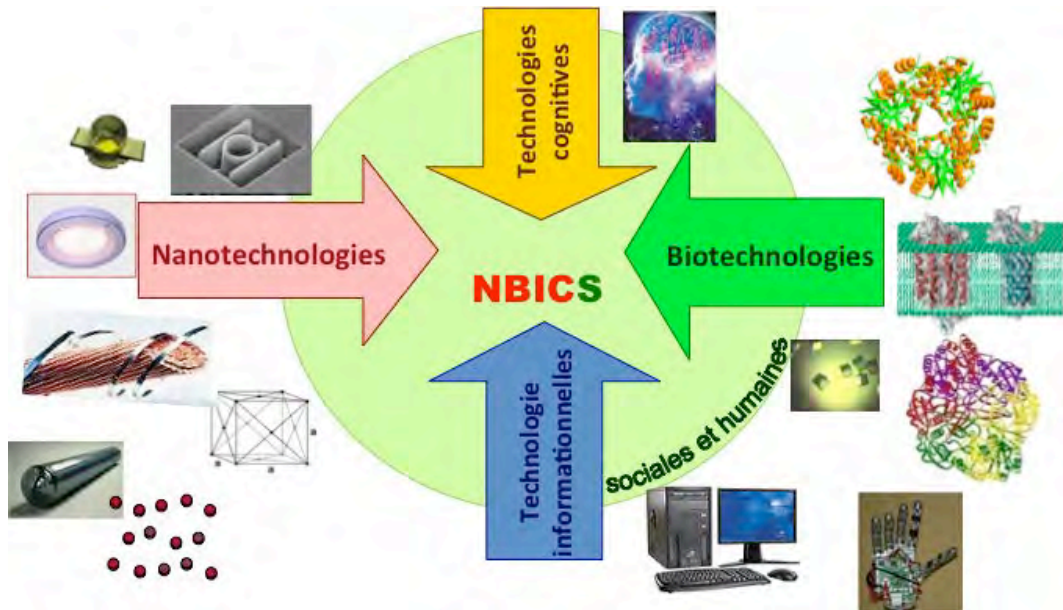


Figure 4 : La Convergence NBICS à la dimension Sociale et Humaine  
d'après Kovalchuk, 2011, 2013 et 2014

Néanmoins, les chercheurs universitaires en sciences humaines et de gestion, (psychologues, sociologues, gestionnaires et économistes) ne sont pas encore prêts à relever les défis de l'époque. Il sera donc essentiel de définir une orientation stratégique de l'introduction des technologies sociales et humaines dans le contexte de la Convergence, notamment avec le développement des technologies sociales ou encore, des sciences cognitives de la conscience, une interprétation 'sociale' de la physique quantique. D'autres technologies émergentes basées sur l'information quantique pourraient révéler des défis à l'horizon 2025-2050 pour une création de l'ordinateur quantique et une étude du comportement d'utilisateur face aux dispositifs quantiques émergents.

### II. LE PROCESSUS DE LA NBIC ET SON EVOLUTION VERS LA NBICS POUR LES APPLICATIONS COMMERCIALES ET HORS-COMMERCIALES

Dans cette communication nous avons présenté une méthode de convergence comme un processus des interactions et des évolutions transformatrices entre différentes connaissances, disciplines, technologies, et les communautés dont la synergie et l'intégration permettraient de créer de la valeur ajoutée pour répondre à des objectifs communs. Cette définition de la convergence se développe sur des concepts de 'convergence-divergence' et s'applique à l'élaboration interconnectée des connaissances, de la technologie (NBIC). Le résultat de la convergence est ainsi largement conçu pour de nombreuses nouvelles applications et de la technologie avec une valeur ajoutée significative. La convergence n'est pas présentée ici comme un processus simple,

unidirectionnel, mais un processus de rupture suivi par une divergence qui permet de faire sortir les nouveaux produits sur les marchés dits divergents. Les procédés ‘convergence-divergence’ suivent dans différents intervalles de cycles (l’intervalle entre A et D sur la Figure N°5 et sont applicables aux différentes plates-formes de l’activité humaine mentionnées précédemment.

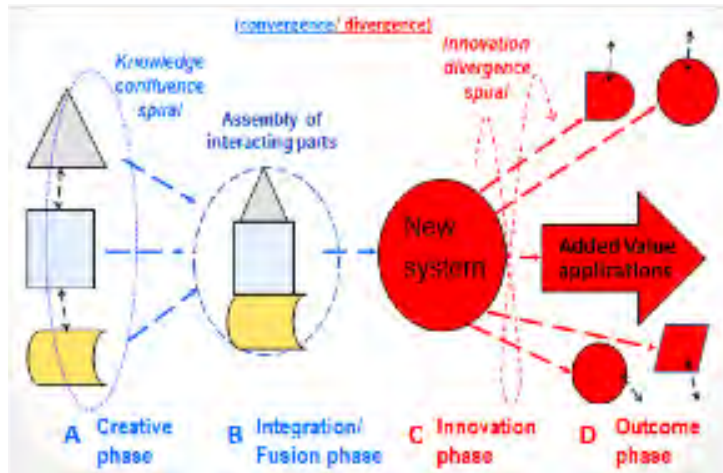


Figure N°5 : La méthode de la Convergence-Divergence NBIC ; Source : Roco, 2002

Le cycle de convergence (A, B) et de divergence initialement formulé comme mégatendance (Roco, 2002), est présenté ici comme un procédé typique de l’innovation NBIC, et vise la connaissance, la technologie et les domaines sociétaux. Il comprend (A) une phase créative dominée par la synergie entre les composantes pluridisciplinaires, (B) l’intégration et / ou de fusion dans un nouveau système, (C) une phase d’innovation conduisant à des nouvelles compétences et des produits, et (D) une phase de résultat consistant en de nouvelles applications et de nouveaux usages issus des phases créatives (A) et de ses cycles successifs.

La convergence comme processus unit les connaissances, la technologie et les applications, à la fois à travers les disciplines traditionnellement séparées, et à travers de multiples niveaux d’abstraction et d’organisation. Elle comporte une phase de création (A) sur la figure n°5 d’où la spirale de la confluence de la connaissance qui conduit à une intégration / fusion en phase (B). Après l’intégration, un nouveau système est créé, ce qui conduit à de nouveaux résultats dans différents domaines (phase d’innovation, C). La divergence comme processus commence après la formation du nouveau système et conduit à de nouvelles compétences, de produits et domaines d’application des connaissances acquises dans le mouvement de convergence (phase de résultat, D) ; sur cette base est construite une spirale de l’innovation NBIC. Les résultats (D) deviennent des nouveaux processus séparés (applications, technologies, usages), comme cela est suggéré sur la figure. Le graphique exponentiel aléatoire (Wasserman et Robin, 2005) et successif de divergence en cascade est un exemple de modèles pour la phase D.

## ***VERS UNE CONVERGENCE NBICS...***

Le rythme rapide du changement dans la science et l'émergence de nouvelles technologies exigent de nouvelles approches qui gèrent la complexité pour obtenir une fonctionnalité intelligible pour les utilisateurs ordinaires des applications. L'utilisateur final doit-il posséder des nouvelles connaissances, compétences et des comportements adéquats face à cette complexité ? Ce qui semble absent dans les travaux de recherches précédents est une convergence NBIC avec les connaissances du client-utilisateur ou 'Consumer's Knowledge' lors de l'usage futur des technologies et de nouveaux usages connectés avec les utilisateurs, NBICS. La convergence dépasse donc la science et la technologie, même au-delà de nouvelles applications et nouveaux usages, elle permet d'inclure l'unification harmonieuse des activités à travers l'ensemble du spectre de la société, y compris dans le système de connaissances et compétences d'utilisateurs. La prise de décision suit un processus de 'convergence-divergence' motivée par la nécessité de l'amélioration de la valeur ajoutée, qui est au cœur de la Convergence des Connaissances, qui se reflète également dans les nouvelles organisations et actions et qui nécessitent l'intégration des connaissances et des compétences d'utilisateurs / consommateurs vers son évolution vers la Convergence NBICS.

Le domaine du marketing a connu déjà une période d'innovation 'classique' de «divergence-convergence» à partir d'usages divergents vers un nouvel usage. Le nouveau processus celui de 'convergence-divergence' complète le schéma initial et aboutit, du fait de l'intégration des connaissances de l'utilisateur, à une spirale vertueuse en cohérence avec d'autres processus de NBIC simultanément et temporellement dans différents domaines. Une façon d'examiner et de mieux utiliser cette cohérence à plus long terme est de se plonger dans la convergence avec la connaissance d'utilisateur, en considérant les événements pertinents, en anticipant et en évitant les aspects néfastes involontaires des nouvelles technologies puissantes et connectées avec l'utilisateur, la Convergence NBICS. Cette approche se distingue par sa perspective élargie, par des interprétations contextuelles pertinentes et la réceptivité qui peut conduire à plus longue portée, à éviter toute discrimination et aboutir à une innovation globale et à des solutions en phase avec le client-utilisateur, nouveauté proposée par notre recherche. Cette réflexion menée dans nos recherches précédentes en 'Knowledge Marketing' pourrait également aider à fournir une base pour le renforcement des capacités humaines et l'unicité des connaissances humaines à long terme d'usages concernant le bien-être, la santé, la créativité et l'innovation (NBICS).

### **2.1. La recherche sur le Knowledge Marketing et son apport pour la NBICS**

Les activités de recherche en «Knowledge Marketing» débutent par une recherche sur «l'interactivité client/producteur» incluant les processus interactifs dans la modélisation organisationnelle. Dans le cadre de premiers travaux de recherche, nous avons émis une proposition selon laquelle la démarche marketing peut être élaborée à travers l'implication de l'entreprise dans le processus dynamique du client. Cette recherche apportait par ailleurs une contribution de nature empirique à un débat sur des alternatives du marketing. Elle a suscité un écho favorable au sein des milieux industriels comme France Télécom R&D pour les projets de la convergence Internet-Téléphonie-Mobile, de la convergence des canaux relationnels ; de la stratégie 'Nouvelle Expérience de Télécom', appelée

‘NeXT’ par Orange France Télécom, ou encore de la Prospective de la relation-client à l’horizon 2025 EDF R&D.

La ‘convergence’ en marketing est un processus pas si nouveau mais étudié à partir des différents angles divergents, par exemple :

- la convergence des médias et de leurs supports publicitaires ;
- la convergence des produits et des terminaux ;
- la convergence des réseaux et d’applications télécom,
- le multicanal et le cross-canal relationnel ;
- la convergence des services des Télécoms, etc...

avec un objectif d’une ‘EXTERNALISATION’ des fonctions humaines corporelles vers les produits d’innovation par le biais le processus T.I.C.

versus ‘INTEGRATION’ dans les fonctions humaines via les applications de la NBICS :

- les fonctionnalités du corps humain,
- les fonctionnalités sensorielles via les 5 sens,
- les fonctionnalités communicationnelles,
- les ressources et les procédés cognitifs comme la mémorisation,
- les ressources et les modes opératoires, etc...

En conclusion, il s’agit d’une co-crédation des fonctionnalités via une convergence de connaissances de l’utilisateur et celles de l’entreprise via un procès du marketing spécifique.

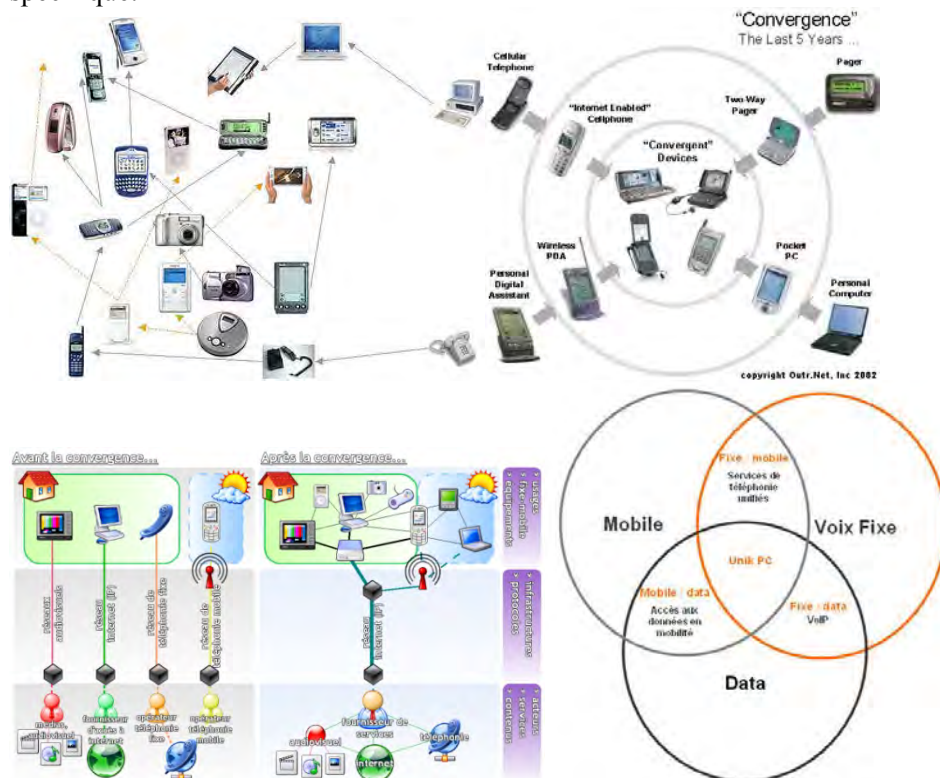


Figure N°6 : Les différentes façons de voir la convergence en marketing

**Implications du marketing spécifique ‘Knowledge Marketing’.** En prenant ainsi comme terrain l’interactivité ‘client-entreprise’ et comme discipline le marketing, nous avons pu construire une proposition marketing fondée sur une double approche: la conversion des «connaissances du client» d’une part, et la création des connaissances organisationnelles des ‘clients/entreprises’ co-impliqués dans les processus de co-crédation, d’autre part.

Pendant de nombreuses ddcennies, la recherche en marketing a traitd le problme essentiellement sous l’angle de la *connaissance SUR le consommateur (connaissance-client)*, sans tenir compte des connaissances qu’il ddtient. Depuis, les perspectives ont dvolud et une remise en cause de ces analyses traditionnelles qui attribuaient ce rle restrictif à la notion de connaissance, a progressivement vu le jour. Les chercheurs s’accordent ddsormais pour reconnaître au consommateur un rle de ddtenteur et de crdateur de connaissances. Plusieurs dlments socio-conomiques expliquent cette dvolution. La transformation des interactions entre le consommateur et l’entreprise, les bouleversements communautaires au sein des groupes de consommateurs et l’accroissement de l’usage des technologies, au cours des dernidres ddcennies, ont conduit à une modification du statut de la ‘*connaissance DU consommateur, Consumer’s Knowledge*’, comme une ressource naturelle du systme.

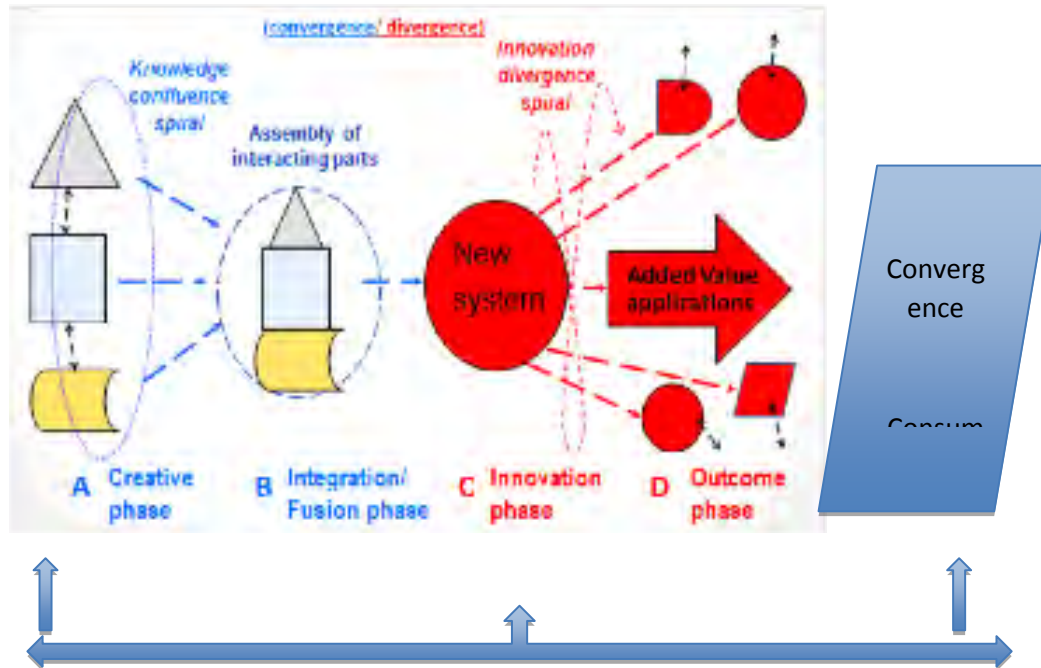
Les ressources des entreprises (ex: Connaissances et Procddés) et la crdation de valeur s’en sont trouvdes naturellement bouleversdes, tendant à accorder au consommateur un rle plus actif dans le processus convergent de conception, production et consommation des produits/services. A ces nouvelles donndes, se sont associés des courants thdoriques et des questionnements autour de la problmatique de la ‘connaissance du client’ qui ont dt dveloppés durant notre recherche sur le ‘*Knowledge Marketing*’. Dds nos premiers travaux, les pistes de nos recherches acadmdiques se trouvaient ainsi orientdes vers l’tdude d’un concept ‘*Knowledge Marketing*’.

La ddfinition du ‘*Knowledge Marketing*’ communément acceptde par la communautd scientifique en marketing trouve sa place actuellement dans les ouvrages et articles des chercheurs franais et dtrangers (Curbatov, 2003 ; Cova 2005 ; Cova et Louyot, 2006 ; Wright et al. 2006 Curbatov et Louyot, 2015 ) :

«... ‘*Knowledge Marketing*’ qui consiste à ddtvelopper, à la fois les compdtences des consommateurs et celles des collaborateurs de l’entreprise impliqués dans le processus organisationnel de crdation conjointe des connaissances».

Depuis nos premiers travaux en ‘*Knowledge Marketing*’, notre parcours de recherche a beaucoup dvolud. Actuellement nous travaillons sur les problmatiques de co-crédation en relation avec les technologies innovantes. En tdudiant les secteurs technologiques nous cherchons à comprendre pourquoi et comment certains clients s’impliquent dans la dmarche de co-crédation avec l’entreprise. Nous nous intdressons au processus de co-construction convergente des connaissances et des compdtences pendant les expdriences de co-crédation. Mais depuis la valorisation de nos travaux auprds des diffdrentes unitds de R&D, la nature de la ‘connaissance du consommateur, ‘Consumer’s Knowledge’ dans le processus de l’entreprise et sa vitesse ont considrablement dvolud et le consommateur connectd est plus que jamais au cduer de nombreuses alternatives. Dans ce contexte, de nouvelles problmatiques de recherche du *Knowledge Marketing* sont apparues et notre

parcours s'est orienté vers une meilleure compréhension de la connaissance du client et de sa compétence que nous avons confronté non seulement aux différents approches du marketing, mais aussi aux approches transdisciplinaires de la Convergence NBIC pour un nouveau modèle évolutif NBICS intégré des composantes du 'Customer Knowledge' (Figure N°7).



FigureN°7 : La Convergence 'NBIC/CKTC et du Customer Knowledge', un modèle proposé selon NBICS d'après Rocco 2002

**Les implications du modèle proposé**

La connaissance du consommateur-utilisateur ('Customer's Knowledge') est intégrée dans la Créative Phase A et dans la Phase de Fusion B. Un nouveau système se crée lors de la Phase C avec une intégration convergente des 'Connaissances du Client'. Ce nouveau système évolue en Phase D de divergence pour des applications personnalisées créées suite à la Convergence des Connaissances 'technologie – consommateur'. Les systèmes IT et la connectivité avec l'utilisateur-consommateur sont conçus à partir des applications convergentes de NBICS. Les données de connaissances des performances humaines du consommateur-utilisateur de nouvelles technologies peuvent avoir un impact dans une phase B de la Convergence sur l'évolution de la technologie et des applications dans une phase de Divergence applicative. Les applications biomédicales peuvent nous ouvrir des pistes de tels prolongements basés sur les exemples présentés.

## **2.2. Le développement de la Convergence NBICS : vers les applications biomédicales**

Le programme '*Convergence des connaissances et des technologies pour les bénéfiques de la société*' (CKTS) est l'occasion de mettre en lumière ce que représente réellement et pratiquement la «Société de Connaissances». Cette convergence à contenu sociétal (NBICS, CKTS) est définie comme une interaction d'évolutions et de transformations entre des disciplines scientifiques apparemment distinctes, des technologies, mais aussi des communautés, des consommateurs et des domaines de l'activité humaine, en permettant désormais d'assurer la compatibilité mutuelle, la synergie et l'intégration à travers le processus de création de valeur ajoutée. Elle permet de se diversifier dans des domaines émergents pour répondre à des objectifs communs de la société, dont ceux des consommateurs-utilisateurs. La NBICS ici permet à la société de résoudre des problèmes auxquels des compétences isolées ne pourraient pas répondre, ainsi que de créer, par le biais de cette convergence, de nouvelles compétences, de nouvelles technologies et connaissances.

Ce concept est centré sur les principes suivants :

- l'interdépendance dans la nature et la société avec une application à travers les plates-formes communautaires et des consommateurs connectés ( ex : objets connectés) ;
- l'amélioration de la créativité et l'innovation dans la connaissance et la technologie grâce aux processus évolutifs 'convergence-divergence'; exemple du téléphone mobile ;
- une méthode de co-crédation à partir des connaissances du consommateur ;
- l'usage de langages inter-domaines permettant de générer de nouvelles solutions et de favoriser le transfert de nouvelles connaissances ;
- et enfin, des projets de recherche basés sur des visions croisées et convergentes.

S'ils étaient appliqués, ces principes pourraient suggérer des pistes de solutions aux défis sociétaux clés de la prochaine décennie, dont :

- une accélération des progrès dans les technologies émergentes et la création de nouvelles industries et des emplois à l'échelle humaine, économique, sociétale et communautaire,
- l'augmentation de la créativité, de l'innovation et de la productivité économique via la convergence, pouvant aboutir à l'élaboration d'un modèle universel d'échange d'informations et d'interaction entre les personnes ;
- l'amélioration du bien-être, y compris la promotion d'une société cognitive, de la réalisation des moyens au service de la santé et de l'éducation.

Les travaux suggèrent également de développer une plate-forme basée sur la connaissance pour la prise de décision à mettre en œuvre, des méthodes les plus efficaces possibles de convergence pour valoriser et assembler les théories et les technologies individuelles et trouver des solutions intégrées pour les défis sociétaux.

Des exemples de convergence peuvent être appréhendés dans les technologies émergentes des NBIC, CKST pour les applications médicales, selon notre modèle comme, par exemple :

bases de données universelles; l'évolution de la cognition et de la communication; cloud-informatique; systèmes homme-machine; plates-formes de véhicules sans conducteur; programmes de l'espace; programmes de recherche sur les particules



fondamentales, voire la naissance de nouvelles disciplines comme la biologie synthétique, la communication quantique, la nanophotonique et la nanofluidique ; l'intégration de la biomédecine avec la physique et l'ingénierie nano-biologique qui est d'ores et déjà une réalisation des transformations dans les systèmes de la santé.

Selon l'évolution de la NBICS il s'agit plus globalement de relier un monde organique ( bio-organique, bio-technologies, etc.) et non-organique ( microélectronique, cristallographie, etc) dans un système biologique convergent proche du fonctionnement de la Nature par des applications biomédicales humaines et sociétales. Il s'agit également de relier les connaissances qui proviennent du consommateur-utilisateur (via des sciences comportementales et cognitives, Big Data des données d'utilisateurs-consommateurs) des services médicaux (données-connaissances médicales corporelles) en convergence avec les connaissances technologiques.

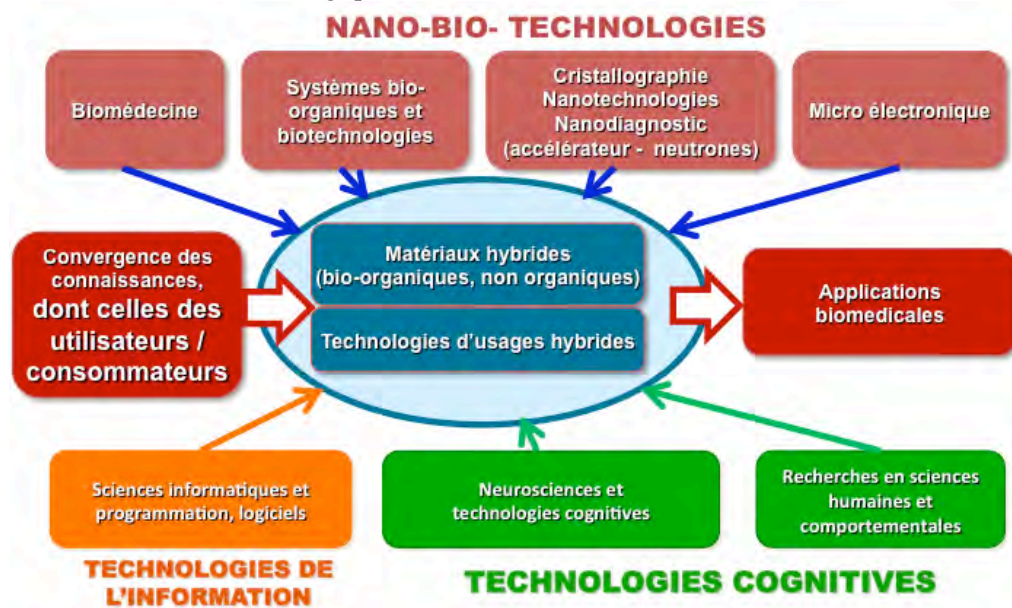


Figure N°8 : Un modèle NBICS couplé avec le 'Knowledge Marketing', une convergence avec la connaissance des utilisateurs/consommateurs pour les applications biomédicales

Ainsi, la biotechnologie transforme la médecine, et plus récemment, la biologie synthétique, qui apparaît comme une technologie émergente, et qui impacte la transformation biologique. Une science d'observation biologique traditionnelle qui est un domaine de recherche fondamentale, commence à se rapprocher des sciences physiques et des sciences informatiques. Au cours de la dernière décennie, la montée de sciences dites «omique» (par exemple, génomique, protéomique, métabolomique, de la génomique cognitive, aussi les sciences comportementales, neurosciences, etc.) a reçu un développement significatif. Des outils NBICS auraient pu jouer un rôle plus important

## VERS UNE CONVERGENCE NBICS...

dans ces avancées en lien avec une convergence des connaissances des utilisateurs/consommateurs, avec des approches des Sciences de Gestion.

On peut en observer un exemple dans la biologie et la médecine où les outils matériels et les constructions théoriques, qui ont été traditionnellement utilisés dans l'ingénierie des systèmes physiques, ont commencé à apporter des contributions importantes aux progrès des sciences biologiques et particulièrement dans le domaine de la santé. Des progrès apparaissent dans les capacités et vitesse du séquençage de l'ADN/gène, et permettent de nouvelles méthodes de diagnostic médical.

### **Encadré 2 : L'évolution de la BIO-convergence dans le domaine médical**

Source : «*De BIO à la convergence NBIC. De la pratique médicale à la vie quotidienne*» (Van Est, Rinie et al, 2013)

*«La convergence technologique – au sens de combinaison de technologies différentes – a toujours été une importante source d'innovation, car les percées technologiques se produisent souvent aux frontières entre plusieurs technologies et secteurs industriels. En particulier, la révolution de l'information se caractérise par la convergence des technologies de l'information et d'un vaste éventail de disciplines scientifiques et de processus industriels et de service, dans tous les aspects de la société. Il n'est pas surprenant que le terme « convergence » ait été de plus en plus utilisé dans le secteur des Technologies de l'Information (TI) au cours des années 1980. L'un des exemples d'une telle convergence ces dernières années est la mécatronique, c'est-à-dire la combinaison des TI et des techniques de production. Dix ans plus tard, l'Internet est né de la convergence entre les TI et les technologies de la communication. Au cours de cette période, le projet du génome humain a aussi offert un parfait exemple de convergence technologique : entre la biologie et les TI «convergence BI ». Le séquençage du génome humain dépend très fortement des capacités informatiques. Inversement, les découvertes en biologie et les concepts propres à cette science ont aussi inspiré la communauté des TI, comme l'illustrent par exemple les notions de réseau neuronal, d'intelligence en essaim et d'ordinateur à ADN.*

*Une vision plus large encore de la convergence technologique a été promue au début du XXI<sup>e</sup> siècle, d'abord dans le milieu fermé de la recherche militaire et spatiale aux États-Unis. Par exemple, une étude influente publiée par RAND prévoyait que les tendances en matière de bio-/nanomatériaux et leurs synergies avec les technologies de l'information allaient susciter une révolution technologique mondiale. De la même façon, le centre de recherches de la NASA a intégré à sa mission le triangle nanotechnologies – biologie – TI (convergence NBI). Le passage du trio NBI au quatuor NBIC prend acte de l'émergence rapide des sciences cognitives et du retour en force de l'intelligence artificielle en 2015.*

*La Commission européenne, par exemple, a mis en place un groupe d'experts de haut niveau sur la prospective de la nouvelle vague technologique. Ce groupe d'experts a jugé qu'il n'était pas souhaitable d'améliorer les performances physiques et mentales des êtres humains. Cependant, il a noté la pertinence de la notion de convergence NBIC, comme moyen d'encadrer, de repérer et d'anticiper les nouvelles technologies émergentes. La convergence NBIC a été jugée essentielle au développement fructueux de nouveaux*

domaines tels que la médecine moléculaire, la robotique de services, l'intelligence ambiante, la génomique personnelle et la biologie synthétique.

La convergence NBIC est un bon moyen de repérer de nouvelles technologies émergentes pour une application à venir. On peut aussi l'utiliser pour réfléchir aux terrains technologiques qui pourraient intéresser particulièrement l'Europe. À ce jour, le Comité de bioéthique du Conseil de l'Europe s'est principalement concentré sur les interventions biotechnologiques et biomédicales sur le corps humain. La convergence NBIC va entraîner une forte diversification des interventions possibles sur le corps humain, non seulement via les biotechnologies (B), mais aussi de plus en plus via les nanotechnologies (N) et les technologies de l'information (I)».

	<b>Interventions fondées sur les biotechnologies</b>	<b>Interventions fondées sur les technologies de l'information</b>
Corps humain	<ul style="list-style-type: none"> <li>- génie génétique :</li> <li>- thérapie génique</li> <li>- chromosomes artificiels dans les gamètes</li> <li>- thérapie par cellules souches</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pilules électroniques intelligentes</li> </ul>
Cerveau humain	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nanomédication traversant la barrière du cerveau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- interfaces cerveau-ordinateur (ICO)</li> <li>- neuromodulation (non) invasive</li> <li>technologie persuasive</li> </ul>

Tableau n°1 Exemples de nouvelles interventions sur le corps et le cerveau humain fondées sur les biotechnologies et les technologies de l'information. (Source : Van Est & Stemerding 2012)

Les exemples présentés dans 'cas-illustrations' s'inspirent du rapport de l'Institut Rathenau «*De BIO à la convergence NBIC. De la pratique médicale à la vie quotidienne*» (Van Est, Rinie et al, 2013). Au cours de l'année 2013, l'Institut Rathenau a été chargé par le Conseil de l'Europe de déterminer quelles nouvelles technologies émergentes pouvaient voir le jour. Fortement motivé par le développement des NBIC, l'Institut Rathenau a examiné de manière approfondie l'impact de cette convergence sur la société. Le rapport présente diverses technologies émergentes, comme la biologie de synthèse, la robotique, la technologie persuasive et les dispositifs de stimulation cérébrale qui peuvent jouer lors d'applications médicale et hors-médicale ( cf. Annexes, cas-illustrations N°1-4 ). Nous

## VERS UNE CONVERGENCE NBICS...

présentons en annexe une synthèse des applications expérimentales, illustrée de cas de dispositifs innovants.

Ces dispositifs expérimentaux de synthèse des technologies (BIO-INFO synthèse) et des Sciences humaines (Knowledge Création) sont cohérents avec les applications biomédicales selon les procédés et schémas des connaissances-client suivies par le Knowledge Marketing après des travaux sur la NBICS Convergence.

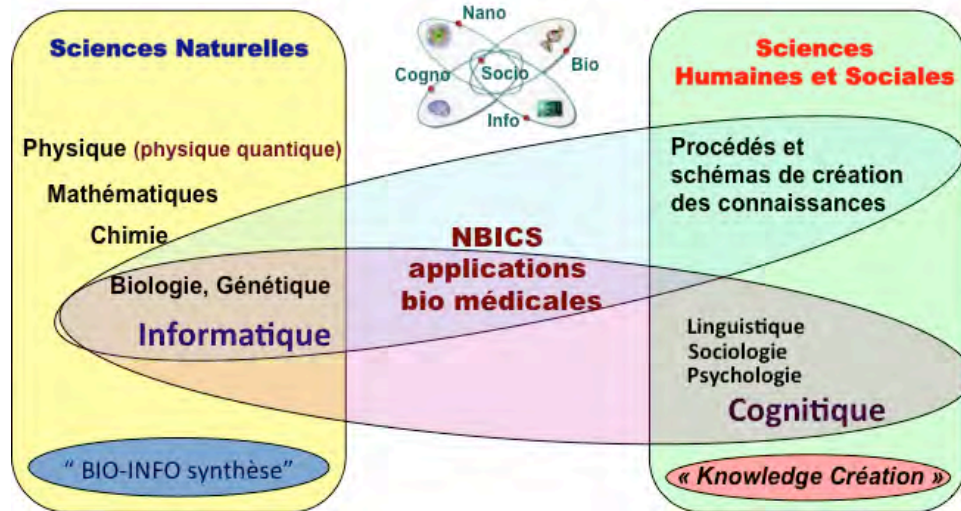


Figure N°9 : La Convergence NBICS selon le Centre Kourchatov, adaptée à des applications bio-médicales selon le 'Knowledge Marketing', d'après Kovalchuk ( 2011, 2013, 2014)

Toutes ces pratiques et innovations sont à la base d'un nouveau processus d'innovation NBICS appliqué à différents usages de l'innovation. Il est intéressant de voir que cette Convergence des connaissances est suivie par une divergence d'applications diversifiées.

### 2.3. Discussions, limites et conclusions : quelles sont les applications visées et quelles sont les tendances applicatives de la Convergence NBICS ?

Nous utilisons une méthodologie de recherche à travers l'étude des cas illustratifs, portés dans les travaux des chercheurs dans des domaines voisins des Sciences de Gestion, ce qui a permis de mettre en avant :

- un aperçu des évolutions actuelles dans le domaine des technologies émergentes et convergentes ;
- un processus de la Convergence couplé avec celui de la Convergence des Connaissances des consommateurs-utilisateurs ;
- une illustration dans deux domaines d'application : médical et informationnel.

Les travaux sur les évolutions en matière de biotechnologie sont plus particulièrement abordés dans cette partie de la communication. C'est dans l'étude intitulée «*De BIO à la convergence NBIC. De la pratique médicale à la vie quotidienne*»

(Van Est, Rinie et al, 2013), que les auteurs mettent en lumière trois tendances technologiques pouvant présenter un intérêt applicatif. Tout d'abord, de nouvelles évolutions s'observent dans le domaine médical, des techniques de neuromodulation à la médecine moléculaire. Il est à noter que la convergence NBIC permet l'application de technologies biomédicales et hors du domaine médical professionnel. Enfin, les rapporteurs constatent que les outils biomédicaux et les données biologiques (données médicales du consommateur-utilisateur) sont de plus en plus utilisés à des fins non médicales, notamment pour jouer, se divertir, vendre, se motiver, s'améliorer et améliorer ses relations sociales.

Mais trois autres champs complémentaires sont présents dans les NBICS : les neurotechnologies (cognitives), les nanotechnologies et les technologies de l'information. Nous analyserons le modèle de l'innovation NBIC «Convergence - Divergence» pour la perspective « info-socio » d'artefacts intelligents qui sont déjà ou vont devenir intimement liés à l'expérience de vie. Les technologies biologiques et biomédicales connaissent des applications de plus en plus nombreuses et diversifiées en dehors du champ médical et de la recherche médicale avec une composante impliquée de la Connaissance de l'utilisateur (S). Ainsi une convergence NBICS de plus en plus marquée pourrait nous faire passer d'un terrain connu médical à celui d'un terrain hors médical posant les limites de la mise en place d'une telle convergence. Dans le concept NBICS, les innovations sont généralement le résultat de la convergence des technologies et des connaissances des utilisateurs. Cependant, il y a aussi un changement qualitatif, car une convergence amène à une 'divergence' qui amène à de nouvelles innovations applicatives commerciales, résultat du nouveau processus «Convergence-Divergence avec la Connaissance du consommateur-utilisateur», objet de notre recherche en 'Knowledge Marketing' produite à l'occasion de la Conférence Marketing Trends à Venise (Curbatov et Louyot, 2016).

Notre recherche suscite diverses limites : les développeurs de technologies, les chercheurs comme les entreprises et les pouvoirs publics doivent être conscients des peurs et des réticences qu'ils peuvent susciter auprès du grand public et lutter contre ces résistances par une plus grande communication et en menant une politique de transparence et d'ouverture au débat public. Un élément aggravant de ces risques concerne une vision axée uniquement sur la rentabilité potentielle d'une technologie et non sur ses risques et ses implications sociétales.

La tentation de l'apprenti-sorcier peut être bien présente chez des chercheurs ou dans des entreprises et doit être évitée par une communication accrue et la fixation de limites précises dans le domaine des NBICS. Enfin, on peut distinguer une difficulté intellectuelle. En effet, comme nous l'avons précisé auparavant, les avancées scientifiques dans le secteur des NBICS et la convergence se feront grâce à une plus grande ouverture d'esprit des chercheurs et la fin (ou du moins la diminution) des conflits entre les différentes sciences. Cette ouverture à l'interdisciplinarité et à la pluridisciplinarité est probablement le plus grand défi conceptuel à relever.

ANNEXES

**Cas illustration N°1: 'La biologie devient technologie' et la technologie devient biologie'**

Source : Extrait du «De BIO à la convergence NBIC. De la pratique médicale à la vie quotidienne» (Van Est, Rinie et all, 2013)

*«La caractéristique essentielle de la convergence NBIC est qu'elle signe la dissolution progressive de la frontière étroite entre sciences physique et biologique. Traditionnellement, la physique étudiait les systèmes non vivants (non organiques) alors que la biologie se penchait sur les organismes vivants (organiques). Elles sont appelées à converger. Ce rapprochement convergent va dans les deux sens, chacun d'eux représentant une mégatendance de la bio-ingénierie que l'on pourrait résumer ainsi : «la biologie devient technologie» et «la technologie devient biologie». Ceci se retrouve particulièrement dans tout ce qui a trait au médical. Puis dans les phases de la Divergence, on retrouve diverses applications dans le domaine médical.*

*La biologie devient technologie : d'une part, les sciences de la vie, comme les biotechnologies et les sciences cognitives, progressent grâce aux sciences physiques (nanotechnologies et technologies de l'information). Ce type de convergence technologique avait créé de nouvelles ambitions autour des processus biologiques et cognitifs, allant jusqu'à l'amélioration de l'humain. L'on peut dire que les avancées des nanotechnologies et des technologies de l'information suscitent le rêve de pouvoir un jour appliquer à des systèmes vivants complexes, tels que les gènes, les cellules, les organes et le cerveau, le même type d'ingénierie que celui qui s'applique actuellement à des systèmes non vivants comme les circuits électroniques. À cet égard, la pénétration croissante de la physique dans la biologie semble aller de pair avec la montée d'une approche technologique du vivant. La «technicisation de la biologie » implique et promet par conséquent une forte progression de nouveaux types d'interventions sur les organismes vivants, y compris le corps et le cerveau humain.*

*La technologie devient biologie : d'autre part, les sciences physiques, comme les sciences des matériaux et les technologies de l'information, progressent grâce aux sciences de la vie (la connaissance des processus biologiques et cognitifs). Du fait de cette tendance à la «biologisation», les technologies sont en passe d'acquérir des propriétés associées aux organismes vivants : auto-assemblage, auto-réparation, reproduction et comportement intelligent. Il s'agit d'intégrer aux technologies des éléments de systèmes pseudo-vivants. Cette évolution s'appuie fortement sur ce qu'on appelle le biomimétisme, fondé sur l'idée que les ingénieurs ont beaucoup à apprendre de la nature. Les ingénieurs cherchent à imiter la nature pour améliorer leurs capacités technologiques. Comme exemples d'artefacts inspirés de la biologie, on peut citer les produits biopharmaceutiques, l'ingénierie tissulaire, les cellules souches, les organes artificiels hybrides. Les artefacts inspirés des sciences cognitives et sociales sont par exemple, les avatars, les agents logiciels (softbots), les technologies persuasives et les techniques de détection des émotions».*

Ces derniers attirent notre attention dans le cadre des Sciences de Gestion qui sont peu intégrés à l'heure actuelle dans la Convergence mais qui auront un impact certain sur

le «comportement d'utilisateur et du consommateur futur»). Notre objectif futur est de projeter notre regard sur cet aspect technologique mal connu, du point de vue du chercheur en Sciences de Gestion.

**Cas-illustration N° 2 : Les nouvelles formes émergentes de surveillance du corps**

Source : Extrait du «*De BIO à la convergence NBIC. De la pratique médicale à la vie quotidienne*» (Van Est, Rinie et al, 2013)

*«Avec le développement de puces et de batteries de plus en plus petites et efficaces, les nanotechnologies vont aussi multiplier les dispositifs sans fil permettant de surveiller son corps, rendant possible un « environnement intelligent ». L'institut de recherche belge IMEC, par exemple, développe un « réseau corporel » (BAN, pour Body Area Network) composé de capteurs et de commandes ; disposé sur le corps, il mesure de nombreux paramètres de santé et communique avec l'extérieur via un réseau mobile. L'IMEC a déjà mis au point de tels dispositifs pour mesurer l'activité cardiaque et cérébrale, respectivement par ECG et par EEG sans fil.*

*Le développement des réseaux corporels se justifie par l'ambition de faire sortir les soins de l'hôpital pour passer aux «soins à distance». La croissance exponentielle des réseaux sociaux pourrait encore renforcer cette évolution dans le domaine non médical. Citoyens et patients utilisent de plus en plus les réseaux sociaux et les nouvelles technologies pour partager des informations sur leur style de vie et leur état de santé. Beaucoup utilisent déjà un large éventail d'outils technologiques (comme les applications sur smartphone) pour recueillir et analyser des données sur leur propre santé. Les patients utilisent aussi les nouveaux médias et les TIC pour s'organiser, non seulement pour partager leur expérience et trouver un soutien, mais aussi pour échanger des données sur leur état de santé et son évolution. L'entreprise PatientsLikeMe, par exemple, propose une plate-forme électronique destinée à aider les patients à « partager des données de santé réelles, fondées sur des résultats, et à en tirer des enseignements ». Des communautés comme Quantified Self offrent aux citoyens une plate-forme pour la collecte de données sur eux-mêmes, y compris sur des facteurs liés au mode de vie comme les habitudes alimentaires, les activités physiques, etc., des variables physiologiques comme le rythme cardiaque et la pression sanguine, et l'état émotionnel. Les initiatives de ce type sont susceptibles d'être à l'origine de grands volumes de données sur les modes de vie individuels, les variables environnementales et socioculturelles et les résultats d'analyse, les symptômes et la qualité de vie des personnes malades.*

*L'échange croissant de larges volumes de données par des réseaux sans fil, destiné à assurer le suivi de la santé, peut aussi être utilisé pour recueillir et analyser des données de santé individuelles sans consentement suffisant de la part de l'intéressé. Cela pourrait ouvrir des possibilités sans précédent d'identification, de classification et d'évaluation des individus sur la base de données de plus en plus fines».*

**Cas-illustration N°3 : L'angle informationnel des NBIC et deux champs d'application issus de la «méthode Convergence-Divergence»: l'informatique affective et la technologie persuasive.**

## VERS UNE CONVERGENCE NBICS...

Source : Extrait du «De BIO à la convergence NBIC. De la pratique médicale à la vie quotidienne» (Van Est, Rinie et all, 2013)

«Les technologies de l'information sont transversales par nature. Comme outils, elles sont devenues cruciales dans pratiquement toutes les professions ; comme interfaces, elles ont transformé notre façon d'interagir et de socialiser. Les technologies de l'information ne sont pas que des technologies ; leurs processeurs et leurs logiciels se fraient un chemin dans des strates de plus en plus intimes de notre vie. L'informatique affective étudie la façon dont des ordinateurs pourraient interpréter et exprimer des émotions. L'intelligence artificielle progresse dans son entreprise de modélisation de l'esprit humain. L'intelligence ambiante et la technologie persuasive visent à créer des systèmes intelligents pouvant pousser les utilisateurs à modifier leur comportement (Verbeek 2009). Les technologies de l'information sont partout, et cette omniprésence en fait une partie intégrante de notre monde personnel, social et mental. L'essor de la collecte et de l'analyse numériques de données biologiques et comportementales s'accompagne de la naissance de systèmes de TI de plus en plus intelligents. Ces systèmes « s'humanisent », en ce sens qu'ils interprètent le comportement humain et influencent les interactions humaines, alimentant la tendance déjà mentionnée à la «biologisation de la technologie». Nous nous concentrerons sur deux champs d'application particuliers, la technologie persuasive et l'informatique affective, bien qu'ils ne soient naturellement que deux exemples parmi de nombreuses nouveautés technologiques.

L'informatique affective étudie la façon dont un ordinateur peut interpréter les émotions humaines. Cette technologie offre un bon exemple d'intégration des sciences cognitives dans les technologies de l'information. Grâce à différents types de capteurs qui reconnaissent l'expression du visage et l'émotion transmise par la voix et surveillent physiologiquement la réaction électrodermale et/ou le rythme cardiaque, des données sont générées et analysées pour évaluer l'état émotionnel de l'utilisateur. L'un des objectifs de la recherche est de pouvoir stimuler l'empathie dans les systèmes informatiques, et donc créer des systèmes qui réagissent de manière appropriée à l'état émotionnel de l'utilisateur. Les applications actuelles des systèmes de reconnaissance des émotions sont diverses : aider et former les personnes souffrant de troubles autistiques, évaluer la réaction émotionnelle des consommateurs face à un produit, etc. À mesure que ces systèmes deviennent de plus en plus fiables et perfectionnés, ces technologies pourraient être intégrées à d'autres solutions. La «Google Glass» avec ses possibilités de réalité augmentée, qui devrait arriver prochainement sur le marché, pourrait s'équiper d'applications de reconnaissance des émotions et d'enrichissement de l'expérience.

Avec la technologie persuasive, l'intégration des connaissances comportementales aux technologies de l'information prend une autre forme. Les systèmes persuasifs visent à influencer les décisions ou les comportements de leurs utilisateurs (Fogg 2003). Ils s'appuient sur des savoirs issus de la psychologie et des sciences comportementales ainsi que sur le design (informatique). À partir d'un grand volume de données sur les comportements en ligne, ils peuvent analyser la façon dont l'utilisateur opère ses choix et donc s'y adapter. Une présentation spécifique des choix et des interactions avec la technologie peut inciter les utilisateurs à faire certains choix plutôt que d'autres. La technologie persuasive peut être employée pour aider les utilisateurs à mieux choisir ; par



*exemple, des systèmes personnels de santé pourraient convaincre leurs utilisateurs de faire davantage d'exercice, au moyen de retour d'information motivant, de signes sociaux, d'arguments personnalisés et de mise en compétition.*

*De nouvelles formes de persuasion technologique apparaissent également au niveau des interactions entre technologies de l'information et psychologie. Par un profilage de la persuasion, un profil personnel du type d'argument auquel un utilisateur se montre sensible est défini, et une stratégie de persuasion est choisie en fonction de ce profil. La persuasion ambiante utilise des signaux cognitifs de faible intensité, comme la modulation de la lumière ambiante, pour influencer les utilisateurs sans que leur attention ne soit consciemment attirée».*

#### **Cas-illustration N°4 : Les pratiques sensibles en dehors du domaine médical**

Source : Extrait du «*De BIO à la convergence NBIC. De la pratique médicale à la vie quotidienne*» (Van Est, Rinie et al., 2013)

*«L'application croissante des technologies biomédicales en dehors de leur domaine d'origine s'explique par plusieurs facteurs. Nous nommerons ici quelques tendances marquantes, sans chercher à dresser un tableau complet. D'un point de vue politique, on constate dans de nombreux pays le passage d'un système de santé public à un système davantage fondé sur le secteur privé. Les individus sont de plus en plus considérés comme des consommateurs de soins, ce qui souligne la nécessité que ces consommateurs aient un certain pouvoir, prennent leur santé en main et aient la possibilité de choisir. (Ceci fait écho à des tendances en marketing que sont le Customer Empowerment et le Knowledge Marketing). L'usage accru des technologies biomédicales dans le domaine public est aussi promu au sein de la société, par plusieurs groupes de personnes. On peut penser aux membres du mouvement de la quantification de soi, aux biopirates et aux transhumanistes, qui expérimentent les technologies et défendent leur droit à contrôler leur corps et leur style de vie, à intervenir sur leur corps, à améliorer leurs performances physiques et mentales et à élargir leurs perceptions. Ce mouvement est rendu possible par l'existence de technologies miniaturisées, aisément accessibles et relativement peu coûteuses, encore encouragée par la vague technologique promise par la convergence NBIC. En outre, ce mouvement est renforcé par l'explosion des réseaux sociaux, utilisés par les citoyens pour partager des informations sur leur santé et leur style de vie. L'industrie s'empare des occasions offertes par ces consommateurs « créateurs de tendances », ou par les tenants d'un mode de vie plus sain, en commercialisant une diversité croissante d'outils de diagnostic biomédical, de dépistage et d'amélioration. Il devient ainsi de plus en plus facile d'établir soi-même un diagnostic et d'intervenir sur son propre corps, activité longtemps strictement confinée au domaine hautement professionnalisé de la médecine. Refermant le cercle, certains acteurs politiques prônent ces évolutions commerciales et sociales parties de la base comme des moyens valables d'endiguer le déficit croissant des systèmes de santé actuels.*

*L'étude montre que dans le domaine public, les outils biomédicaux ne sont pas uniquement employés à des fins médicales. Le retour neuronal, par exemple, est utilisé pour des jeux vidéo. Les neurodispositifs pourraient aussi intéresser les pouvoirs publics, qui pourraient y trouver des applications utiles pour leurs fonctionnaires et leurs soldats,*

## VERS UNE CONVERGENCE NBICS...

*pour la réinsertion des criminels ou pour la prévention du crime. Des entreprises pourraient s'intéresser aux neurotechnologies, comme l'IRMf, à des fins de neuromarketing, pour mieux comprendre les choix des consommateurs et donc améliorer leurs ventes. En outre, la convergence entre les TI et les technologies cognitives et biologiques crée deux tendances qui se renforcent. Premièrement, la collecte de données numériques sur la santé et le comportement humain a explosé ces dernières années, donnant naissance à des « mégadonnées biologiques ». Les technologies de l'information permettent une analyse de la biologie et du comportement humains d'une ampleur et d'une finesse auparavant impensables. La macroanalyse de ces énormes volumes de données, issues de multiples sources, livre de nouveaux types de connaissances sur nous-mêmes. D'où la seconde tendance : la mise au point de technologies de l'information qui englobent les résultats des sciences cognitives et comportementales pour élaborer des systèmes qui « comprennent mieux » la psychologie humaine et sont capables de l'interpréter, d'interagir avec elle et de l'influencer.*

*Ces évolutions extérieures au domaine médical professionnel estompent les limites entre les pratiques professionnelles de soin et de prise en charge et les pratiques publiques et commerciales de loisirs, de recherche d'un certain style de vie, de réseaux sociaux et d'amélioration. Les conséquences de ces évolutions sont que l'humain et les technologies deviennent de plus en plus intimement mêlés».*

### Références

1. Benavent C., «Technologies-persuasives-la-bienveillance-ne-suffit-pas» <http://www.contrepoints.org/2015/04/07/203643>, avril 2015 in Contrepoints.
2. Brockman, J., (1995), *The Third Culture*, Simon & Schuster.
3. Cornu, J.-M., (2008), *ProspecTIC: nouvelles technologies, nouvelles pensées ?*, Paris, Editions Fyp.
4. Curbatov, O. et Louyot M, (2015), *Le Knowledge Marketing. Etre compétent dans une économie compétitive*, Ouvrage collectif, Impressum.
5. Kahneman, D., & Tversky, A., (1979), «Prospect theory: An analysis of decisions under risk», *Econometrica*, 47, 313-327
6. Kovalchuk, M.V., (2010), *Ideologiya nanotekhnologii*. Moscou ; Ковальчук М.В. (2010), *Идеология нанотехнологии*. М., 2010.
7. Kovalchuk, M.V., (2012), «Skol'ko let meganauke?», *V mire nauki*, No 6., pp 34-49 ; Ковальчук М.В. (2012), «Сколько лет меганауке?», *В мире науки* No 6. С. 34-49.
8. Kovalchuk, M.V., (2013) « Ot atomnogo proekta k konvergenczii », *Priroda*, N°12 ; Ковальчук М. В., (2013), «От атомного проекта к "конвергенции"», *Природа*, 12, 3-7
9. Ковальчук М.В., Нараикин О.С., Яцишина Е.Б., (2011), «Конвергенция наук и технологии и формирование новой ноосферы», *Российские нанотехнологии*, 2011. Том 6. No 9-10. С. 12-23.
10. Kovalchuk, M.V., Ковальчук М.В., (2014), *КОНВЕРГЕНЦИЯ НАУК И ТЕХНОЛОГИЙ НОВЫЕ ВЫЗОВЫ*, Санкт-Петербургский образовательный форум, 18 апреля 2014 г.
11. Kurzweil Ray, (2005), *The Singularity is Near: When Humans Transcend Biology*, New York, Penguin.
12. Nicolis, G. & Prigogine, I. (1977), *Self-Organization in Non-Equilibrium Systems*, Wiley
13. Pisani, F. & Piotet, D., (2008), *Comment le Web change le monde : l'alchimie des multitudes*, Paris, Village Mondial.
14. Rapport du groupe d'experts de haut niveau, Commission Européenne, EUR21357-FR «Rapport Nordmann», intitulé «Technologies Convergentes – Façonner l'avenir des sociétés européennes», publié in Nordmann A. (Ed.) (2005), *Technologies Convergentes – façonner l'avenir des sociétés européennes*.

15. Roco, M.C. & Bainbridge, W.S., (2002), *Converging Technologies for Improving Human Performance*, Arlington, National Science Foundation.
16. Roco, M. C. and W. S. Bainbridge, B. Tonn, G. Whitesides (2013), *Convergence of Knowledge, technology an Society: Beyond Convergence of Nano-Bio-Info-Cognitive Technologies*.
17. Roco, M.C., R.S. Williams, and P. Alivisatos, eds. (1999), *Nanotechnology research directions: Vision for the next decade*. IWGN Workshop Report 1999. Washington, DC: National Science and Technology Council. Also published in 2000 by Springer.
18. Roco, M.C., and W.S. Bainbridge, eds. (2001), *Societal implications of nanoscience and nanotechnology*. Dordrecht, The Netherlands: Kluwer Academic Publishers.
19. Roco, M.C., and W.S. Bainbridge, eds. (2003), *Converging technologies for improving human performance: Nanotechnology, biotechnology, information technology and cognitive sciences*. Dordrecht, New York: Springer (previously Kluwer).
20. Roco, M.C. 2002, Coherence and divergence of megatrends in science and engineering. *Journal of Nanoparticle Research* 4:9–19.
21. Van Est, Rinie et al, 2013, De BIO à la convergence NBIC. De la pratique médicale à la vie quotidienne».
22. Wasserman, S., and G. Robins. (2005), An introduction to random graphs, dependence graphs, and p\*. *Models and Methods in Social Network Analysis* 27:148–161.

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 338.48

## ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ

### ЗДРАВНИЦЫ

*Мацова А. С.*

*Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация*

*E-mail: [panyan@bk.ru](mailto:panyan@bk.ru)*

В статье предложен механизм управления устойчивостью развития здравницы, выделены его отдельные элементы. Рассмотрены подходы к определению понятия «механизм управления развитием». Раскрыто содержание алгоритма расчета показателей диагностики реализованного потенциала и потенциала развития здравницы.

**Ключевые слова:** устойчивое развитие предприятия, механизм управления развитием, потенциал развития, санаторно-курортный комплекс, лечебно-оздоровительное учреждение.

#### ВВЕДЕНИЕ

Структура природно-ресурсного потенциала Крыма, в частности, наличие уникальных рекреационных ресурсов, обуславливает необходимость позиционирования региона как центра лечебно-оздоровительного туризма и приоритетность развития санаторно-курортного комплекса.

На уровне каждой отдельно взятой здравницы осуществляется процесс воспроизводства общественного продукта, который в данном случае представлен лечебно-оздоровительной услугой. В результате посредством лечебно-оздоровительных услуг воспроизводятся как производственные отношения между экономическими субъектами, так и материальные блага, что требует адекватного механизма управления.

Сокращение числа санаторно-курортных учреждений Крыма (с 548 в 2010 г. до 361 в 2015 г.) [1, с. 12; 2] и отрицательная динамика рентабельности их деятельности (с 9,9 % в 2010 г. до 6 % в 2013 г.) [3] могут свидетельствовать о неустойчивой деятельности и слабой адаптивности в текущих экономико-правовых условиях. Поэтому актуальным является формирование механизма управления устойчивым развитием здравницы.

**Анализ исследований и публикаций.** Изучению различных аспектов обеспечения устойчивости деятельности и развития предприятий, моделирования и разработки механизма управления развитием предприятий посвящены работы С. М. Анпилова [4], А. И. Бурды [5], В. А. Василенко [6], С. Я. Елецких [7], Н. В. Кузнецова [8], Л. Г. Мельника [9], Н. В. Шестериковой [10], Н. В. Шинкевича [11], Г. А. Угольницкого [12], В. М. Ячменевой [13] и других учёных.

Вопросам развития санаторно-курортного комплекса и его предприятий посвящены исследования Н. В. Багрова [14], В. А. Василенко, Т. И. Ткаченко [15], А. М. Ветитнева [16], И. Н. Дышлогого [17], О. А. Никитиной [18], Е. А. Полищук [19], С. Ю. Цёхлы [20], других ученых.

**Цель исследования** – формирование механизма менеджмента устойчивого развития предприятия, предоставляющего лечебно-оздоровительные услуги.

### **ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ**

В экономической теории само понятие «механизм» не имеет четкого определения. Ученые признают, что «ограничивающим исследователей моментом, затрудняющим творческий анализ, проектирование и синтез экономических и хозяйственных процессов, является возможное обвинение инициаторов в “механизме” как побочной отрасли развития экономической науки, в рамках которой происходит построение некоторых оторванных от реальности схем хозяйствования и экономической деятельности, носящих детерминированный и искусственный характер» [21]. Тем не менее следует признать, что использование понятия «механизм» в исследовании экономических процессов – полезная и удобная форма абстракции, позволяющая отразить систему взаимосвязей и получить эффективное решение стоящих перед предприятием экономических и управленческих проблем.

В литературе находят отражение разнообразные виды механизмов управления: экономический, организационный, хозяйственный. С технической точки зрения, механизм – это «приспособление для передачи и преобразования состояния, движения и скорости» [22], с экономической – «последовательность состояний, процессов, определяющих собой какое-нибудь действие, явление» [23].

В широком понимании любой механизм является результатом целенаправленной деятельности людей и объединяет в себе ряд условий, норм, ограничений, обеспечивающих формирование заданных экономических явлений. Отсюда механизм управления развитием предприятия следует рассматривать как упорядоченную, взаимосвязанную совокупность средств воздействия, обеспечивающих субъектам достижение прогнозных результатов развития. Подобное значение понятия механизма управления предприятием отражено в работах таких ученых, как Дж. К. Лафта [22, с. 61], Э. М. Короткова [24, с. 91], В. М. Мишина [25, с. 46], О. В. Падалки [26], В. М. Ячменевой, М. В. Высочиной [27], А. Ю. Чаленко [28].

По мнению Дж. К. Лафта, механизм управления – это совокупность средств воздействия, комплекс рычагов, используемых в управлении [22, с. 61]. Э. М. Коротков акцентирует внимание на субъектности процесса и определяет механизм управления как совокупность мотивов деятельностной активности персонала, которые определяют как саму возможность, так и эффективность управления, от которых зависит восприятие воздействия [24, с. 91]. Эту точку зрения развивает в своей работе О. В. Падалка [26], выстраивая пирамидальную структуру механизма управления развитием организации как совокупность принципов, методов, функций и инструментов управленческого воздействия, применяемых менеджерами для обеспечения гибкости (адаптивности) объекта управления.

## ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ...

На взаимосвязи между субъектами основана теория одного из лауреатов Нобелевской премии по экономике в 2007 г. «За основополагающий вклад в теорию экономических механизмов» Лео Гурвица [29], где механизм определяется как взаимодействие между субъектами и центром, состоящее из трёх стадий, когда а) каждый субъект посылает центру сигнал  $m_i$ ; б) получив все сообщения, центр вычисляет предполагаемый результат  $Y=f(m_1, \dots, m_n)$ ; в) центр объявляет результат  $Y$  и при необходимости претворяет его в жизнь.

По мнению В. М. Мишина [25, с. 46], механизм управления развитием предприятия не отделим от экономического и организационного механизмов. Механизм управления им рассматривается как совокупность организационных и экономических компонентов, которые обеспечивают взаимосвязанное функционирование всех элементов системы для достижения целей организации.

Еще один важный элемент построения механизма управления предприятием выделяет А. Ю. Чаленко [28], который включает в понятие механизма ресурсную составляющую, то есть рассматривает механизм как совокупность экономических ресурсов (потенциала предприятия) и способов их взаимодействия для реализации определенного экономического процесса.

Анализ подходов к сущности значения понятия «механизм» позволяет сделать вывод о том, что механизм управления устойчивым развитием предприятия (МУУРП) следует рассматривать как упорядоченную, взаимосвязанную совокупность ресурсного потенциала предприятия и средств воздействия, обеспечивающих субъектам достижение стратегических прогнозных результатов развития.

Под потенциалом понимается система взаимосвязанных резервов и ресурсов предприятия, которые позволяют достичь эффекта синергии от их комплексного использования, обеспечивают возможности предприятия определять, формировать и обеспечивать стратегию устойчивого развития в процессе взаимодействия с внешней средой [5].

Механизм управления развитием предприятия призван обеспечить устойчивое развитие с помощью расширенного воспроизводства и эффективного использования локальных потенциалов. В данном случае, когда базой для анализа выбраны лечебно-оздоровительные учреждения курортного региона, опираясь на исследования в области комплексной оценки санаторно-курортной деятельности [30–32], к таким локальным потенциалам нами отнесены экономический, социальный и медицинский (рис. 1).

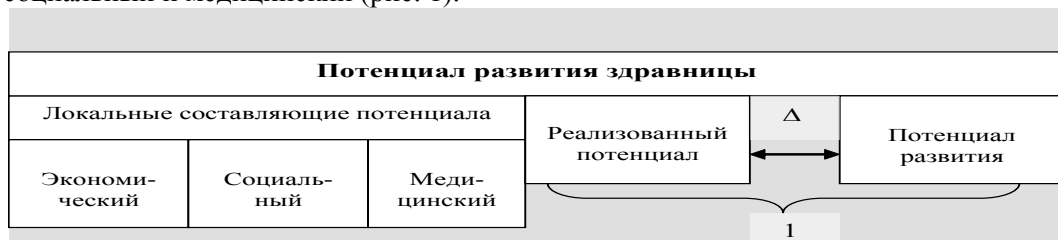


Рис. 1. Структура потенциала развития здравницы.

Разработанный механизм менеджмента устойчивого развития здравницы представляет собой совокупность организационно-экономических инструментов воздействия субъекта управления на управляемый объект для достижения прогнозных состояний развития при помощи оценки совокупности индикаторов и предполагает преобразование предприятия санаторно-курортного комплекса в определенном стратегией направлении (рис. 2).

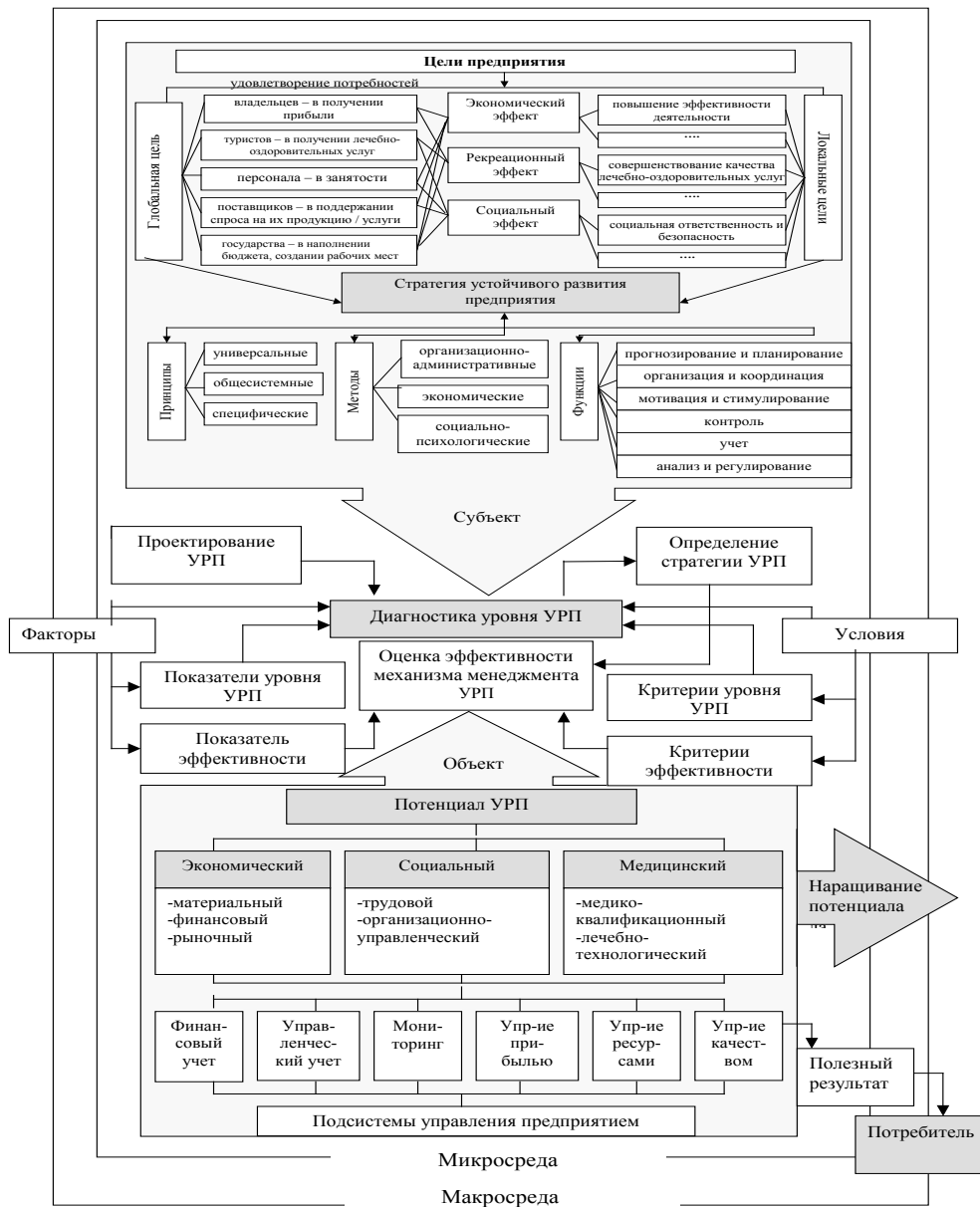


Рис. 2. Механизм управления устойчивостью развития предприятия. Источник: разработано автором.

## ***ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ...***

Таким образом, механизм представляет собой совокупность элементов, образованных в результате непрерывного взаимодействия субъекта и объекта управления.

Целью субъекта управления является планирование развития потенциала предприятия и его составляющих, то есть самого объекта, и достижение стратегических целей предприятия, закрепленных в плане развития, посредством соответствующих принципов, методов и функций.

В качестве основной цели деятельности здравницы в контексте обеспечения устойчивости развития нами выделена его экономическая дееспособность, при которой удовлетворяется группа потребностей и достигается ряд эффектов: 1) потребность собственников в получении прибыли от предоставления лечебно-оздоровительных услуг – экономический, рекреационный эффекты; 2) потребность туристов в получении лечебно-оздоровительных услуг – рекреационный и социальный эффекты; 3) потребность персонала здравницы в занятости, достойно оплачиваемом, приносящем удовлетворение труде – социальный, экономический эффекты; 4) потребность поставщиков в поддержании спроса на их продукцию/услуги – экономический, социальный эффекты; 5) потребность государства в лице органов власти в наполнении бюджета, создании рабочих мест, сохранении человеческого капитала – экономический, социальный, рекреационный эффекты.

Достижение глобальной цели возможно с помощью решения определенного множества локальных задач, которые для каждого отдельно взятого предприятия санаторно-курортного комплекса индивидуальны. С нашей точки зрения, учитывая специфику деятельности, одними из приоритетных локальных целей для здравницы являются: 1) социальная ответственность и обеспечение безопасности потребителей лечебно-оздоровительных услуг; 2) повышение эффективности деятельности предприятия; 3) совершенствование и поддержание качества лечебно-оздоровительных услуг.

Формулирование множества индивидуальных целей обусловлено совокупностью дестабилизирующих факторов, а также особенностями стадии жизненного цикла предприятия, и является неотъемлемой частью стратегического планирования его развития. Стратегическое планирование и разработка стратегии устойчивого развития предприятия, в свою очередь, являются необходимым условием повышения эффективности экономической деятельности в долгосрочной перспективе, а также базой для принятия управленческих решений по всем основным направлениям развития предприятия.

Действие механизма управления устойчивым развитием предприятия должно основываться на определенных принципах – «установленных, общепринятых, распространенных правилах хозяйственных действий и свойств экономических процессов» [33, с. 76]. Поэтому субъектом управления закладываются базовые принципы функционирования данного механизма, при этом вся совокупность принципов работы МУУРП ранжируется на группы: от универсальных и общесистемных принципов функционирования любых экономических систем до специфических принципов управления развитием, обуславливающих действие



непосредственно самого механизма [34–38]. При построении МУУРП нами предложена система иерархии принципов, имеющих определенную субординацию [39, с. 50–51], использование которой призвано повысить эффективность управления устойчивым развитием и, в конечном итоге, продвигаться к достижению основных целей функционирования и развития предприятия, рассмотренных выше.

Функционирование МУУРП опирается на основные методы управления: организационно-административные – прямые директивные распоряжения; экономические, обусловленные экономическими стимулами; социально-психологические, направленные на повышение социальной активности сотрудников.

Воздействие субъекта на объект управления внутри МУУРП осуществляется посредством классических функций управления: прогнозирование и планирование; организация и координация; мотивация и стимулирование; контроль; учет; анализ и регулирование.

Совокупность стратегических и текущих целей, принципов, методов и функций управления создаёт условия для функционирования МУУРП с помощью конкретного алгоритма действий, т. е. процесса с упорядоченной совокупностью этапов, операций и способов деятельности. На рис. 3 предложен алгоритм диагностики уровня реализованного потенциала здравницы, состоящего из следующих этапов: 1) проектирование развития; 2) диагностика уровня развития; 3) определение стратегии развития; 4) оценка эффективности механизма менеджмента устойчивостью развития.

Объект управления – экономический, социальный, медицинский, ресурсный потенциал предприятия, формируемый локальными потенциалами: материальным, финансовым, рыночным, трудовым, организационно-управленческим, медико-квалификационным, лечебно-технологическим. Непосредственно процесс воздействия субъекта на объект управления и его способность создать эффективную систему планирования, контроля и оценку эффективности системы планирования устойчивости развития также формирует некий потенциал управления, обеспечивающий способность предприятия к адаптивности и самоорганизации в турбулентных условиях макро- и микросреды.

Уровень развития каждого элемента совокупного потенциала, в свою очередь, оценивается соответствующими группами показателей:

– финансовый потенциал (показателями ликвидности, финансовой устойчивости, деловой активности, рентабельности);

– материальный потенциал (показателями степени износа, фондоотдачи, доли нематериальных активов, доли основных средств в активах, соотношения обновления и выбытия основных фондов);

– рыночный потенциал (показателями конкурентного преимущества, насыщенности услугами, соотношения стоимости путевок и себестоимости услуг, темпа изменения части рынка);

– организационно-управленческий потенциал (показателями качества услуг, удельного веса управленческих кадров с высшим образованием, опыта работы персонала в отрасли);

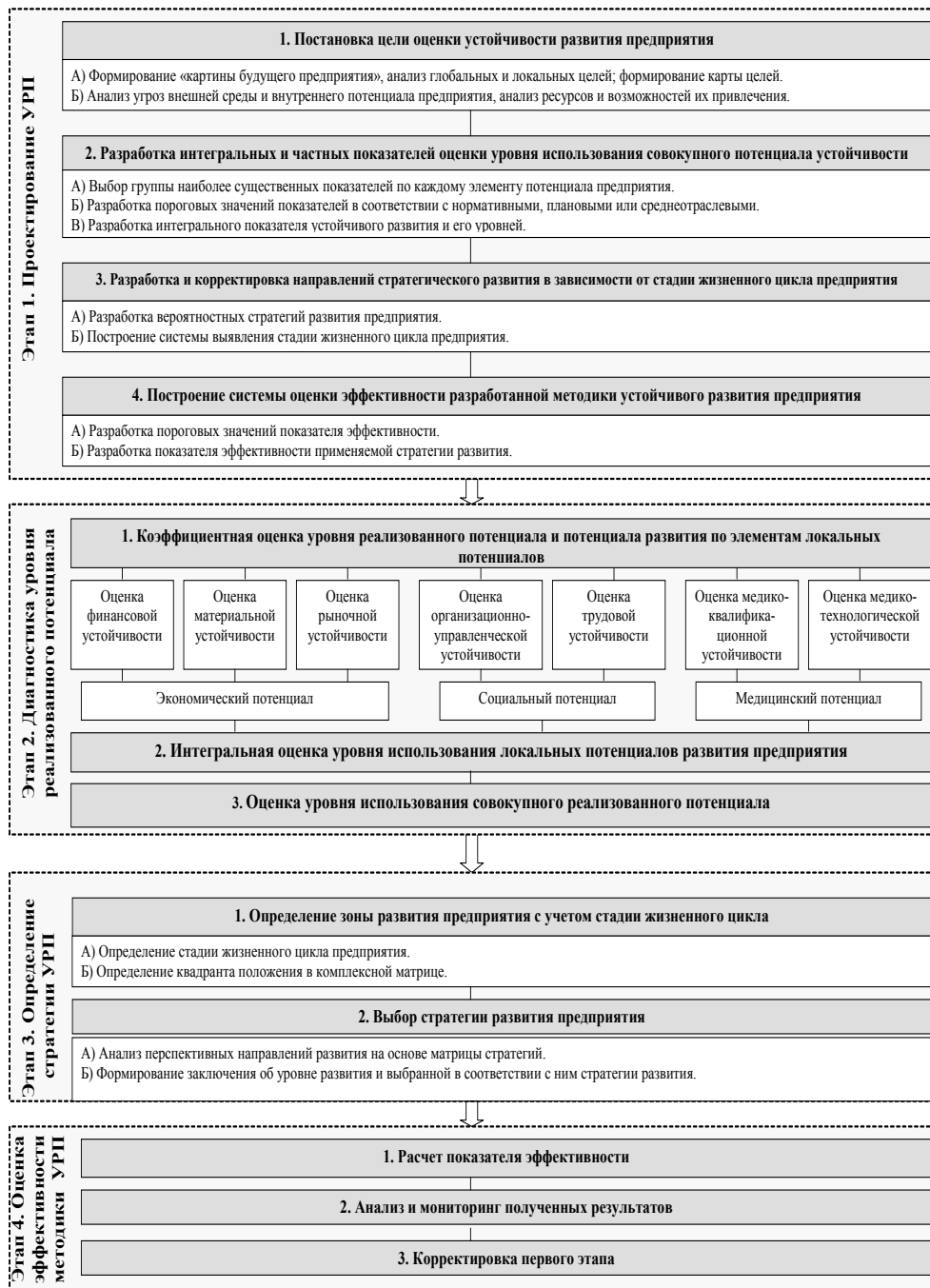


Рис. 3. Алгоритм диагностики уровня реализованного потенциала и потенциала устойчивого развития здравницы.  
 Источник: разработано автором.

– трудовой потенциал (показателями продуктивности, уровня оплаты труда на предприятии, рентабельности трудовых ресурсов, соотношения темпов роста выручки и фонда оплаты труда);

– медико-квалификационный потенциал (показателями обеспеченности кадрами с медицинским образованием, нагрузки больных на врача, доли медицинских услуг, включенных в стоимость путевки);

– медико-технологический потенциал (показателями темпа прироста количества медицинских услуг, медицинской результативности, доли жалоб на качество медицинских услуг) [39, с. 54].

Для реализации второго этапа механизма – «Диагностика уровня реализованного потенциала» – предлагается оценка значений трех групп индикаторов потенциала развития здравниц в несколько этапов с использованием матричного и теоретико-игрового методов (рис. 4).

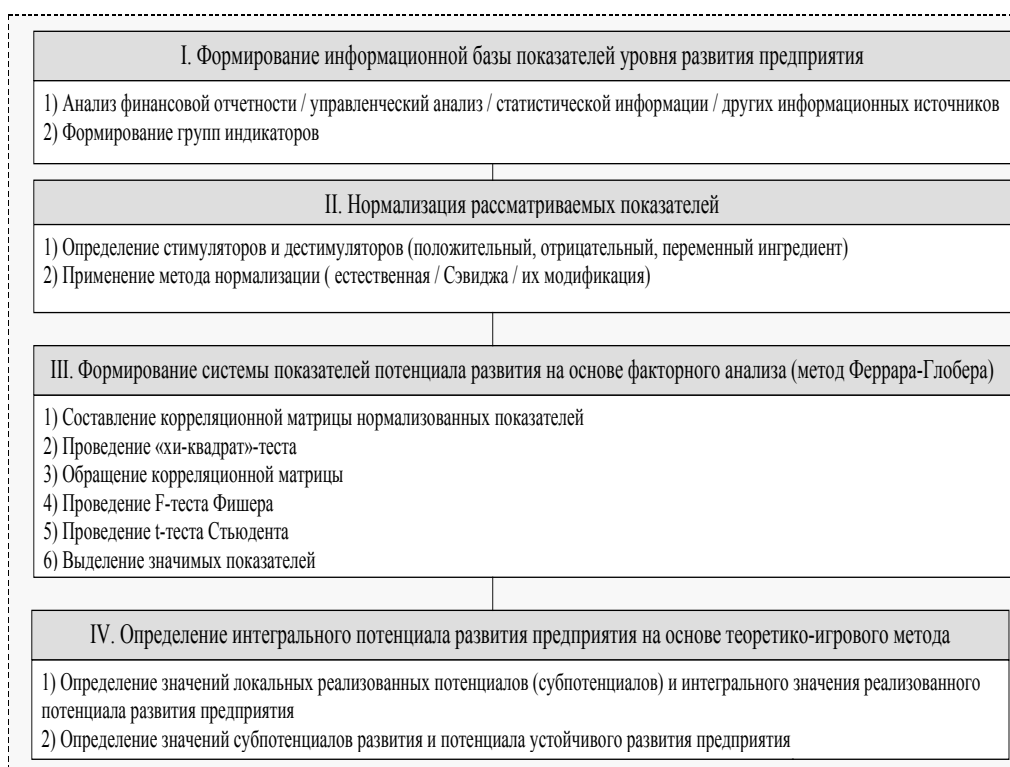


Рис. 4. Алгоритм диагностики потенциала развития предприятия.

Для реализации третьего этапа – «Определение стратегии устойчивого развития предприятия» – предлагается выбор стратегии развития на основе применения трехмерной матрицы развития, построенной с учетом стадии жизненного цикла предприятия с применением адаптированной модели ADL-LC.

## **ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ...**

Результатом реализации механизма управления устойчивостью развития предприятия должно стать наращивание совокупного потенциала развития здравницы, обусловленное его непрерывными планомерными качественно-количественными изменениями; развитие как объекта, так и субъекта управления механизмом.

### **ВЫВОДЫ**

Исследование элементов механизма управления развитием предприятия позволяет говорить о том, что его эффективность зависит от того, насколько эти элементы взаимосвязаны между собой, то есть насколько адекватно содержание и результаты плановой деятельности отражают функции и полномочия организационно-управленческих структур предприятия, а последние – насколько владеют и умеют использовать систему методов и принципов управления, которая должна находить свое отражение и принимать активное участие в прогнозно-плановой деятельности, постановке целей развития предприятия. Сам механизм может и должен постоянно видоизменяться под влиянием достигнутого уровня развития предприятия.

На устойчивость развития здравницы влияют множество факторов: наличие и состояние природных и рекреационных ресурсов, правовая, политическая и международная ситуация и другие. Однако для эффективного функционирования предприятия важен не только характер факторов, но и наличие внутреннего механизма, призванного противостоять и адаптироваться к ним и, более того, обеспечивать развитие хозяйствующего субъекта. Возможность оценки устойчивости развития позволяет управлять её уровнем, адекватно рыночной ситуации использовать свой нереализованный потенциал и достигать планового результата.

### **Список литературы**

1. Санаторно-курортное лечение, организованный отдых и туризм в Автономной Республике Крым в 2010-2011 гг: Статистический сборник // Главное управление статистики в АР Крым. Симферополь, 2011. 151 с.
2. Аналитическая справка об итогах работы предприятий санаторно-курортного и туристского комплекса Республики Крым за 2014 год // Министерство курортов и туризма Республики Крым [Электронный ресурс]. URL: <http://mtur.rk.gov.ru/rus/info.php?id=608306>
3. В Крыму отдохнуло 1,3 млн человек // Rusevik [Электронный ресурс]. URL: <http://rusevik.ru/ekonomika/134647-v-krymu-otdohnuli-13-milliona-chelovek.html>
4. Анпилов С. М. Научно-методические проблемы функционирования и устойчивого развития предприятий в современных условиях // Экономика и управление. 2012. № 5 (90). С. 73–76.
5. Бурда А. И. Методические аспекты формирования потенциала устойчивого развития предприятия // Научно-практические проблемы социально-экономического развития Украины. 2009. № 4 (1). С. 23–26.
6. Василенко В. А. Креативное управление развитием социально-экономических систем: монография. К.: Освіта України. 2010. 772 с.
7. Елецких С. Я. Характеристика этапов процесса управления устойчивым развитием предприятия // Экономика Крыма. 2011. №1 (34). С.29–36.

8. Кузнецов Н. В. Основные проблемы и пути устойчивого развития предпринимательских структур в современных условиях // Российское предпринимательство. 2009. № 9, Вып. 2 (143). С. 76–80.
9. Социально-экономический потенциал устойчивого развития: [Учебник] / [под общ. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника и проф. Л. Хенса (Бельгия)]. Сумы: ИТД «Университетская книга», 2007. 1120 с.
10. Шестерикова Н. В. Экономико-математическая модель формирования стратегии устойчивого развития предприятия // Вестник Нижегородского университета имени Н. И. Лобачевского. Экономика и финансы. 2008. №2. С. 190–194.
11. Шинкевич Н. В. Методические основы формирования стратегии устойчивого развития предприятия // Экономика и управление. 2006. № 1. С. 77–83.
12. Угольницкий Г. А. Устойчивое развитие организаций. Системный анализ, математические модели и информационные технологии управления. Москва: Издательство физико-математической литературы, 2011. 320 с.
13. Ячменьова В. М. Стійкість діяльності промислових підприємств: оцінка та забезпечення: [монографія]. Сімферополь: ВД «АРІАЛ», 2010. 470 с.
14. Багров Н. В. Региональная геополитика устойчивого развития. К: Лыбидь, 2002. 256 с.
15. Василенко В. О., Ткаченко Т. І. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: навч. посіб. К.: Освіта, 2012. 508 с.
16. Ветитнев А. М., Журавлева Л. Б. Курортное дело. Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2006. 528 с.
17. Дышловой И. Н. Концептуальные подходы к формированию приоритетных направлений экономики Республики Крым с учётом курортообразующего фактора // Теория и практика общественного развития. 2016. № 2. С. 33–38.
18. Никитина О. А. Управление формированием интегрированных санаторно-курортных комплексов в регионе : монография. СПб.: СПбГИЭУ, 2012. 290 с.
19. Цёхла С. Ю. Основные экономические проблемы санаторно-курортного комплекса Крыма // Экономика Крыма. 2006. № 17. С. 107–109.
20. Полищук Е. А. О состоянии санаторно-курортного комплекса Автономной Республики Крым в 2009-2011 гг. // Экономика Крыма. Симферополь, 2012. № 1 (38). С. 87–90.
21. Максимова Т. С. Регіональний розвиток (аналіз і прогнозування). Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2003. 304 с.
22. Лафта Дж. Теорія організацій: учеб. пособие. М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. 416 с.
23. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна; авт.-сост. А. Н. Азрилиян. М.: Институт новой экономики, 2002. 1280 с.
24. Коротков Э. М. Концепция менеджмента: учеб. пособие. М.: Дека, 1997. 304 с.
25. Мишин В. М. Исследование систем управления: учебник для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 527 с.
26. Падалка О. В. Механизм управления стратегическим развитием организации // Материалы II Всероссийской научно-практической конференции «Современные тенденции развития теории и практики управления отечественными предприятиями». Ставрополь, 2008.
27. Ячменева В. М., Высочина М. В. Условия реализации механизма повышения эффективности управления деятельностью предприятия // Экономика и управление. 2007. № 45. С. 69–73.
28. Чаленко А. Ю. О понятийной неопределенности термина «механизм» в экономических исследованиях // Экономика промышленности. Донецк. 2010. № 3. С. 26–33.
29. Слепов В. А., Бурлачков В. К., Ордов К. В. О теории экономических механизмов // Финансы и кредит. 2011. № 24. С. 2–8.
30. Асланов Д. И. Системная диагностика деятельности санаторно-курортного комплекса // Современные проблемы науки и образования. 2012. [Электронный ресурс]. URL: [www.science-education.ru/104-6654](http://www.science-education.ru/104-6654).
31. Лебедева И. В., Кудрин В. С., Лейзерман В. Г. Комплексная оценка эффективности деятельности санаторно-курортного учреждения как самостоятельного хозяйствующего субъекта: методические подходы и организационные технологии. Оренбург, 2000 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lawmix.ru/med/11412>.

## **ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ...**

32. Тхор Д. А. Вопросы формирования комплексной оценки эффективности деятельности санаторно-курортных учреждений // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2009. № 3. С. 215–218.
33. Економічна енциклопедія: [у 3-х томах]. Т.3 [відп. ред. С. В. Мочерний]. Київ: Видавничий центр «Академія», 2002. 952 с.
34. Мельник Л. Г. Фундаментальные основы развития. Сумы: ИТД «Университетская книга», 2003. 288 с.
35. Раєвнева О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: монографія. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. 496 с.
36. Малеева Т. В. Системный подход к формированию принципов управления ресурсами крупного города // Проблемы современной экономики. 2005. № 3/4 (15/16). С. 279–281.
37. Суслов И. П. Методология экономического исследования: [монография]. 2-е изд., перераб. М.: Экономика, 1983. 213 с.
38. Стратегическое планирование и управление: современное состояние. Монография / Под ред. А. Н. Петрова, Л. Г. Демидовой. СПб.: ИВЭСЭП, 2002. 231 с.
39. Мацова А. С. Составляющие механизма менеджмента устойчивого развития здравницы // Экономика Крыма. 2014. № 2 (41). С. 46–56.

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 332

## ВОЗМОЖНОСТИ И ПРЕПЯТСТВИЯ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ ПЕРМСКОГО КРАЯ

*Мингалева Ж. А.<sup>1</sup>, Оборин М. С.<sup>2</sup>*

<sup>1</sup>ФГБОУ ВПО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», г. Пермь, Российская Федерация

<sup>2</sup>Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», г. Пермь; ФГБОУ ВПО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», г. Пермь, Российская Федерация  
E-mail: [recreachin@rambler.ru](mailto:recreachin@rambler.ru)

Раскрыты основные подходы к анализу возможностей развития предпринимательской деятельности в области оказания санаторно-курортных и туристских услуг в Пермском крае. Выделены ключевые направления развития рекреационного сектора, проанализированы существующие проблемы и недостатки предпринимательской деятельности в области оказания санаторно-курортных и туристских услуг, обоснована необходимость применения инновационных методов развития сектора санаторно-курортных и туристских услуг. Работа выполнена на основе задания на выполнение государственных работ в сфере научной деятельности в рамках базовой части государственного задания Минобрнауки России ПНИПУ (тема № 1487 «Инновационное развитие территории и решение ключевых проблем урбанистики»)

**Ключевые слова:** развитие территории, субъекты предпринимательской деятельности, рекреационная сфера региона, санаторно-курортные услуги, внешний и внутренний туризм.

### ВВЕДЕНИЕ

Вопросы развития человеческого капитала, эффективного использования трудового потенциала регионов и страны в целом все в большей степени связываются с вопросами качества здоровья населения, технологий здоровьесбережения. В этом контексте значительный интерес представляет анализ перспектив задействования ресурсов рекреационной сферы каждого региона для наиболее полного удовлетворения потребностей национальной и региональной экономики в качественной рабочей силе и здоровом населении. Цель статьи – определить возможные направления развития предпринимательской деятельности по ключевым секторам функционирования рекреационной сферы Пермского края.

Для достижения цели необходимо решить ряд задач:

- выявить основные тенденции развития предпринимательской деятельности в рекреационной сфере Пермского края;
- проанализировать основные проблемы и возможности развития ее ключевых секторов;
- определить потенциал субъектов предпринимательской деятельности по развитию рекреационной сферы региона и повышения его рекреационной привлекательности.

## ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Изменение структуры традиционных производственных и торговых связей региональных экономик, значительное влияние на российскую экономику глобальных тенденций развития, увеличение числа сложных негативных ситуаций в социально-экономической и политической сферах многих стран, затянувшихся на длительное время и приводящих к усугублению общемировых кризисных тенденций, заставили руководство многих регионов и часть субъектов бизнес-сообщества обратить внимание на поиск новых возможностей и развитие направлений предпринимательской деятельности, способных обеспечить устойчивость функционирования территорий и сформировать задел для их будущего развития. Для промышленно-развитых регионов Урала, Сибири, Дальнего Востока таким направлением предпринимательской деятельности становится оказание туристских и санаторно-курортных услуг в контексте общего развития рекреационной сферы регионов [1–3].

Усиление внимания к рекреационной сфере регионов со стороны как властей, так и субъектов предпринимательства стимулировало поиск возможностей для развития взаимовыгодного сотрудничества по данному направлению деятельности [4–7].

Развитие рекреационных возможностей различных регионов с точки зрения их более полного вовлечения в социально-экономическое развитие территорий возможно по двум направлениям:

1. Привлечение внешних, в том числе зарубежных, потребителей рекреационных услуг, в первую очередь по направлениям «туризм» и «санаторно-курортное лечение» на основе лечебного воздействия уникальных природных факторов.

2. Привлечение внешних по отношению к региону, в том числе зарубежных, инвесторов для создания объектов рекреационной инфраструктуры в целом (например, строительство и реконструкция горнолыжных комплексов, санаториев, бальнеолечебниц и пр.), призванных обеспечить повышение спектра и качества оказываемых услуг и привлечения дополнительных клиентов.

С целью выявления перспектив развития санаторно-курортного и туристского комплексов проведем анализ рекреационных возможностей Пермского края, традиционно относящегося к промышленно-развитым регионам и не имеющим до настоящего времени развитую рекреационную сферу. При этом в Пермском крае имеется множество объектов рекреационной специфики, способных заинтересовать как внутренних, так и внешних потребителей услуг в данном виде деятельности (отдыхающих, туристов, людей с определенными заболеваниями), а также инвесторов и предпринимателей, способных обеспечить инновационное развитие как отрасли, так и региона в целом [8].

Прежде всего, нужно отметить, что в Пермском крае имеется много природных факторов, в том числе уникальных, оказывающих положительное лечебное воздействие на людей. Эти свойства природных ресурсов региона известны уже давно: еще во времена Петра I на территории Перми Великой были найдены



## ***ВОЗМОЖНОСТИ И ПРЕПЯТСТВИЯ В РАЗВИТИИ...***

сернистые минеральные источники, о полезных медицинских свойствах которых уже было широко известно. К этому времени в Европе уже активно использовались различные минеральные воды для оздоровления по многим видам заболеваний. Именно эти сернистые минеральные источники легли в основу развития территории края в качестве курортной зоны. Однако крупные лечебницы начали строиться только в середине XIX века, когда, кроме сероводородных источников, были открыты натриево-гидрокарбонатные воды и залежи лечебной грязи (Ключи, поселок Суксун).

Особую национальную и международную привлекательность и значительный потенциал развития рекреационной и санаторно-курортной отрасли Пермского края представляет собой другой уникальный лечебный фактор – вода древнего Пермского моря. Эти воды представляют собой высококонцентрированный бромидный рассол, добываемый из искусственных скважин с большой глубины. Минерализация такой воды близка к показателям минерализации Мертвого моря (содержание брома в рассолах составляет около 650 мг/л; йода 15 мг/л) и аналогично по воздействию целебным свойствам вод Мертвого моря. В условиях экономического кризиса, усложнения условий и правил международного туризма, а также удорожания его стоимости, развитие данного направления санаторно-курортной деятельности в качестве замещающего лечению водами Мертвого моря обладает высоким потенциалом конкурентоспособности и при организации эффективного сотрудничества способно обеспечить успешное развитие региона в реализации данного направления деятельности.

Другим специфическим и конкурентоспособным природным лечебным ресурсом Пермского края являются калийные соли. На их основе разрабатываются соляные ингаляции, позволяющие наиболее эффективно лечить заболевания легочной системы как в природных соляных пещерах, спелеоклинических лечебницах, так и в многочисленных специально оборудованных соляных камерах (галокамерах), стены которых сделаны из местной соли. В настоящее время в Пермском крае действует 18 санаториев данного профиля, но их потенциал не исчерпан. Более того, возможно успешное совмещение лечебного направления с туристским, поскольку имеющиеся в Пермском крае многочисленные пещеры являются уникальными мировыми природными объектами, в том числе находящимся в списке ЮНЕСКО.

Третью группу природных источников Пермского края, представляющих собой основу для эффективного развития курортологии в регионе, составляют лечебные грязи. В Пермском крае это грязи илового (сапротелевого) типа, которые содержат преимущественно воду и органические вещества и почти не содержат сероводорода. Такие грязи обладают противовоспалительным и антимикробным действием, усиливают регенерацию кожных покровов, а также они используются для лечения воспалительных поражений суставов и периферических нервов (артриты и артрозы, корешковые синдромы) и для ускорения восстановления после различных травм. Эти направления лечения реализуются во всех санаторно-курортных организациях Пермского края и при организации целенаправленного внешнеэкономического

сотрудничества могут стать надежным направлением развития сферы рекреационных услуг края на национальном и международном уровнях.

Наконец, во многих санаториях Пермского края проводится бальнеотерапия на основе местных источников, что также может быть использовано в качестве дополнительного направления деятельности в рамках комплексных программ сотрудничества предпринимательских структур региона.

Что касается развития туризма, то здесь возможности сотрудничества как между регионами России, так и с зарубежными туроператорами значительно шире. В частности, в ходе предшествующих исследований было выявлено, что в Пермском крае существуют реальные возможности для развития 9 направлений туризма, среди которых особо выделяется экологический, культурный, городской и деловой туризм, а общий туристский потенциал региона в настоящее время оценивается как высокий. В том числе речь идет о въездном международном туризме [9–10].

Однако следует отметить и слабые стороны, а также проблемы в развитии рекреационного комплекса Пермского края.

Исследование показало, что экономические кризисы 2008 и 2014 годов дестабилизировали не только отрасли промышленности Пермского края, но и его санаторно-курортный комплекс. В посткризисный период экономики наблюдается общая стагнация санаторно-курортного комплекса, а также ухудшение его материальной базы.

Многие санатории и профилактории не располагают полным спектром природных лечебных ресурсов. Для восполнения этого минеральные воды или грязи они завозят с других территорий, что напрямую сказывается на цене данных лечебных услуг и их качестве. По данным Пермстата [11], на территории Пермского края из 43 санаторно-курортных организаций только две имеют собственную природную лечебную базу и постоянных клиентов – курорты Усть-Качка и Ключи, что формирует их устойчивые позиции на российском рынке курортного отдыха [12].

Плохая узнаваемость учреждений санаторно-курортного комплекса Пермского края (за исключением курортов Усть-Качка и Ключи) кроется в слабых маркетинговых исследованиях в этой области и нехватке специалистов данного профиля в санаториях. Большие возможности для своего позиционирования и рекламы представляет интернет-пространство.

Санаторно-курортная сфера имеет определенные отличия от медицинских учреждений (больниц). В санаторно-курортных организациях лечение происходит за счет природных лечебных факторов (минеральные воды, грязи и микроклимат), а медикаментозная терапия имеет ограниченный характер и применяется в основном в специализированных отделениях. Для эффективного развития курортного дела на территории Пермского края и с целью более эффективного продвижения организации санаторно-курортного комплекса на российском рынке лечебно-оздоровительных услуг необходима разработка и принятие регионального законодательства в области курортного дела [13].

## ***ВОЗМОЖНОСТИ И ПРЕПЯТСТВИЯ В РАЗВИТИИ...***

Неудовлетворительное развитие транспортной инфраструктуры (дороги, кемпинги, столовые и т. д.) снижает привлекательность уникальных своей природной составляющей курортов региона, значительно удаленных от центральной России (Урал, Сибирь, Дальний Восток) [14].

Многие курорты и санатории в стране или в отдельном регионе обладают богатыми природными лечебными ресурсами, но система сервиса развита недостаточно, это требует дополнительных затрат на развитие системы гостеприимства, которая позволит увеличить качество лечебно-оздоровительных услуг.

Особенностью маркетинговой деятельности санаторно-курортных организаций края является то, что местные курорты стали прибегать к сотрудничеству с турагентами и туроператорами не так давно. В основном они пытаются самостоятельно реализовать свои услуги через свои представительства. В связи с этим необходима разработка регионального позиционирования и продвижения санаторно-курортного комплекса.

В санаторно-курортном комплексе Пермского края, как и в любой другой производственной организации, происходит системное старение производственных фондов и их износ. От состояния производственных активов зависит качество оказываемых лечебно-оздоровительных услуг. На многих курортах используются основные фонды советского периода, а новые строения вводятся крайне редко. Слабые стороны развития санаторно-курортного комплекса могут создать ряд преград, которые не позволяют в полной мере воспользоваться возможностями данной отрасли экономики.

### **ВЫВОДЫ**

Анализ показал, что в настоящее время руководство и предпринимательские структуры многих российских регионов, ранее уделявших слабое внимание такому направлению деятельности, как санаторно-курортные услуги и рекреационная деятельность, начали проявлять все больший интерес именно к данному сектору экономики.

При этом для успешного развития данного направления необходим учет национальных и региональных особенностей, поскольку только выделение и активное позиционирование региональных особенностей, «изюминок» способно привлечь как российских, так и зарубежных посетителей.

Разработчикам целевых программ по формированию устойчивого социально-экономического развития санаторно-курортного комплекса Пермского края необходимо обратить внимание на перечень негативных факторов и разработать концепцию, при которой практически не контролируемые возможности внешней среды санаторно-курортного комплекса помогут избавиться от недостатков внутренней среды. В свою очередь, это требует четкого установления целевых установок развития сотрудничества всех субъектов хозяйственной деятельности по ключевым направлениям предпринимательской деятельности.

Также необходимо включение в региональную концепцию социально-экономического развития самостоятельного раздела по организации

внешнеэкономической деятельности в области туризма, оказанию санаторно-курортных услуг или разработке самостоятельной концепции, стратегии и программы туристской и санаторно-курортной деятельности региона.

Наконец, без разработки и внедрения инновационных подходов к организации предпринимательской деятельности в области туризма и оказания санаторно-курортных услуг отечественные субъекты данной сферы не смогут быть конкурентоспособными на мировом рынке и эффективно реализовывать свои программы развития.

#### Список литературы

1. Курортно-рекреационный потенциал Западной Сибири / Под ред. Е. Ф. Левицкого, В. Б. Адилова. Томск, 2002. 227 с.
2. Оборин М. С. Региональный анализ изучения рекреационных систем // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Естественные науки. 2013. № 2. С. 35–42.
3. Пьянов А. С., Величенко Е. А. Оценка экономической эффективности использования рекреационного ресурса в региональной социо-эколого-экономической системе // Модернизация экономики и управления. II Международная научно-практическая конференция: сборник научных статей. Под общей редакцией В.И. Бережного. 2014. С. 96–98.
4. Брюханова В. Б. Формирование организованного рекреационного пространства в региональной социально-экономической системе: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления. Улан-Удэ, 2012.
5. Кострюкова О. Н. Территориальная туристско-рекреационная система как объект региональных экономических исследований // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2009. Т. 28. № 1. С. 294–296.
6. Нефедкина С. А. Особенности стратегического управления в санаторно-курортной сфере с учетом инновационной составляющей // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2011. № 9. С. 157–163.
7. Романова Г. М., Матющенко Н. С., Совмен Ш. Д. Научно-методическое обеспечение и проведение исследований в сфере рекреации и туризма // Отчет о НИР № 89 от 29.09.2011 (Департамент комплексного развития курортов и туризма Краснодарского края).
8. Оборин М. С. Усть-Качкинская курортно-рекреационная система как эколого-социально-экономическая система: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата географических наук / Пермский государственный университет. Пермь, 2007.
9. Мингалева Ж. А. Инновационное развитие территории на основе использования потенциала туризма // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2014. № 2 (17). С. 27–31.
10. Mingaleva Z., Bunakov O. Innovative ways of using the tourist potential as the basis of territories development // Life Science Journal. 2014. Т. 11. № 6s. С. 315–317.
11. Статистический сборник. Коллективные средства размещения Пермского края в 2014 г. Пермь: Пермьстат, 2015. 41 с.
12. Оборин М. С., Плотников А. В. Основные методы изучения внешней и внутренней сред санаторно-курортных организаций региона // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. 2012. № 4 (64). С. 28–35.
13. Оборин М. С. Социально-экономические особенности лечебно-оздоровительного туризма региона (на примере Пермского края) // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2013. № 5 (31). С. 69–74.
14. Особенности развития санаторно-курортного бизнеса в России [Электронный ресурс] .URL: [http://www.fabrikabiz.ru/1001/4/0.php?show\\_art=5552](http://www.fabrikabiz.ru/1001/4/0.php?show_art=5552).

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 332

## УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ

*Оборин М. С.*

*Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», Пермь, Российская Федерация*  
*Email: [recreachin@rambler.ru](mailto:recreachin@rambler.ru)*

В современных социально-экономических условиях возникает необходимость повышения качества здоровья населения. Ключевую роль в сохранении и улучшении здоровья населения играет курортно-рекреационная деятельность. Управление рынком курортно-рекреационных услуг страны требует разработки системы устойчивого развития.

**Ключевые слова:** рынок, курортно-рекреационные услуги, туристско-рекреационный комплекс, устойчивое развитие, система.

### ВВЕДЕНИЕ

Здоровье человека зависит от множества зависящих и независящих от его влияния факторов: качества жизни, состояния системы здравоохранения, экологической обстановки, личного отношения к собственному здоровью и инициации профилактических мероприятий, генетических факторов и др. Санаторно-курортные организации направлены на осуществление деятельности по повышению качества социальных показателей населения. Согласно научным исследованиям Всемирной организации здравоохранения, положенным в основу государственных концепций сохранения здоровья населения, степень влияния неконтролируемых человеком факторов (в основном генетических) на его здоровье составляет около 15–20 % [12]. Таким образом, при приложении человеком должных профилактических усилий им может быть существенно минимизирована возможность ухудшения собственного здоровья.

Долгие годы санаторно-курортная деятельность являлась органичной частью государственной системы здравоохранения в России, что позволяло обеспечивать широкие группы населения качественными лечебно-профилактическими, реабилитационными, оздоровительными и медицинскими услугами и, таким образом, поддерживать здоровье нации. На сегодняшний день санаторно-курортная деятельность, по сути, выведена из государственной системы здравоохранения и постепенно, согласно долгосрочным планам развития инфраструктуры в соответствующих государственных программах, «растворяется» в туристской сфере. Во многом это обусловлено недостаточной конкурентоспособностью организаций санаторно-курортной деятельности России, не приспособившихся к осуществлению основной деятельности в условиях высококонкурентных рыночных отношений. В современных условиях указанные организации функционируют в условиях внутренней и внешней конкуренции и рассматриваются массовым потребителем лишь как одна из альтернатив туристического отдыха. Между тем организация санаторно-курортной деятельности в России имеет свою специфику и

качественно отличается от зарубежной – различия проявляются прежде всего в том, что в отечественной практике санаторно-курортного лечения применяются основанные на строгом научном подходе методы профилактики, реабилитации и оздоровления, в то время как в зарубежной практике основные акценты делаются на рекреационной (досуговой) составляющей курортного отдыха.

### **ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ**

В своих работах Оборин М. С. [8, 9] рассмотрел особенности формирования стратегического механизма долгосрочного устойчивого развития территориального рынка санаторно-курортных услуг, а также совершенствования системы управления и оценки экономической эффективности санаторно-курортной деятельности региона.

Как показывает анализ данных государственной статистики, в последние годы наблюдается отрицательная повсеместная (характерная для всех регионов и округов) динамика отдельных ключевых показателей состояния российской санаторно-курортной индустрии (табл. 1).

Таблица 1

Динамика некоторых показателей состояния санаторно-курортной индустрии в России в 2005 и 2014 гг. [13, 14, 15]

Округ (территория)	Число СКО*, ед.		Число мест в СКО, тыс. ед.		Число ночевок в СКО, млн ед.		Темпы прироста (+)/убыли (-), %		
	2005 г.	2014 г.	2005 г.	2014 г.	2005 г.	2014 г.	Число СКО	Число мест в СКО	Число ночевок в СКО
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Всего по РФ**	2173	1905	431,7	443,4	95,4	81,6	-12,3%	2,7%	-14,5%
Центральный федеральный округ	420	341	79,0	73,95	17,4	14,0	-18,8%	-6,4%	-19,7%
Северо-западный федеральный округ	171	143	27,8	27,53	6,7	5,6	-16,4%	-1,0%	-16,9%
Южный федеральный округ	462	249	146,3	101,23	29,8	16,2	-46,1%	-30,8%	-45,6%

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Северо-Кавказский федеральный округ***	161	170	40,2	41,17	9,2	9,3	5,6%	2,5%	1,5%
Приволжский федеральный округ	492	417	78,5	76,04	18,6	16,0	-15,2%	-3,1%	-14,1%
Уральский федеральный округ	213	165	35,7	27,94	7,7	5,7	-22,5%	-21,8%	-25,9%
Сибирский федеральный округ	308	247	48,7	46,34	11,4	9,0	-19,8%	-4,9%	-21,3%
Дальневосточный федеральный округ	107	75	15,6	12,67	3,7	2,4	-29,9%	-18,6%	-34,7%
Крымский федеральный округ	н.д.	98	н.д.	36,53	н.д.	3,36	-	-	-

Примечания:

\* СКО – санаторно-курортные организации

\*\*Итоговые данные по РФ за 2005 г. представлены без значений по Крымскому федеральному округу

\*\*\* – для Северо-Кавказского федерального округа значения взяты с 2010 г. – момента его образования.

Анализ данных, представленных в таблице 1, позволяет сделать вывод об отрицательной динамике по ключевым показателям санаторно-курортной деятельности в России в последние годы:

– произошло снижение санаторно-курортных организаций на 12,3 %, при этом при сопоставлении итоговых данных без числа СКО по Крымскому федеральному округу падение составило 16,8 %;

– наблюдается практически повсеместное снижение отдельных показателей инфраструктурной обеспеченности СКО в виде числа мест в них – снижение по федеральным округам составляет от 1 % до 30,8 %. Только включение значений данного показателя по Крымскому федеральному округу в итоговые данные позволило обеспечить «искусственный» рост по РФ на 2,7 %. Без данных по Крымскому федеральному округу падение числа мест в СКО по РФ составило 5,8 % в 2014 г. по отношению к 2005 г.;

– наблюдается повсеместное снижение интереса потребителей к санаторно-курортному отдыху – снижение числа ночёвок по округам Российской Федерации варьируется от 16,9 % до 45,6 %. В целом динамика по РФ составляет по данному показателю 14,5 %, а без учёта данных по Крымскому федеральному округу –18 %.

В таких условиях возникает необходимость сохранения и обеспечения устойчивого развития уникального и крайне важного элемента национальной системы здравоохранения – санаторно-курортной деятельности. Для ее организации необходимо наладить управленческий сектор, а именно развитие управления санаториями и курортами как единой системой, что может повысить в разы интенсивность ее деятельности [2–7].

Понятие «устойчивое развитие» применительно к стратегическому управлению территориальных социально-экономических систем используется в теории управления с относительно недавнего времени. Если изначально оно применялось к вопросам эффективного управления и рационального пользования системой элементов окружающей среды (к примеру, в Концепции устойчивого развития, представленной на Конференции ООН по окружающей среде и развитию в 1992 г.), то в дальнейшем область его применения существенно расширилась до обеспечения эффективного долгосрочного развития разнообразных по содержанию экономических систем.

Существует множество подходов к трактовке понятия «устойчивое развитие», и в зависимости от области применения можно выделить математический, общеполитический, экологический, экономический и другие подходы к раскрытию содержания термина [1]. В данном исследовании под устойчивым развитием применительно к рынку санаторно-курортных услуг будет пониматься состояние его функционирования, характеризующееся поступательным развитием, сбалансированностью и равновесностью развития всех его компонентов.

Как следует из предложенного понимания, цель разработки системы устойчивого развития территориальных рынков санаторно-курортных услуг состоит в обеспечении стабильного, сбалансированного и поступательного развития территориальных санаторно-курортных систем. Достижение данной цели должно базироваться на учёте комплекса специальных факторов, влияющих на эффективное развитие территориальных санаторно-курортных систем.

С учётом специфики организации рынка санаторно-курортных услуг, а также в результате анализа и систематизации мнений зарубежных и отечественных исследователей о факторах, определяющих устойчивое развитие территориальных социально-экономических систем, нами предлагается следующая классификация факторов, влияющих на устойчивое развитие территориальных рынков санаторно-курортных услуг: политико-правовые, организационно-институциональные, экономические, социально-демографические, природно-климатические, экологические, географические и инфраструктурные.

На рис. 1 представлена концептуальная схема формирования стратегического механизма управления устойчивым развитием территориального рынка санаторно-курортных услуг.





Рис. 1. Система устойчивого развития рынка санаторно-курортных услуг.

Как видно, стратегический механизм управления устойчивым развитием территориального рынка санаторно-курортных услуг представляет собой взаимосвязанную совокупность мероприятий, направленных на обеспечение поступательного, сбалансированного и равновесного развития региональных рынков санаторно-курортных услуг. В основе функционирования предложенного механизма должны лежать принципы, позволяющие, во-первых, учитывать особенности устройства санаторно-курортной индустрии; а, во-вторых, решать и упреждать проблемы, которые ограничивают полноценную реализацию потенциала роста территориальных санаторно-курортных систем.

В результате комплексного исследования региональных проблем его отдельные компоненты внедрены нами в управление развитием территориального рынка санаторно-курортных услуг на примере Пермского края. На основе общих принципов построения механизма устойчивого развития регионального рынка санаторно-курортных услуг применительно к Пермскому краю автором исследования предложены [2, 3, 4]:

1. Меры аналитического характера, направленные на обеспечение условий для получения качественной информационно-аналитической базы по долгосрочному развитию территориального рынка санаторно-курортных услуг, в том числе:

1) комплекс методик анализа состояния рынка санаторно-курортных услуг на различных иерархических уровнях (международном, национальном и

региональном), представленный следующим научным инструментарием системного исследования рынка санаторно-курортных услуг:

- методики количественного анализа состояния рынков санаторно-курортных услуг; методики статистического анализа, адаптированные к специфике рынка санаторно-курортных услуг (кластерный анализ, анализ динамических рядов); методики экономико-математического анализа рынка санаторно-курортных услуг (факторный анализ, корреляционно-регрессионный анализ);

- методики качественного анализа состояния рынка санаторно-курортных услуг (SWOT-анализ, PEST-анализ, STEPLNECEGS-M-анализ).

Особенности адаптации качественных методов анализа (SWOT-анализ, PEST-анализ, STEPLNECEGS-M-анализ) проявляются в большей степени на уровне конкретных территориальных рынков и предполагают их изучение и качественное описание в разрезе основных компонентов инфраструктуры санаторно-курортных комплексов и специфики организации производства и потребления услуг санаторно-курортных организаций:

- компонентов основной инфраструктуры (объекты лечебно-оздоровительной, реабилитационной, профилактической, медицинской, научной, финансовой, рекреационной инфраструктуры);

- компонентов сопутствующей инфраструктуры (состояние гостиничного обслуживания, культурно-досуговых организаций, транспортной и коммунальной систем и др.);

- особенности потребления санаторно-курортных услуг (структура рекреантов по гражданству, способам оплаты санаторно-курортных услуг и др.).

На основании использования методов количественного и качественного анализа автором построен SWOT-анализ состояния рынка санаторно-курортных услуг Пермского края, в рамках которого структурированы сильные и слабые характеристики этого рынка, угрозы и возможности его развития, а также политические, экономические, социальные и технологические факторы, оказывающие влияние на его текущее состояние и способные повлиять на его развитие в будущем. Эмпирической базой для проведения статистического анализа и дальнейшего структурирования основных факторов и условий развития рынка санаторно-курортных услуг Пермского края в виде SWOT-анализа стали:

- данные Федеральной службы государственной статистики по РФ;

- данные отделения Федеральной службы государственной статистики в Пермском крае;

- информация федеральных и региональных ведомственных структур (Ростуризм, Министерство физической культуры, спорта и туризма Пермского края);

- результаты обработки информации коммерческих организаций.

Как видно из результатов SWOT-анализа состояния рынка санаторно-курортных услуг Пермского края, он проводился в разрезе следующих ключевых аспектов функционирования рынка СКУ и территориального санаторно-курортного комплекса:

- организационно-управленческих;

## УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННОГО...

- инфраструктурных;
- экономических;
- институционально-правовых.

Решение выделенных проблем с учётом основных факторов и условий функционирования рынка СКУ Пермского края требует составления комплексного программного документа – Концепции долгосрочного развития санаторно-курортного комплекса Пермского края, который бы учитывал необходимость совершенствования всех ключевых аспектов развития территориального рынка СКУ – организационно-управленческих, инфраструктурных, экономических и правовых.

2) Методы прогнозирования состояния территориального рынка санаторно-курортных услуг с использованием эконометрических моделей (полученных на основе корреляционно-регрессионного анализа) и программно-аппаратных средств. Так, в результате анализа состояния рынка санаторно-курортных услуг Пермского края был составлен следующий прогноз его развития на ближне-, средне- и долгосрочный период по различным сценариям – базовому, оптимистичному и пессимистичному (рис. 2).

Представленный на рис. 2 прогноз сформирован на основе корреляционно-регрессионного анализа результативных и факторных признаков, определяющих состояние и развитие рынка санаторно-курортных услуг.

В результате проведённых расчётов было получено следующее статистически значимое регрессионное уравнение:

$$Y = 1,41 + 0,0252X_1 + 0,00131X_2$$

где  $Y$  – объём регионального рынка санаторно-курортных услуг, млрд руб.;

$X_1$  - объём рынка туристских услуг, млрд руб.;

$X_2$  – ВРП региона, млрд руб.

Коэффициенты регрессии статистически значимы по критерию Стьюдента (3,18; 12,05), а модель – по критерию Фишера (9,55).

Исходной базой для формирования прогноза на основе регрессионной модели стали данные Минэкономразвития по состоянию ключевых макроэкономических показателей до 2030 г. [10, 11].

Для построения различных вариантов прогноза автором также использовался программный инструмент анализа и прогнозирования – Statgraphics. В рамках программного инструмента использовались следующие прогнозные модели:

– линейный тренд (Linear Trend);

– квадратическое экспоненциальное сглаживание (Quadratic Exponential Smoothing).

В результате построения прогнозов с использованием регрессионной модели, а также программных средств прогнозирования, сформированы различные сценарии развития рынка санаторно-курортных услуг Пермского края на кратко-, средне- и долгосрочный период: базовый, пессимистичный и оптимистичный (рис. 2). Базовый сценарий предполагает инерционное развитие рынка СКУ Пермского края при отсутствии значимых внешних воздействий и изменений организационно-управленческого, инфраструктурного, экономического и институционально-

правового свойства. В соответствии с оптимистичным сценарием развитие рынка СКУ Пермского края будет происходить более динамичными темпами, что требует совершенствования ключевых аспектов функционирования данного рынка. Реализация пессимистичного сценария возможна при негативном влиянии внешних воздействий на санаторно-курортный комплекс региона и рынок СКУ, принятии неэффективных, непродуктивных мер организационно-управленческого, инфраструктурного, экономического и институционально-правового свойства.

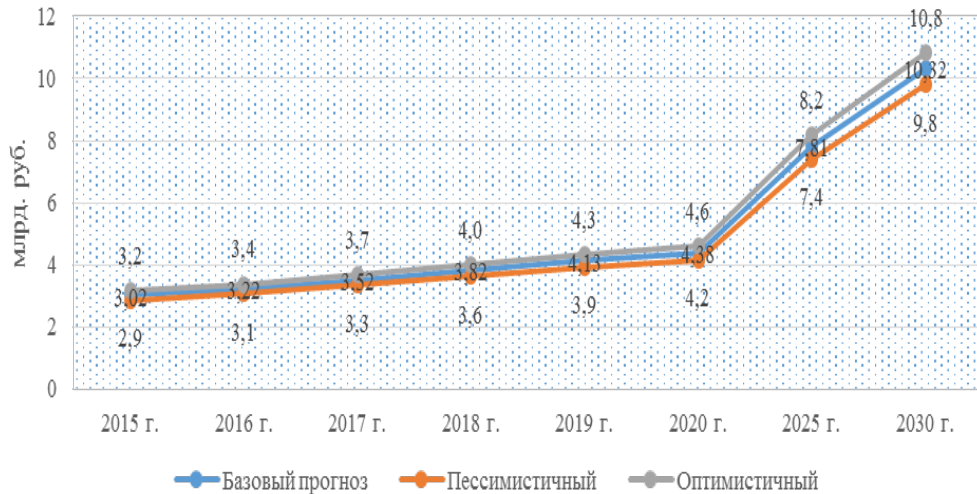


Рис. 2. Прогнозные сценарии развития рынка санаторно-курортных услуг Пермского края на ближне-, средне- и долгосрочный период, млрд руб. до 2030 г. (составлено по данным [8]).

Как видно, в кратко- (2015–2016 гг.) и среднесрочный (2017–2019 гг.) периоды рынок санаторно-курортных услуг Пермского края будет развиваться в рамках позитивной динамики, среднегодовые темпы роста по базовому прогнозу в этот период составляют 8,1%. В дальнейшем в долгосрочный период (с 2020 г. по 2030 г.) ожидается рост объемов рынка санаторно-курортных услуг (резкий рост на графике обусловлен временным разрывом в 5 лет), связанный с повышением конкурентоспособности территориального санаторно-курортного комплекса, стабилизацией национальной экономики и повышением доходов граждан, увеличением доходности санаторно-курортных организаций и прочими факторами.

- Меры организационного характера, которые перекликаются с правовыми и экономическими мерами, но включают в большей степени вопросы эффективной организации санаторно-курортной деятельности в регионе. В рамках данной группы мер нами разработаны проект Закона Пермского края «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах Пермского края» и Концепция долгосрочной целевой программы «Развитие курортно-рекреационного комплекса Пермского края на 2016–2020 годы».

## **ВЫВОДЫ**

Таким образом, на современном этапе возникает насущная необходимость повсеместного сбалансированного, равновесного развития санаторно-курортной деятельности в России, которая характеризуется значительной региональной дифференциацией. Организация системы маркетинговых исследований может помочь сформировать общее представление о работе санаторно-курортных организаций с выявлением их проблем и формированием эффективного функционирования.

Предложенные на примере Пермского края меры по совершенствованию устройства регионального рынка санаторно-курортных услуг и территориального санаторно-курортного комплекса могут стать моделью и универсальной системой, которая с той или иной степенью вариативности в зависимости от локальной специфики устройства санаторно-курортных систем будет использоваться для повышения конкурентоспособности региональных санаторно-курортных комплексов, что позволит получить необходимый народнохозяйственный эффект.

## **Список литературы**

1. Ганопольский М. Г. Устойчивое развитие региона: вопросы методологии // *Налоги. Инвестиции. Капитал*. 2000. № 1.
2. Маркетинговое исследование. Рынок санаторно-курортных услуг Центрального, Северо-западного, Приволжского федеральных округов в разрезе бальнеологического и грязелечебного профилей // *Профильные комплексные решения*. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.megaresearch.ru/files/demo\\_file/10424.pdf](http://www.megaresearch.ru/files/demo_file/10424.pdf) (дата обращения 29.07.2015)
3. Наводничий Р. М. Управление развитием сферы лечебно-оздоровительных услуг в России: диссерт... канд. экон. наук. М., 2011. 188 с.
4. Оборин М. С. Усть-Качкинская курортно-рекреационная система как эколого-социально-экономическая система: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата географических наук / Пермский государственный университет. Пермь, 2007.
5. Оборин М. С. Управление персоналом санаторно-курортного комплекса: основные проблемы и перспективы развития // *Вестник Поволжского государственного университета сервиса*. Серия: Экономика. 2013. № 6 (32). С. 34–38.
6. Оборин М. С. Социально-экономические условия и функции санаторно-курортной системы региона как фактор создания маркетинговой стратегии развития рынка санаторно-курортных услуг // *Вестник Астраханского государственного технического университета*. Серия: Экономика. 2015. № 2. С. 49–56.
7. Оборин М. С. Системный подход к раскрытию сущности и содержания санаторно-курортной деятельности // *Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий*. Экономика и управление. № 4, 2015. С. 214–219.
8. Оборин М. С. Формирование стратегического механизма долгосрочного устойчивого развития территориального рынка санаторно-курортных услуг // *Экономика и предпринимательство*. № 12 (ч. 1), 2015. С. 346–353.
9. Оборин М. С. Совершенствование системы управления и оценки экономической эффективности санаторно-курортной деятельности региона на примере Пермского края // *Экономика и предпринимательство*. № 12 (ч. 2), 2015. С. 250–256.
10. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2015 год и на плановый период 2016-2017 годов // *Минэкономразвития*. [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/macro/prognoz/201409261> (дата обращения 21.03.2015)

11. Распоряжение Правительства РФ от 05.03.2015 № 367-р «Об утверждении плана основных мероприятий по проведению в 2015 году в Российской Федерации Года борьбы с сердечно-сосудистыми заболеваниями» // Собрание законодательства РФ, 16.03.2015, № 11, ст. 1643
12. Тихомирова И. А. Физиологические основы здоровья. Краткий курс лекций. Ярославль, 2007.
13. Число мест в санаторно-курортных организациях // Единая межведомственная информационно-статистическая система [Электронный ресурс]. URL: <http://fedstat.ru/indicator/data.do?id=42104> (дата обращения 29.09.2015)
14. Число ночевков в санаторно-курортных организациях // Единая межведомственная информационно-статистическая система [Электронный ресурс]. URL: <http://fedstat.ru/indicator/data.do?id=42103> (дата обращения 29.09.2015)
15. Число санаторно-курортных организаций // Единая межведомственная информационно-статистическая система [Электронный ресурс]. URL: <http://fedstat.ru/indicator/data.do?id=42106> (дата обращения 29.09.2015)

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 332

## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

*Оборин М. С.*

*Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», г. Пермь, Российская Федерация*

*Email: [recreachin@rambler.ru](mailto:recreachin@rambler.ru)*

В настоящей статье рассматриваются особенности развития санаторно-курортной деятельности Кировской области. Выявлены важнейшие аспекты ее функционирования. Регион обладает большим разнообразием природных лечебных ресурсов для развития санаторно-курортной деятельности. Все это позволит улучшить развитие региональной экономики. Определен ряд проблем, которые необходимо решать для улучшения развития санаторно-курортного комплекса региона.

**Ключевые слова:** санаторий, курорт, санаторно-курортный комплекс, лечебно-оздоровительный туризм, показатели развития, региональная экономика.

### ВВЕДЕНИЕ

Санаторно-курортная деятельность Кировской области формируется за счет определенных социально-экономических условий, которые характеризуются развитием промышленности, загрязнением окружающей среды, доходами, возрастным и половым составом, заболеваемостью и смертностью населения, а также влияет на пополнение бюджетов разных уровней. Все эти факторы в совокупности определяют перспективы развития туристско-рекреационной деятельности региона. Но стоит отметить, что материальной основой для развития санаторно-курортной деятельности и лечебно-оздоровительного туризма можно считать природно-лечебные ресурсы.

На основе этого, выделяются основные показатели развития санаторно-курортной деятельности: динамика их количества, численность размещенных лиц, количество койко-мест, доходы и затраты здравниц, а также уровень издержек. В итоге, на основе приведенных данных формируются проблемы, объясняющие особенности функционирования лечебно-оздоровительного туризма. Они являются основой для предложения программы развития санаторно-курортной деятельности. В Кировской области такой программы нет, что говорит о необходимости ее создания.

В настоящее время отмечается снижение темпов роста туристско-рекреационного комплекса региона. Решением данной проблемы является эффективное функционирование туристско-рекреационного комплекса: лечебно-оздоровительного, познавательного, спортивного, культурно-исторического и событийного туризма. Туристский рынок Кировской области находится на стадии становления, обладающей определенной емкостью для организации внутреннего туризма, хотя его развитие осложняется низким уровнем качества оказываемых услуг.

Развитие туризма в Кировской области будет способствовать улучшению социально-экономических показателей региона. Развитие лечебно-оздоровительного туризма будет отражаться на улучшении физического и психического здоровья населения Кировской области. Налоговые отчисления, поступающие от деятельности санаторно-курортных организаций, будут пополнять бюджет региона. Увеличение занятости населения, создание новых рабочих мест, расширение инфраструктурного комплекса (транспортные средства, дороги, медицинское оборудование), особенно важным является состояние гостиничного комплекса и сферы услуг – это лишь некоторые факторы развития общественного производства и туризма в регионе.

### **ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ**

Кировская область находится на территории Волго-Вятского экономического района Центральной части страны. Ее общая площадь составляет 120347 км<sup>2</sup>, при этом численность населения на 1 января 2015 г. составляет 1304348 чел. [6]. На начало 2014 г. общая численность населения 1310929 чел., при этом доля мужчин составляет 602938 чел. (45,9 %) и женщин – 707991 чел. (54,1 %). Рассматривая возрастные группы населения, отметим, что на 2014 г. из общей численности населения региона молодежь занимает 16,5 %, люди в трудоспособном возрасте – 56,9 %, старше трудоспособного – 25,5 % [5]. Наблюдается увеличение доли жителей пенсионного возраста, что говорит о естественном старении населения.

Соседями региона являются республики Марий Эл, Татарстан, Удмуртия, Пермский край, а также Костромская, Нижегородская и Вологодская области. Регион имеет промышленную специализацию: машиностроительный комплекс и металлообработка, производство цветных и черных металлов, а также химическая, лесная и деревообрабатывающая отрасли, одновременно с этим, обладая богатыми водными ресурсами, развивается целлюлозно-бумажная промышленность. Легкая и пищевая промышленность обеспечивают население региона продуктами питания и товарами первой необходимости.

На территории Кировской области важным природно-лечебным фактором является наличие минеральных вод, лечебных грязей, а также аттрактивных и лечебных фитоценозов. Богатый потенциал минеральных вод используется для наружной бальнеотерапии и внутреннего потребления с целью лечения заболеваний сердечно-сосудистой, дыхательной и нервной систем, а также пищеварения, выделения, профилактики заболеваний половых органов. Лечебные иловые сульфатные сероводородные озерно-ключевые грязи, лечебный торф и сапропели оказывают лечебно-оздоровительный эффект на нервную и эндокринную системы, кровеносные и лимфатические сосуды, улучшается работа гипоталамо-гипофизарной системы, благоприятное воздействие оказывается на покровы тела, опорно-двигательный аппарат. В иловых грязях содержатся гуминовые кислоты, которые приводят к развитию восстановительной фазы заболеваний кожи.

Для полноценного функционирования санаторно-курортного комплекса регион располагает минеральными водами, сходными по химическому составу с



## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ...

известными источниками Ессентуков и Кисловодска, а также месторождения грязей и торфа, уникальные массивы хвойных лесов и водные объекты. В результате создания кластера по развитию курортно-рекреационной деятельности может увеличиться туристский поток в Кировскую область, повыситься доля туризма в валовом региональном продукте, произойдет сокращение безработицы в результате увеличения рабочих мест, будут развиваться смежные отрасли, дополняющие санаторно-курортную деятельность, увеличатся налоговые отчисления, что отразится на развитии сотрудничества между соседними регионами и странами.

Развитие туристского комплекса играет роль не только в решении социальных проблем общества, но и повышает экономическую активность населения, а также влияет на экономику региона. Реализация данной Программы поможет создать необходимые условия формирования курортно-рекреационного и лечебно-оздоровительного потенциала для дальнейшего развития региона. Важнейшим социальным эффектом планируется получить удовлетворение потребностей населения в отдыхе и восстановлении сил, приобщения к здоровому образу жизни и культурным ценностям, а также увеличение занятости населения.

Показатель количества санаторно-курортных организаций отражает возможность размещения лиц, которым необходима профилактика болезней и реабилитация, отдых и восстановление психического и физического здоровья (табл.1).

Таблица 1

Динамика санаторно-курортных организаций Кировской области и регионов-соседей\*

Регион	2002	2006	2007	2009	2011	2013	2015
Костромская область	20	21	20	18	17	<b>15</b>	11
Республика Коми	20	19	18	16	16	<b>16</b>	16
Вологодская область	23	24	24	21	21	<b>18</b>	17
Республика Марий Эл	17	19	19	15	17	<b>15</b>	14
Республика Татарстан	57	52	51	50	48	<b>46</b>	44
Удмуртская Республика	33	32	32	34	34	<b>32</b>	29
Пермский край	74	58	61	53	46	<b>45</b>	38
<b>Кировская область</b>	<b>30</b>	<b>21</b>	<b>20</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>
Нижегородская область	56	42	43	41	41	<b>41</b>	34

\* составлено по данным [4]

Среди основных причин сокращения санаторно-курортных организаций региона назовем следующие: отсутствие положительного имиджа лечебных здравниц, небольшое количество, слабо развитая сеть курортно-рекреационных учреждений, неполноценное использование природно-рекреационных и историко-культурных факторов для организации туристской деятельности. Наличие большого количества проблем в развитии отрасли снижает привлекательность курортно-рекреационной деятельности для туристов не только области, но и из других регионов страны, а также из-за рубежа. Сравнивая темпы прироста, стоит отметить, что в Кировской области наблюдается положительная динамика численности размещенных лиц на 2015 г. по сравнению с 2002 г., что говорит о существующей перспективе в организации туризма.

Наибольший темп прироста размещенных туристов и отдыхающих в СКО характерен для Вологодской, Костромской области, наименьший – в Пермском крае и Кировской области. Отрицательный темп прироста наблюдается в Республике Коми.

Отразим показатели численности размещенных лиц по регионам в виде рейтинга для более наглядного представления о сложившейся ситуации (табл. 2).

Таблица 2

Рейтинг динамики размещенных лиц в санаторно-курортных организациях Кировской области и регионов-соседей

Регион	2002	2006	2007	2008	2009	2011	2015	Средний рейтинг	Итоговый рейтинг
Костромская область	8	7	6	8	7	7	8	7,2	6
Республика Коми	7	9	9	9	9	9	9	7,7	7
Вологодская область	9	8	7	6	8	6	7	7,2	6
Республика Марий Эл	6	6	8	7	6	8	6	7	6
Республика Татарстан	2	1	2	1	1	1	1	1,2	1
Удмуртская Республика	5	4	4	4	5	4	4	4,2	4
Пермский край	1	2	3	2	2	2	2	2	2
<b>Кировская область</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4,7</b>	<b>5</b>
Нижегородская область	3	3	1	3	3	3	3	2,7	3

С 2002–2015 гг. численность лиц, размещенных в санаторно-курортном комплексе, изменялась. В связи с малым количеством санаторно-курортных

## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ...

организаций их емкость также ограничена, поэтому численность размещенных лиц колеблется не в широком диапазоне.

Количество санаторно-курортных организаций и численность размещенных лиц – важнейшие показатели, характеризующие базовые возможности санаторно-курортного комплекса. Также важно рассмотреть число койко-мест, которое может изменяться, и это зависит уже от развития экономики региона. Представим анализ статистических данных (табл. 3).

Таблица 3

Динамика койко-мест санаторно-курортных организаций Кировской области и регионов-соседей\*

Регион	2002	2006	2007	2009	2011	2013	2015	Темп роста, % (2013 г. к 2002 г.)
Костромская область	2481	2747	2614	2315	2361	<b>2043</b>	1475	<b>82,3</b>
Республика Коми	1826	1602	1539	1487	1502	<b>1496</b>	1488	<b>81,9</b>
Вологодская область	2250	4141	4214	3832	3467	<b>3345</b>	3193	<b>148,6</b>
Республика Марий Эл	2485	2778	2809	2529	3113	<b>2617</b>	2839	<b>105,3</b>
Республика Татарстан	9019	10060	9469	9175	9142	<b>8815</b>	8514	<b>97,7</b>
Удмуртская Республика	4373	4968	4943	5320	4754	<b>4825</b>	4696	<b>110,3</b>
Пермский край	10113	8235	9257	9046	8332	<b>7934</b>	7132	<b>78,4</b>
<b>Кировская область</b>	<b>4822</b>	<b>3967</b>	<b>3830</b>	<b>3647</b>	<b>3603</b>	<b>3594</b>	3583	<b>74,5</b>
Нижегородская область	7012	5734	5719	5606	6218	<b>6187</b>	5060	<b>88,2</b>

\* составлено по данным [4]

Согласно представленным данным, положительная динамика числа койко-мест характерна для Удмуртской республики, Вологодской области и Республики Марий Эл. Рост мест в санаторно-курортных организациях также связан с увеличением числа санаторно-курортных организаций или формированием более привлекательных оздоровительных и рекреационных услуг, в связи с этим увеличивается поток отдыхающих и за счет увеличения площади санаториев и курортов возможен рост количества койко-мест. Отрицательная динамика встречается в большинстве регионов, включая Кировскую область, где она самая низкая. Уменьшение койко-мест в лечебно-оздоровительных организациях влияет

на снижение предложения, поскольку уменьшается потенциальная возможность размещать значительное количество туристов и отдыхающих.

Рейтинг регионов позволит отразить иерархию количества мест в здравницах, что может являться одним из показателей привлекательности организации для размещения туристов (рис.1).

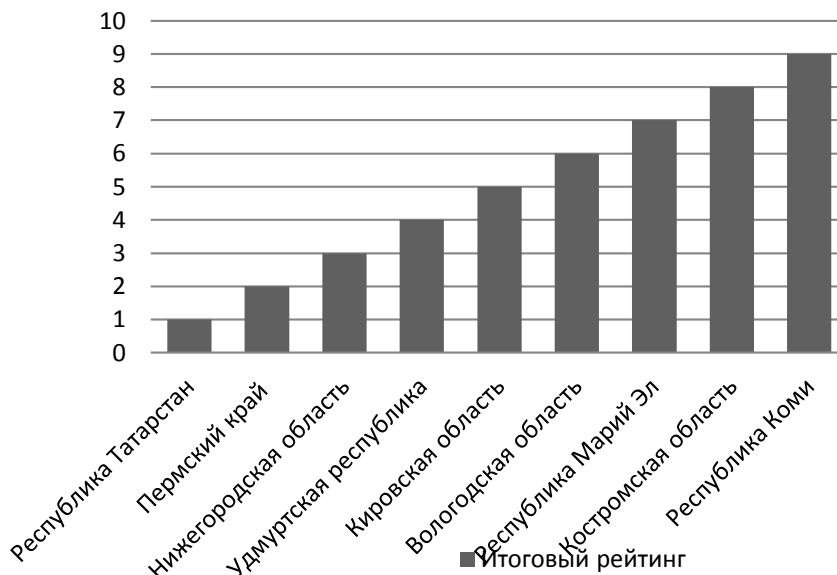


Рис. 1. Рейтинг по показателю койко-мест санаторно-курортных организаций Кировской области и регионов-соседей.

За 2002–2015 гг. на первом месте по количеству койко-мест в санаторно-курортных организациях находится Республика Татарстан, на втором – Пермский край, третье место принадлежит Нижегородской области, четвертое – Удмуртской республике, пятое – Кировской области. Все это говорит о наличии проблем в развитии лечебно-оздоровительного туризма, которые необходимо решать как можно раньше.

Финансовые результаты характеризуют особенности развития санаторно-курортных организаций региона. Показатели доходов говорят об интенсивности деятельности организации, о наличии постоянного потока клиентов, о том, насколько развита система оздоровления и менеджмента. Кроме этого, стоит также оценивать расходы здравниц, поскольку они используются на организацию лечения, оздоровления и проведения досуга отдыхающих. Общим показателем, по которому мы можем оценить соответствие расходов и доходов, является уровень издержек (табл. 4).

## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ...

Наименьшие показатели издержек характерны для Кировской области – 94,6 %, на втором месте располагается Республика Марий Эл – 96,1 %, на третьем месте находится Пермский край – 98,2 %. Разница в доходах и расходах организаций в сторону увеличения доходов и сокращения расходной части говорит о том, что финансовая часть организаций находится в сбалансированном состоянии. Рост издержек в положительную сторону вызван снижением доходов и ростом затратной части, что неправильно, поскольку организации необходимо иметь больше доходов, чем затрат.

Таблица 4

Уровень издержек санаторно-курортных организаций Кировской области за 2015 год (млн руб.)\*

Регион	Доходы	Затраты	Уровень издержек обращения, %	Рейтинг
Костромская область	433,1	443,2	102,3	4
Республика Коми	222,8	338,6	151,9	8
Вологодская область	693,3	779,4	112,4	7
Республика Марий Эл	377,9	363,4	96,1	2
Республика Татарстан	2723,9	3056,5	112,2	5
Удмуртская Республика	1204,3	1392,5	115,6	6
Пермский край	2753,3	2705,8	98,2	3
<b>Кировская область</b>	1453,1	1374,9	94,6	1
Нижегородская область	847,5	1469,5	173,3	9

\* таблица составлена по данным [4]

### ВЫВОДЫ

Таким образом, в результате исследования социально-экономических условий развития деятельности санаторно-курортных организаций Кировской области можно говорить о возникновении следующих проблем:

1. незначительное количество лечебно-оздоровительных организаций уменьшает возможность выбора отдыхающим и снижает поток клиентов;
2. слабое развитие материально-технической базы, что вызвано сокращением числа койко-мест в связи с кризисом 2007–2009 гг., а также состояние инфраструктурного комплекса не соответствует мировым стандартам;
3. финансовая нестабильность предприятий связана с ростом затрат и с уменьшением доходной части хозяйственной деятельности.

**Список литературы**

1. Оборин М. С. Усть-Качкинская курортно-рекреационная система как эколого-социально-экономическая система: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата географических наук / Пермский государственный университет. Пермь, 2007.
2. Оборин М. С. Управление персоналом санаторно-курортного комплекса: основные проблемы и перспективы развития // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2013. № 6 (32).
3. Оборин М. С. Социально-экономические условия и функции санаторно-курортной системы региона как фактор создания маркетинговой стратегии развития рынка санаторно-курортных услуг // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2015. № 2. С. 49–56.
4. Показатели развития санаторно-курортной деятельности [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fedstat.ru/indicators/themes.do> (дата обращения: 15.02. 2016)
5. Распределение населения по основным возрастным группам по Кировской области на начало 2014 года [Электронный ресурс]. URL: [http://kirovstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/kirovstat/resources/a6611f004d0d9f1a8b63bbc5b34c73c1/chislenpvs-2014.htm](http://kirovstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/kirovstat/resources/a6611f004d0d9f1a8b63bbc5b34c73c1/chislenpvs-2014.htm) (дата обращения: 24.02.2016)
6. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Кировской области [Электронный ресурс]. URL: [http://kirovstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/kirovstat/ru/statistics/population/](http://kirovstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/kirovstat/ru/statistics/population/) (дата обращения: 26.02.2016)

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 338.45:65.2/4

## СУДОСТРОИТЕЛЬНЫЙ КЛАСТЕР АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

*Осипова Е. Э.*

*Высшая школа экономики и управления, ФГАОУ ВО «Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова», Архангельск, Российская Федерация*

*Email: [e.e.osipova@narfu.ru](mailto:e.e.osipova@narfu.ru)*

В данной статье рассматривается Архангельский судостроительный кластер, который сегодня представляет один из ведущих в России центров судостроения и судоремонта. Кластер обладает хорошими возможностями для диверсификации производства продукции, и, в первую очередь, для поставок нефтедобывающим компаниям, работающих на шельфе. Деятельность судостроительного кластера связана со стратегическими интересами РФ и ОПЕК. У предприятий присутствует солидная экспериментально-исследовательская база, мощный парк вычислительной техники. Они имеют в своем составе научные и проектные подразделения, научно-исследовательские и испытательные центры, проектно-конструкторские бюро. Большая часть средств на развитие кластера привлекается из внебюджетных источников.

**Ключевые слова:** судостроение, судоремонт, кластер, кластерный подход, регион, Архангельская область, проблемы, судостроительная продукция.

### ВВЕДЕНИЕ

Судостроение сегодня является основой для ключевых технологий и инновационных и многообещающих секторов экономики.

Развитие судостроительного кластера Архангельской области является приоритетом в развитии экономики региона, хотя имеет определенные проблемы развития в условиях сегодняшнего экономического кризиса. В настоящее время важнейшими приоритетами региональной экономической политики являются: осуществление прогрессивных структурных преобразований в экономике, а именно диверсификация и интеграция деятельности предприятий. Признанной мировым опытом стратегией повышения эффективности управления территорией является применение кластеров.

**Цель и задачи статьи.** Целью данной статьи является изучение развития судостроительного кластера Архангельской области.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- изучить актуальность создания судостроительного кластера Архангельской области;
- выявить основных участников судостроительного кластера региона;
- определить сферы деятельности рассматриваемого кластера;
- обозначить задачи создания кластера;
- выявить проблемы создания судостроительного кластера Архангельской области.

### ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Актуальность социально-экономического развития России определяется мобилизацией потенциала территорий для обеспечения стабильных темпов роста

экономики в рамках инновационной, социально ориентированной модели развития. В Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 08 декабря 2011 года № 2227-р, в качестве одного из важнейших условий перехода к инновационному развитию рассматривается создание сети инновационных территориальных производственных кластеров, реализующих конкурентный потенциал территорий.

В Архангельской области в сфере судостроения такой точкой роста является судостроительный инновационный территориальный кластер Архангельской области (далее – кластер). В 2012 году кластер включен в Перечень инновационных территориальных кластеров, утвержденный поручением Председателя Правительства Российской Федерации от 28 августа 2012 года № ДМ-П8-5060.

В кластере сосредоточен мощный инновационный потенциал, определяющий указанную территорию в качестве точки роста не только Архангельской области, но и Российской Федерации в целом. Ключевые инвестиционные проекты кластера характеризуются своей уникальностью и высоким уровнем создания добавленной стоимости.

Если рассматривать формы организации высокотехнологичного производства, то судостроительный кластер является основной формой. Если рассматривать концепцию долговременного социально-экономического развития РФ, то стимулирование деятельности производственных кластеров является основным направлением создания общероссийской системы в области инноваций, конкурентоспособности и технологического развития, обеспечивающего присутствие России на мировых рынках высоко- и среднетехнологичной продукции.

Если рассматривать понятие кластера с точки зрения экономики, то кластер – группа организаций с одинаковыми технологиями, экономическими целями и единой маркетинговой политикой, т. е. кластер – это сконцентрированные на региональном уровне группы взаимосвязанных организаций:

- поставщики оборудования, полуфабрикатов и комплектующих, специальных услуг;
- инфраструктура;
- научно-исследовательские институты, вузы и другие организации, взаимодополняющие друг друга и усиливающие конкурентоспособность организаций и кластеров.

В настоящее время создание кластеров преследует решение определенных задач, к которым отнесем:

- повышение конкурентоспособности страны, региона, отрасли, что является основой общегосударственной промышленной политики;
- улучшение инновационной и инвестиционной активности;
- улучшение взаимодействия крупного, малого бизнеса, науки, производства, финансового сектора экономики.



## ***СУДОСТРОИТЕЛЬНЫЙ КЛАСТЕР АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ***

В Архангельской области в связи с необходимостью эффективного развития промышленности был создан судостроительный инновационный территориальный кластер Архангельской области (далее – кластер). В 2012 году кластер включен в Перечень инновационных территориальных кластеров, утвержденный поручением Председателя Правительства Российской Федерации от 28 августа 2012 года № ДМ-П8-5060.

Целью развития и создания судостроительного кластера Архангельской области является повышение конкурентоспособности и экономического потенциала судостроительной отрасли России за счет реализации эффективного взаимодействия предприятий, научных учреждений и органов власти для расширения доступа к инновациям, технологиям, «ноу-хау», специализированным услугам и высококвалифицированным кадрам, а также для снижения транзакционных издержек, обеспечивающих формирование предпосылок для реализации совместных кооперационных проектов, продуктивной конкуренции и сохранения первенства в области атомного кораблестроения.

Судостроительный кластер Архангельской области является ведущим в России центром судостроения и судоремонта, так как он имеет возможности для диверсификации производимой продукции с целью осуществления поставок компаниям, ведущим добычу нефти на шельфе. Деятельность судостроительного кластера связана со стратегическими интересами РФ и оборонно-промышленного комплекса. Промышленные предприятия созданного кластера обладают экспериментально-исследовательской базой, парком вычислительной техники и имеют в своем составе научные и проектные подразделения, научно-исследовательские и испытательные центры, проектно-конструкторские бюро. Необходимо отметить, что большая часть денежных средств на развитие кластера привлекается из внебюджетных источников.

Выделим главные направления по реализации различных технологий и производимой продукции судостроительного кластера Архангельской области. Сюда отнесем:

- строительство современных морских сооружений, специфического оборудования для освоения месторождений нефти и газа на арктическом шельфе;
- строительство высокотехнологичных современных судов ледового класса;
- строительство, модернизация и ремонт атомных и дизель-электрических подводных лодок, кораблей и судов различных классов для ВМФ России и зарубежных заказчиков в рамках военно-технического сотрудничества;
- строительство научно-исследовательских судов новых типов и промысловых судов;
- утилизация и реабилитация объектов ВМФ, объектов гражданского назначения;
- проектирование и производство пропульсивных установок и их компонентов;

– изготовление морских технических средств и их комплектующих в рамках реализации перспективных проектов развития энергетики на основе восстанавливаемых источников энергии.

Целью создания судостроительного кластера в Архангельской области является повышение конкурентоспособности судостроительной отрасли, улучшение экономического потенциала, привлечение высококвалифицированного персонала и снижение транзакционных издержек.

Соответственно для достижения поставленной цели необходимо определить задачи судостроительного кластера и программу развития в Архангельской области:

1) повышение экономического и конкурентоспособного потенциала участников судостроительного кластера за счет эффективного взаимодействия при производстве судов и кораблей на всем жизненном цикле продукции;

2) разработка и внедрение инноваций и новых технологических решений за счет трансфера технологий;

3) привлечение высококвалифицированных кадров в судостроительную отрасль и смежные сектора за счет достойных социальных и инфраструктурных условий;

4) модернизация и комплексное развитие инфраструктуры кластера;

5) создание пула возможностей для запуска совместных инвестиционных проектов, в том числе упрощение доступа участников кластера к финансовым ресурсам;

6) внешнеэкономическая интеграция и рост конкурентоспособности участников судостроительного кластера.

На сегодняшний день определены основные участники судостроительного кластера в Архангельской области (таблица 1).

Таблица 1

Основные участники судостроительного кластера Архангельской области

Компании судостроительной области	Научные образовательные организации	Органы государственной власти Архангельской области и органы местного самоуправления
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Производственное объединение «Севмаш»</li> <li>– Центр судоремонта «Звездочка»</li> <li>– Северное производственное объединение «Арктика»</li> <li>– Северный рейд</li> <li>– ЗАО «Биус»</li> <li>– ЗАО «Промышленные технологии»</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова</li> <li>– Архангельский научный центр Уральского отделения Российской академии наук</li> <li>– ОАО «Научно-исследовательское проектно-технологическое бюро «Онега»»</li> <li>– ОАО «Конструкторское бюро «Рубин-Север»»</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Правительство Архангельской области</li> <li>– Министерство экономического развития и конкурентной политики Архангельской области</li> <li>– Министерство промышленности и торговли Архангельской области</li> <li>– Министерство образования и науки Архангельской области</li> <li>– Администрация муниципального образования «Северодвинск»</li> </ul>

Задача качественного рынка, который позволит России вырваться из кризиса и стагнации, как раз направлена на появление новых глобальных и локальных

## ***СУДОСТРОИТЕЛЬНЫЙ КЛАСТЕР АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ***

проектов, причем сочетающих в себе научно-культурную и бизнес-инновационную составляющие, поскольку без идеологии невозможно сформулировать эффективную экономическую политику.

И в этом смысле модель кластерного развития региональной экономики (закладываемая сейчас в основу развития Архангельской области) приобретает особое значение. Объединение различных структур в кластеры для реализации конкретных проектов рождает весьма перспективные модели для государственно-частных партнерств, которые не только позволят развить конкретные территории и сферы экономики, но и сделать их масштабируемыми для других регионов, создавая и там точки социально-экономического роста.

Определим основные сферы деятельности судостроительного кластера:

– Строительство современных морских сооружений (суда и платформы, конструкции подводной инфраструктуры), специального оборудования для освоения месторождений нефти и газа на арктическом шельфе, включая подводные роботизированные комплексы и специальное оборудование.

– Строительство современных высокотехнологичных судов ледового класса (в том числе атомных ледоколов нового поколения) с улучшенными параметрами ледопроеходимости и эксплуатационными характеристиками.

– Проектирование и производство пропульсивных установок и их компонентов (гребных винтов всех типов, винтов регулируемого шага, подруливающих устройств, водометов, движительно-рулевых колонок).

– Изготовление изделий машиностроения для предприятий нефтегазового и энергетического, авиационно-космического и металлургического комплексов, включая конструкции стартовых технических комплексов наземной инфраструктуры космических ракетных комплексов, комплекты технологического оборудования, комплекты упаковочные для хранения отработанного ядерного топлива атомных электростанций.

– Строительство, модернизация и ремонт атомных и дизель-электрических подводных лодок, кораблей и судов различных классов для ВМФ России и зарубежных заказчиков в рамках военно-технического сотрудничества.

– Строительство научно-исследовательских судов новых типов и промысловых судов.

– Изготовление морских технических средств и их комплектующих в рамках реализации перспективных проектов развития энергетики на основе восстанавливаемых источников энергии (приливы, течения, ветер).

– Создание и производство высокотехнологичного оборудования по производству, очистке, переработке технических и природных газов для нужд авиационной, космической, нефтегазовой, металлургической промышленности и других отраслей промышленности как в России, так и за рубежом.

– Изготовление оборудования и конструкций для объектов береговой инфраструктуры.

– Проектные работы по созданию сложных изделий и оборудования машиностроения.

– Утилизация и реабилитация объектов ВМФ, объектов гражданского назначения, производство судовой мебели.

– Производство изделий из алмазов, применение алмазных технологий.

Помимо положительных сторон развития судостроительного кластера существует ряд проблем его развития в условиях экономического кризиса. Выделим основные проблемы, возникающие как во внутренней, так и внешней среде судостроительного кластера Архангельской области.

*Проблемы внутренней среды кластера:*

- сокращение численности трудовых ресурсов;
- старение персонала на основных предприятиях кластера;
- несоответствие уровня образования задачам производства;
- отсутствие высококвалифицированных специалистов;
- непривлекательность рабочих и инженерных профессий в области судостроения;
- отсутствие развитого комплекса маркетинга (стратегии продвижения судостроительной отрасли региона);
- отсутствие сервисных компаний;
- высокая себестоимость продукции;
- износ объектов инженерной инфраструктуры и оборудования по отдельным группам производства;
- инфраструктурные ограничения (транспортная, инженерная, энергетическая, социальная, жилищная инфраструктура);
- недостаток финансирования;
- неудовлетворительный уровень менеджмента и наличие высокого уровня бюрократизма;
- отсутствие гибкой системы реагирования на внешние вызовы;
- высокая доля импортных комплектующих для производства.

*Проблемы внешней среды кластера:*

- медленный рост рынка сбыта;
- сокращение международных рынков сбыта для предприятий России;
- высокий уровень инфляции;
- повышение цен на закупаемые материалы;
- изменение законодательства (налогового, таможенного);
- высокий уровень конкуренции на мировом рынке;
- миграционная убыль, старение и сокращение численности трудовых ресурсов;
- ограничения на передвижение иностранных инвесторов.

Но все же судостроительный кластер при всех своих проблемах имеет конкурентоспособное производство и в непосредственном взаимодействии со своими научными и образовательными организациями создает достаточный запас прочности для того, чтобы выйти на мировой уровень.

## СУДОСТРОИТЕЛЬНЫЙ КЛАСТЕР АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

На основании данного анализа можно определить основные приоритеты развития судостроительного кластера Архангельской области (рисунок 1).



Рис. 1. Приоритеты развития судостроительного кластера Архангельской области.

Выделим основные направляющие для развития рассматриваемого кластера. Во-первых, необходимо привлекать инвестиции в долгосрочной перспективе с целью развития производства и инноваций. Во-вторых, предоставлять необходимые льготы в области налогообложения и субсидий. В-третьих, следует развивать транспортную и железнодорожную инфраструктуры. В-четвертых, необходимы изменения нормативной базы в области проведения процедуры закупок.

Кластеры могут стать эффективным инструментом для развития социально-экономического потенциала РФ и ее регионов. К сожалению, на сегодняшний день экономика Архангельской области находится в депрессивном состоянии.

В данной ситуации необходим поиск новых источников и факторов положительной динамики экономического развития региона.

### ВЫВОДЫ

Но все же успешная деятельность судостроительного кластера дает вектор для развития основных направлений жизнедеятельности Архангельской области, привлекает интеллектуальные, научные, инновационные, кадровые потенциалы других субъектов Российской Федерации и повышает конкурентоспособность судостроительной отрасли России в целом.

В Архангельской области существует мощный судостроительный кластер – речь идет о судостроении и судоремонте. Сегодня он является самым уникальным

судостроительным комплексом и играет лидирующую роль в жизни региона. Судостроительный кластер способен решать задачи не только в военной, но и в гражданской сфере судостроения, а также при проектировании крупных морских сооружений.

**Список литературы**

1. Краткая информация по судостроительному инновационному территориальному кластеру Архангельской области (выдержки из Программы развития) [Электронный ресурс]. URL: [www.pandia.ru/text/78/048/96611.php](http://www.pandia.ru/text/78/048/96611.php)
2. Презентация судостроительного кластера [Электронный ресурс]. URL: <http://cdrom01.economy.gov.ru/Innovations>
3. Российская кластерная обсерватория [Электронный ресурс]. URL: <http://cluster.hse.ru/pilots/archan>
4. Портал Правительства Архангельской области [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dvinaland.ru>

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 338.484.6

## СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В КРЫМУ: РЕТРОСПЕКТИВА И ПЕРСПЕКТИВА

*Остапчук А. В.*

*Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация*

*Email: [ostapchuk.alexey@mail.ru](mailto:ostapchuk.alexey@mail.ru)*

В статье рассматривается развитие туризма и отдыха на территории Крымского полуострова. Дается краткое упоминание Крыма в произведениях источниках античных авторов. Описывается присоединение Крыма к Российской империи и начало туристических путешествий аристократии на вновь приобретенные территории. Кратко отображено становление и работа клубов и горных обществ Крыма, их цели и задачи. Раскрываются ключевые точки становления туризма и отдыха на Крымском полуострове в период Великой Октябрьской социалистической революции. Кратко отображены имеющиеся до 1941 года ресурсы и их послевоенное восстановление. Описан туристический поток в Крым за различные годы.

**Ключевые слова:** туризм, отдых, Крым, полуостров, Российская империя, СССР, туристический поток.

### ВВЕДЕНИЕ

В Республике Крым развитие туризма является одним из приоритетных направлений совершенствования экономики региона. Согласно «Государственной программе развития курортов и туризма в Республике Крым на 2015–2017 годы» [1], основной целью развития туризма в Крыму является формирование на данной территории туристического центра, отвечающего международным стандартам, сочетающего критерии конкурентоспособности, круглогодичности и востребованности.

Исходя из этого, возникает необходимость всестороннего рассмотрения имеющегося опыта и истории туризма и отдыха в регионе.

История туризма и отдыха на Крымском полуострове, особенности организации развития крымского рекреационного макрорегиона в разные периоды времени рассматриваются в трудах Абрамова В. В. [2], Усыскина Г. С. [3], Грицака Е. Н. [4], Долженко Г. П. [5, 6], Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А. [7]. Авторы описывают крымский туризм в его исторической хронологии неотделимо от развития туризма и отдыха в Российской империи, а затем и в СССР.

**Цель и задачи статьи.** Целью данной статьи является ретроспективный анализ развития туризма и отдыха на территории Крыма.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- рассмотреть в ретроспективе развитие туризма и отдыха в Крыму;
- на основе ретроспективного анализа определить перспективные направления развития туризма на современном этапе в Республике Крым.

## **ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ**

Первые упоминания Крыма как туристического региона находим в трудах античного историка Геродота V в. до н. э. Геродот писал, что в Тавриде на соленых озерах применяют египетский метод грязелечения. Схожие упоминания встречаются в трудах древнеримского писателя Плиния Старшего I в. до н. э., а также греческого астронома и географа Клавдия Птолемея II в. до н. э. [8].

Важным этапом в становлении туристической индустрии и индустрии путешествий на Крымском полуострове было присоединение Крыма к Российской империи в 1783 году. Императрица Екатерина II создала дополнительные стимулы для российского дворянства, освободив его от обязательной службы и обязательного присутствия по месту службы, тем самым дав возможность осуществлять длительные путешествия. Самой императрицей в 1787 году было осуществлено беспрецедентное по тем временам путешествие, которое вошло в историю как Таврический вояж. Целью данного мероприятия был осмотр присоединённой к Российской Империи Новороссии и Крыма после многочисленных войн с Османской империей [3].

Материальным свидетельством Таврического вояжа Екатерины II были установленные по приказу князя Потёмкина Г. А. Екатерининские мили. Данные знаки были воздвигнуты через каждые 10 вёрст маршрута императрицы. До наших дней сохранились всего пять памятных сооружений: в Севастополе, Бахчисарае, на трассе Севастополь – Симферополь, между селами Насыпное и Первомайское и на трассе Симферополь – Феодосия [9].

С начала XIX века Крым приобретает статус курорта для знати Российской империи. Отдыхать в Крыму стало модно и престижно в связи с подъёмом патриотических настроений в высшем обществе империи после победы в Отечественной войне 1812 г. Многочисленные имения, воздвигнутые в Крыму в тот период, связаны с именами Палласа, Мордвинова, дюка де Ришелье, князя Воронцова. Среди наиболее примечательных сооружений можно отметить Алушкинский дворец князя Воронцова М. С.; дворцово-парковый ансамбль в Ливадии, построенный военачальником Лабросом Кацонисом, который впоследствии стал летней резиденцией Романовых в Крыму; особняк де Ришелье в Гурзуфе, в 1822 году перешедший во владение графа Воронцова М. С. [4]

Первыми предпосылками развития массового туризма было открытие горных клубов. Первый горный клуб был открыт в Англии в 1857 году как общество любителей путешествий в горы и получил название «Английский альпийский клуб». В этот период подобные объединения энтузиастов возникают по всей территории Европы, в Австрии – в 1862 г., в Швейцарии – в 1863 г. К 90-м годам XIX века подобные общества возникли почти во всех странах Европы и в США, общее количество участников движения насчитывало около 120 тыс. человек. Не стала исключением и Россия. Первый горный клуб в Российской империи был создан в 1877 году в городе Тифлисе. Общество было немногочисленно, всего около 40 человек, основой его деятельности были научные изыскания. Члены клуба время от времени совершали одиночные экскурсии и представляли научные доклады. Но данный клуб



долго не просуществовал по причине малочисленности, слабой организации и отсутствия чёткой научной направленности в исследованиях [3].

Вторым клубом по изучению гор был созданный в Одессе Крымский горный клуб. Первое заседание общества прошло 25 января 1890 года. Его участниками были поставлены следующие задачи и цели:

- исследование Крымских гор;
- помощь в посещении и пребывании в горах художников и естествоиспытателей;
- поддержка садоводства и сельского хозяйства в Крыму;
- охрана природы, редких видов растений и животных.

Первый совместный выход участников Крымского горного клуба состоялся в апреле 1891 года и продлился восемь дней, за которые были собраны богатые научные коллекции – ботанические, почвенные, геологические, на основе которых и был создан Музей клуба. Эта первая экскурсия заложила основы для создания отделений клуба в Севастополе и Ялте. Общество стремительно развивалось и на второй год своей работы уже насчитывало около 300 членов. В этом же году вышло в свет первое издание «Записок Крымского горного клуба», которые впоследствии издавались ещё в течение 25 лет [5].

Особыми заслугами в развитии туризма в Крыму отличилось Ялтинское отделение Горного клуба. Отделением была оборудована первая в России горная тропа для пешеходных экскурсий – Штангеевская тропа: от скалы Ставри-Кая до водопада Учан-Су. Вслед за Штангеевской тропой были оборудованы ещё ряд пешеходных маршрутов – Боткинская, Крестовская, Дмитриевская тропы, туристический приют на горе Чатырдаг. За время существования Ялтинским отделением Горного клуба был набран небывалый по меркам тех времён размах, если в 1896 г. была проведена 181 экскурсия, то в 1912 г. число предлагаемых маршрутов экскурсий достигло 645, а принимали в них участие 15229 человек. За всю историю существования обществом было обслужено более 120 тысяч человек [5].

С наступлением Великой Октябрьской революции туризм на территории молодого государства СССР начал своё развитие в условиях разрухи Гражданской войны. Туристические общества дореволюционной России прекратили своё существование либо переместились за пределы СССР.

С подписанием В. И. Лениным 20 марта 1919 г. декрета «О лечебных местностях общегосударственного значения» и 21 декабря 1929 г. декрета «Об использовании Крыма для лечения трудящихся» началась новая эпоха в становлении Крыма как всесоюзного лечебно-оздоровительного курорта. Согласно этим предписаниям, работы по оборудованию курортов Крыма признавались работами общегосударственного значения. Руководить данными работами был назначен Сидеев В. А., а ответственным исполнителем – Коросташевский И. Е. [2].

Туризм в Красной Армии можно рассматривать как важную составляющую туристического движения в СССР. Точкой отсчета нового туристического движения стала организованная в 1929 г. первая экскурсия для 180 курсантов ленинградских и московских военных школ в Крым. Туризм в Красной Армии приобрел широкую популярность и всячески одобрялся командованием, к 1930 г. более половины Домов Красной Армии по всей стране имели собственные военно-туристические бюро.

С началом Великой Отечественной войны прекратилась вся туристическая деятельность на территории СССР, более 164 туристических баз, расположенных на Кавказе, в Крыму, Центральной России, Урале прекратили свое существование. Часть туристических баз оказалась на оккупированной территории, на иных располагались госпитали, пункты сбора, склады и т. д. [6]. За время боевых действий по всей стране было разрушено: 16 стадионов, 22 альпинистских лагеря, 28 домов туриста, 130 домов отдыха, 109 санаториев, 189 клубов и домов отдыха, общий ущерб оценивается в 145 млн руб. [2]. В апреле 1945 г. решением Центрального Совета Профессиональных Союзов началось возрождение туризма. В этом же году была восстановлена работа закрытых с началом войны туристско-экскурсионных управлений. За период 1945–1948 гг. центры туризма начали свою работу по всему СССР: в Москве, Симферополе, Краснодаре, Ростове-на-Дону, Тбилиси и других городах [6].

После окончания Великой Отечественной войны начинается активное восстановление туристической индустрии Крыма, к 1947 г. оно было полностью завершено. Из года в год увеличивался туристский поток. Если в 1953 г. он составлял 700 тыс. чел., то в 80-х гг. данный показатель уже достиг 8 млн чел. (рис. 1).



Рис. 1. Количество туристов в Крыму в 1953–1988 гг. [9].

В 60-х гг. Крым получил статус всесоюзного курорта и всесоюзной здравницы. Из 150 всесоюзных маршрутов на Крым приходилось восемь и три радиальных туристических маршрута для автомобилистов. Из 258 железнодорожных туристических маршрутов через Крым проходили 28. Многие маршруты имели как летний, так и зимний вариант, что обеспечивало круглогодичный туристический сезон [11]. К 80-м гг. в Крыму функционировало 56 всесоюзных пешеходных и свыше 400 экскурсионных маршрутов, которые обслуживали 300 тыс. плановых туристов и свыше 9 млн экскурсантов [11].

С началом перестройки и последующим развалом СССР туристический поток в Крым снизился вследствие неблагоприятных экономических условий в бывших союзных республиках. Впоследствии Крым в составе Украины превратился во внутренний курорт, ориентированный в основном на пляжный отдых. Максимальный туристический поток был зафиксирован в 2012 г. и составил 6,1 млн чел., что соответствует уровню 70-х гг. [12].

**ВЫВОДЫ**

Как видно из проведенного выше ретроспективного анализа, Крым в составе царской России, а в последующем и СССР всегда был центром туризма и отдыха, а отдых носил в значительной мере элементы культурного туризма.

На сегодняшний день переход Республики Крым в правовое поле Российской Федерации дает значительные перспективы для развития экономики в целом и туризма в частности.

На наш взгляд, одним из наиболее привлекательных ресурсов Крыма является его историческое и культурное наследие во взаимосвязи с природными и этнографическими богатствами. Крым всегда был и есть перекрестком культур, религий и цивилизаций. Планомерное и постепенное развитие должно обеспечить Крымскому полуострову последовательное уравнивание с курортами России, а в последующем и с мировыми культурными и туристическими центрами в возможностях приема туристов и обеспечения полноценного сервиса.

**Список литературы**

1. Об утверждении Государственной программы развития курортов и туризма в Республике Крым на 2015–2017 годы [Электронный ресурс]. URL: [http://rk.gov.ru/rus/file/pub/pub\\_236078.pdf](http://rk.gov.ru/rus/file/pub/pub_236078.pdf)
2. Абрамов В. В., Тонкошкур М. В. Історія туризму: підруч. Х: ХНАМГ, 2010. 294 с.
3. Усыскин Г. С. Очерки истории российского туризма. СПб.: Герда, 2007. 208 с.
4. Грицак Е. Н. Бахчисарай и дворцы Крыма. Москва: Вече, 2004. 133 с.
5. Долженко Г. П., Путрик Ю. С. История туризма в Российской империи, Советском Союзе и Российской Федерации: 1696 г. – современность. Серия «Туризм и сервис». Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», Феникс, 2010. 304 с.
6. Долженко Г. П. Экскурсионное дело: учебное пособие. Издание второе, исправленное и дополненное. Серия «Туризм и сервис». Москва: ИКЦ «МарТ», 2006. 304 с.
7. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А. Концептуальные основы кластерной организации развития крымского рекреационного макрорегиона // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. Т. 10. № 1. С. 83–94.
8. Косовская А. Ф. Милославский В. Н. Очерк-путеводитель Саки. Симферополь: Издательство «Таврия», 1977. 75 с.
9. Игнаткин И. А., Кравец И. М., Лопушинская Е. И., Могытыч И. Р., Моисеенко В. П. Памятники градостроительства и архитектуры Украинской ССР. Иллюстрированный справочник-каталог. Том 2. Киев: Будивельник, 1985. 336 с.
10. Михайлов Е. А. Проблемы развития туризма в Крыму [Электронный ресурс]. URL: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/mihajlov.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/mihajlov.htm)
11. Душевский В. П., Гриппа О. И. Осторожно: горы! Симферополь: Издательство «Таврия», 1981.
12. Об основных характеристиках туристического потока Республики Крым [Электронный ресурс]. URL: [http://mtur.rk.gov.ru/rus/file/mtur\\_Harakteristiki\\_turizma.pdf](http://mtur.rk.gov.ru/rus/file/mtur_Harakteristiki_turizma.pdf)

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 330.332

## ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОЛОГИЯ КАК ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ОСНОВА МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ИНТЕНСИВНОГО ТИПА

*Павлов К. В.*

*Камский институт гуманитарных и инженерных технологий, Ижевск, Российская Федерация  
Email: [kvp\\_ruk@mail.ru](mailto:kvp_ruk@mail.ru)*

В связи с необходимостью модернизации и инновационного развития российской экономики, а также скорейшего решения серьезных природоохранных проблем актуально формирование и развитие научно-учебной дисциплины «Инновационная экология», которая может являться теоретической основой осуществления модернизации экологической, природоохранной системы, особенно интенсивного типа.

**Ключевые слова:** инновационная экономика, инновационная экология, новое направление экологической науки, теоретические и практические аспекты, научно-учебная дисциплина, модернизация экологической системы

### ВВЕДЕНИЕ

В связи с необходимостью модернизации и инновационного развития российской экономики, а также скорейшего решения серьезных природоохранных проблем весьма актуально формирование и развитие научно-учебной дисциплины «Инновационная экология», которая также может являться теоретической основой осуществления модернизации экологической, природоохранной системы, особенно интенсивного типа.

Цель статьи – определить основные направления и сформулировать важнейшие задачи становления новой научно-учебной дисциплины «Инновационная экология».

Методология. В работе использованы количественные методы оценки влияния в отношении применения интенсивных методов использования производственных ресурсов, в том числе природных ресурсов на эффективность экономических процессов.

Результаты работы свидетельствуют о том, что в связи с возросшей ролью инноваций в жизнедеятельности современного общества, подобно тому, как эффективно используются результаты и выводы научно-учебной дисциплины «Инновационная экономика», содержащей описание теоретических основ инновационной экономики и практических подходов к организации инновационной деятельности в рыночных условиях, также целесообразно разработать основы научно-учебной дисциплины «Инновационная экология», которая самым тесным образом связана с инновационной экономикой. Одной из важнейших проблем, рассматриваемых в рамках инновационной экологии, должна стать проблема исследования экологических подсистем, которые обязательно должны содержаться в национальных и региональных инновационных системах. Кроме этого, большое значение имеет исследование финансово-экономических методов и механизмов, которые широко используются в системе государственного и муниципального

регулирования экологических инновационных процессов. Разработка основных направлений исследований в рамках новой научно-учебной дисциплины «Инновационная экология» позволит сформировать оптимальные параметры использования технологических процессов и организационных условий, соответствующих экологическим требованиям и в то же время экономически эффективных.

## **ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ**

Становление и развитие новой научно-учебной дисциплины «Инновационная экология» имеет большое теоретическое и практическое значение, а применение ее результатов в хозяйственной практике позволит существенно повысить эколого-экономическую эффективность системы общественного воспроизводства.

Опыт стран с развитой рыночной экономикой свидетельствует о том, что в последнее время инновации стали основой повышения конкурентоспособности этих стран, а также базовым элементом их общественной структуры. По оценкам, доля инновационно-информационного сектора за последние годы многократно возросла и составляет в развитых государствах 45–65 % [6]. Кроме этого, данный сектор стал важнейшей основой, генерирующей современное социально-экономическое развитие, ключевым фактором динамики и роста экономики развитых стран.

Именно наличие развитого инновационно-информационного сектора во многом определяет важнейшее отличие передовых государств от стран третьего мира. Возросшая роль инноваций в жизнедеятельности современного общества способствовала становлению неэкономике, экономики знаний, инновационной экономики как нового направления современной экономической науки.

Основы теории инноваций были заложены в XX веке такими крупными учеными, как Й. Шумпетер, Ф. Бродель, Г. Менш, С. Кузнец, Н. Кондратьев, П. Сорокин и др. В научный оборот понятие «инновация» как новую экономическую категорию ввел Й. Шумпетер, который под инновациями понимал изменения с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных, транспортных средств, рынков и форм организации в промышленности [8]. Очевидно, что в настоящее время знания, информация стали важнейшими элементами производительных сил, производительными ресурсами, по масштабам сопоставимыми или даже превосходящими традиционные ресурсы: природные, трудовые, материальные и даже капитальные.

Инновационный процесс представляет собой совокупность научно-технических, технологических и организационных изменений, происходящих в процессе создания и реализации нововведений, при этом критериальной характеристикой инновационного процесса выступает внедрение новшества в качестве получения конечного результата, реализованного в производстве [7]. Таким образом, инновация – это продукт научно-технического прогресса. Она является результатом творческой деятельности коллектива, направленной на совершенствование существующей системы и имеющей практическую реализацию.

Для инноваций характерны следующие обязательные свойства: научно-техническая новизна; производственная применимость и коммерческая реализуемость. Объектами инноваций могут быть материалы, продукты, технологии, средства производства, люди и межчеловеческие отношения, социальная среда, а также организация и ее подразделения. Учитывая возросшую роль инноваций в жизни современного общества, в последнее время стала интенсивно развиваться теория инновационной экономики.

В рамках научно-учебной дисциплины «Инновационная экономика» содержится описание теоретических основ инновационной экономики и практических подходов к организации инновационной деятельности в рыночных условиях. К наиболее важным аспектам исследования инвестиционной деятельности следует отнести разработку методологических и методических основ анализа инновационной деятельности и определение специфических характеристик инновационного процесса, эффективное применение механизмов государственной социально-экономической политики, в том числе в отношении процессов формирования национальной и региональной инновационных систем, а также разработку методов продвижения различных инноваций на всевозможных рынках.

Большие возможности и перспективы, на наш взгляд, также имеет разработка теоретико-методологических основ научно-учебной дисциплины «Инновационная экология». В рамках этой дисциплины целесообразно рассмотреть вопросы использования инноваций в природоохранной деятельности и в процессе создания условий равновесия с окружающей средой, определения эффективности инновационной деятельности в экологической сфере.

Инновационная экология как научно-учебная дисциплина самым тесным образом связана с инновационной экономикой. Более того, в национальной и региональных инновационных системах обязательно должны быть экологические подсистемы. Кроме этого, финансово-экономические методы и механизмы широко используются в системе государственного и муниципального регулирования экологических процессов. Инновационная экология тесно связана также и с такой научно-учебной дисциплиной, как экономика и экология природопользования. Однако инновационная экология существенно отличается от этой научно-учебной дисциплины, так как в ней акцентируется внимание на возможности и перспективах использования НТП и современной системы управления, особенно эффективных инноваций технического, технологического и организационно-управленческого характера в природоохранной, экологической сфере. В практическом аспекте развитие инновационной экологии позволит разработать систему эффективных мер и мероприятий, нацеленных на модернизацию и инновационное развитие экологических систем, особенно природоохранных систем интенсивного типа. Это обусловлено тем обстоятельством, что инновационная экология может стать теоретической основой осуществления экологической модернизации, что крайне актуально в настоящее время для оптимального развития российского общества. Все это определяет самостоятельность инновационной экологии и целесообразность ее выделения в качестве отдельной научно-учебной дисциплины.

В современных условиях инновационный процесс имеет особое значение, т. к. традиционные формы использования хозяйственных ресурсов весьма ограничены, в связи с чем обеспечение роста экономики уже в обозримом будущем в прежнем режиме является весьма проблематичным. Расширенное воспроизводство на основе использования инновационных факторов требует решения сложнейших социально-экономических проблем:

- использование интенсивных методов хозяйствования в системе национальной экономики;
- серийное и массовое использование достижений НТП, в том числе в сфере nanoиндустрии;
- повышение социально-экономической эффективности системы общественного воспроизводства на основе обеспечения ускорения использования инновационных процессов;
- реализация рыночных методов и принципов хозяйствования на основе действия законов спроса и предложения во всех сферах народнохозяйственного комплекса;
- обострение экологических проблем и усложнение осуществления природоохранной деятельности.

Важнейшей задачей инновационной экологии в обозримом будущем должна стать разработка технологий, позволяющих сделать антропогенный круговорот веществ как можно более замкнутым, тем самым приблизив его в идеале к природному круговороту веществ. Достижение полной безотходности нереально, так как все это противоречит второму началу термодинамики, и поэтому речь идет в основном о создании и использовании малоотходных технологий, под которыми понимается способ производства, обеспечивающий максимально эффективное использование сырья и энергии, с минимумом отходов и потерь энергии [16]. При этом одним из важнейших условий малоотходной технологии является рециркуляция, сущность которой заключается в повторном использовании материальных ресурсов, что позволит экономить сырье и энергию и, тем самым, уменьшить образование отходов.

Малоотходная технология основывается на использовании комплекса мероприятий по сокращению до минимума количества вредных отходов и уменьшения их воздействия на окружающую среду. К этим мероприятиям относятся следующие:

- создание принципиально новых производственных процессов, позволяющих исключить или сократить технологические стадии, на которых происходит образование отходов;
- разработка бессточных технологических систем и водооборотных циклов на основе очистки сточных вод;
- создание и выпуск новых видов продукции с учетом требований повторного ее использования;
- разработка систем переработки отходов производства во вторичные материальные ресурсы.

Разработка малоотходных технологий должна осуществляться с учетом региональных особенностей. Учитывая, что около 70 % территории России относится к зоне Севера, исключительно актуальна проблема разработки малоотходных технологий в разных сферах горной промышленности (например, в процессе добычи апатито-нефелинового концентрата), в которых бы учитывались социально-экономические и экологические особенности северных регионов страны [17]. Еще одним важнейшим аспектом развития инновационной экологии является разработка и использование интенсивных методов ведения хозяйственной деятельности.

Развитие российской экономики (как и экономики стран СНГ в целом) до последнего времени преимущественно было связано с использованием экстенсивных факторов (недозагруженными мощностями и незанятой рабочей силой, а также внешней конъюнктурой). Однако ускорение социально-экономического развития, намечаемое на ближайшее десятилетие, не может основываться на весьма ограниченных по своим возможностям экстенсивных факторах. Необходимо использовать качественно новый физический и человеческий капитал, а также результаты благоприятных условий хозяйствования. Чтобы ускорить экономический рост, необходим поиск новых, устойчивых источников развития и активизация процесса интенсификации производства.

Актуальность перехода на интенсивный способ хозяйствования определяется также и тем, что в трудные годы экономического спада проблемам интенсификации не придавалось должного значения. В настоящее время, когда возникли благоприятные предпосылки развития, интенсификация предполагает вовлечение в общественное производство всего имеющегося потенциала страны и все более рационального его использования.

Процесс интенсификации является материальной основой роста эффективности общественного производства. Низкий уровень и незначительные темпы интенсификации производства являются одними из важнейших причин глубокого кризиса, в котором сравнительно недавно оказалась российская экономика. Если вспомнить начало перестройки советского общества, то необходимость реформ тогда обуславливалась потребностью резкого увеличения эффективности общественного производства на основе внедрения наиболее прогрессивных форм научно-технического прогресса (НТП), являющегося, как известно, важнейшим фактором интенсификации, тогда как в действительности темпы НТП были весьма низкими и не соответствовали потребностям практики. Однако при переходе к рыночным отношениям темпы процесса интенсификации значительно снизились. Иначе говоря, результат получился прямо противоположный: в последнее время в условиях переходного периода не только не произошло дальнейшего усиления интенсивного характера производства, но и без того невысокий уровень интенсификации существенно снизился. Это обстоятельство со всей очевидностью свидетельствует об увеличении отставания технического уровня предприятий российской экономики от технооснащенности аналогичных предприятий в развитых капиталистических странах, т. е. об увеличении отставания технологического уровня российских предприятий от мирового уровня.



Как известно, в последнее время всё больше внимания уделяется вопросам формирования в России инновационной экономики, что совершенно справедливо, т. к. это позволит уменьшить зависимость уровня и темпов социально-экономического развития страны от получаемых доходов вследствие экспорта сырьевых ресурсов. Важно также и то, что в результате этого улучшится имидж России, которую пока ещё нередко отождествляют с сырьевым придатком капиталистического мира. Таким образом, в целом мировой опыт действительно свидетельствует о том, что рост инвестиций в инновационные сферы экономики способствует ускоренному развитию народнохозяйственного комплекса страны и повышению среднего уровня жизни.

Однако это только в целом, а в каждом конкретном случае вложение инвестиций в инновационные сектора далеко не всегда способствует росту прибыли и доходов – так, в фундаментальной науке известно немало случаев, когда вложение средств не только не окупалось, но и приводило к негативным результатам. Кстати, руководство России в последнее время нередко критикует различные ведомства и организации в связи с тем, что существенные инвестиции в создание нанотехнологий пока ещё не дают ожидаемого результата. В этой связи совершенно справедлива постановка вопроса о том, насколько эффективны те или иные инвестиции и инновации.

Однако, на наш взгляд, в современных условиях этого недостаточно и кроме осуществления социально-экономической оценки эффективности инвестиций и инноваций необходимо осуществлять оценку последствий внедрения инвестиций и инноваций с точки зрения их влияния на усиление процессов интенсификации общественного воспроизводства. В этой связи нами предлагается выделять инвестиции и инновации интенсивного или экстенсивного типов в зависимости от того, способствуют ли результаты их внедрения соответственно интенсификации или, наоборот, процессу экстенсификации. Важно также в общей структуре инвестиций и инноваций выделять удельный вес, долю каждой из этих двух групп. Целесообразность осуществления такого рода классификации инвестиций и инноваций во многом объясняется тем обстоятельством, что в последнее время существенно возросла актуальность использования интенсивных методов хозяйствования. Прежде всего, это связано с демографическим кризисом последних лет – как известно, на 1000 жителей России умерших сейчас приходится в 1,5 раза больше, чем родившихся (приблизительно 15 человек против 10). В этой связи осуществление мероприятий трудосберегающего направления интенсификации представляется весьма своевременным и эффективным.

В других странах могут быть актуальными и иные направления интенсификации. Так, например, в среднеазиатских странах СНГ – Узбекистане, Туркмении, Таджикистане, Киргизии исключительно важным является водосберегающее направление интенсификации общественного производства. В Японии, где сравнительно немного крупных месторождений природных ресурсов, весьма актуально материалосберегающее направление интенсификации, здесь же в связи с крайне ограниченным характером земельных ресурсов большое значение

имеет также землесберегающее направление интенсификации. В большинстве стран мира весьма актуальны энерго- и фондосберегающее направления.

Более того, даже в разных регионах одной и той же страны актуальными могут быть разные направления интенсификации: на Дальнем Востоке и на Севере России большое значение по-прежнему (т. е. как и во времена социалистической экономики) имеет трудосберегающее направление, в старопромышленных регионах Урала – в Свердловской области, Удмуртской Республике, Челябинской области – крайне актуально фондосберегающее направление интенсификации. В Белгородской области, где на высоком уровне развиты металлургическая и горнодобывающая отрасли промышленности, очень эффективно осуществление мероприятий материалосберегающего направления. Таким образом, кроме выделения двух групп инвестиций и инноваций, способствующих интенсификации или экстенсификации, в первой группе целесообразно выделить несколько подгрупп, соответствующих разным направлениям интенсификации, – трудо-, фондо-, материалосберегающему и т. д. в соответствии с региональной, отраслевой и структурной спецификой экономики той или иной страны. Напомним, что, говоря о процессах экстенсификации и интенсификации, имеются в виду два принципиально различающихся способа достижения производственной цели. При одном происходит количественное увеличение использования ресурса, при втором на единицу выпуска продукции при решении производственной задачи экономится ресурс. Поэтому целесообразно определять интенсификацию производства как реализацию мероприятий, имеющих своим результатом экономию стоимости совокупности применяемых ресурсов. Ресурсосберегающим направлением интенсификации производства является реализация мероприятий, в результате которых экономится ресурс, например, живой труд. Таким образом, предложенный подход понимания процесса интенсификации позволяет говорить и об интенсификации производства, и об интенсификации использования отдельных факторов производства, не отождествляя эти понятия.

Таким образом, если существующую функциональную зависимость между экономическим результатом (обозначим его  $\mathcal{E}$ ) от использования какого-либо ресурса (обозначим  $P$ ) представить в виде

$$\mathcal{E} = f(P),$$

то в случае экстенсивного использования ресурса, его увеличение приведёт к пропорциональному росту экономического эффекта, тогда как при интенсивном использовании ресурса его увеличение приведёт к большему росту эффекта. Иначе говоря, если имеем два значения ресурса  $P_1$  и  $P_2$ , причём

$$P_2 = n \times P_1,$$

где  $n$  – коэффициент пропорциональности.

В случае экстенсивного использования ресурса  $\mathcal{E}_2 = n \times \mathcal{E}_1$ , а в случае интенсивного использования  $\mathcal{E}_2 > (n \times \mathcal{E}_1)$ . Как можно видеть, интенсивное использование ресурса (труда, фондов, материалов, воды и пр.) обусловлено ростом ресурсоотдачи (производительности труда, фондоотдачи, материалоотдачи и т. д.), правда, в вышеозначенной функциональной зависимости следует учитывать также временной лаг.

Оценить, относится ли тот или иной инвестиционный ресурс к экстенсивному и интенсивному типу также можно на основе использования таких показателей, как капиталотдача (капиталоёмкость) и фондоотдача (фондоёмкость), но не только с их помощью. Для этого, в частности, можно также использовать мультипликатор. В этой связи напомним, что в соответствии с макроэкономическим подходом объём национального дохода страны находится в определённой количественной зависимости от общей суммы инвестиций, и эту связь выражает особый коэффициент – мультипликатор, причём увеличение национального дохода равно приращению общей суммы инвестиций, помноженному на мультипликатор (обычно мультипликатор обозначают буквой  $K$ ).

Для количественной оценки экстенсивных и интенсивных инвестиций мультипликатор следует представить в виде суммы двух слагаемых:

$$K = K_{\text{экт}} + K_{\text{инт}},$$

где  $K_{\text{экт}}$  характеризует влияние экстенсивных, а  $K_{\text{инт}}$  – интенсивных инвестиций на национальный доход. Обычно в реальной хозяйственной практике используют

как экстенсивные, так и интенсивные инвестиции, поэтому, как правило, и  $\frac{K_{\text{экт}}}{K}$ ,

и  $\frac{K_{\text{инт}}}{K}$  больше нуля, но меньше единицы. В маргинальных случаях, когда имеет место использование либо только экстенсивных, либо только интенсивных инвестиций (что соответствует классическому экстенсивному или интенсивному

способам общественного воспроизводства),  $\frac{K_{\text{экт}}}{K}$  либо  $\frac{K_{\text{инт}}}{K}$  соответственно равны 1, тогда как второе соотношение равно 0.

Учитывая, что в соответствии с макроэкономической теорией величина мультипликатора связана с предельной склонностью к потреблению и сбережению, выделение в мультипликаторе двух вышеозначенных слагаемых позволит также количественно оценить влияние экстенсивных и интенсивных инвестиций на показатели предельной склонности к потреблению и сбережению, а, соответственно, и определению оптимальных параметров доли потребления и сбережения в национальном доходе, что имеет большое значение при разработке эффективной стратегии социально-экономического развития, т. к. от этого зависят и средний уровень жизни населения, и темпы технического перевооружения экономики.

Целесообразно, на наш взгляд, кроме общего показателя мультипликатора, характеризующего связь объёма национального дохода с общей суммой инвестиций, выделять и так называемые частные показатели мультипликатора в соответствии с различными направлениями интенсификации общественного воспроизводства. Иначе говоря, это означает, что в общем объёме инвестиций следует выделять те, реализация которых приведёт к более интенсивному использованию определённого вида ресурсов – энергетических, материальных,

водных, трудовых и т. д., причём в частных показателях мультипликатора также необходимо выделять два слагаемых, т. е.

$$K_{pi} = K_{pi\text{экст}} + K_{pi\text{инт}},$$

где  $K_{pi}$  – частный мультипликатор для  $i$ -го вида ресурсов;

$K_{pi\text{экст}}$  – показатель, характеризующий влияние на национальный доход инвестиций, реализующих экстенсивный вариант использования  $i$ -го вида ресурсов;

$K_{pi\text{инт}}$  – показатель, характеризующий влияние на национальный доход инвестиций, реализующих интенсивный вариант использования  $i$ -го вида ресурсов.

Как и в случае общего мультипликатора, для частных показателей

$$\frac{K_{pi\text{экст}}}{K_{pi}} \quad \text{и} \quad \frac{K_{pi\text{инт}}}{K_{pi}}$$

мультипликатора величины  $\frac{K_{pi\text{экст}}}{K_{pi}}$  и  $\frac{K_{pi\text{инт}}}{K_{pi}}$  могут принимать любые значения в интервале от нуля до единицы, причём крайние значения этого интервала (т. е. 0 или 1) они принимают так же, как и для общего мультипликатора, лишь в случае исключительно экстенсивного (т. е. когда используются только экстенсивные инвестиции), либо исключительно интенсивного (т. е. когда используются только интенсивные инвестиции) способа воспроизводства. Для смешанного же способа воспроизводства (т. е. когда используются как экстенсивные, так и интенсивные инвестиции – случая, наиболее часто встречающегося в хозяйственной практике) рассмотренные выше соотношения обязательно будут принимать значения больше нуля, но меньше единицы.

Говоря о смешанном способе воспроизводства, следует уточнять, идёт ли речь о преимущественно экстенсивном (т. е. когда преобладают экстенсивные инвестиции) или же о преимущественно интенсивном (т. е. когда преобладают интенсивные инвестиции) способе воспроизводства. Важно учитывать также то, что говоря об экстенсивном, интенсивном и смешанном типах воспроизводства, всегда следует уточнять, идёт ли речь о воспроизводстве с учётом использования всех ресурсов в целом (и лишь только в этом случае, на наш взгляд, имеет смысл использовать термин «общественное воспроизводство»), либо же речь идёт об экстенсивном, интенсивном и смешанном типах воспроизводства, основанных на использовании лишь определённого вида ресурсов (или же совокупности некоторых, но не всех видов ресурсов). Например, рассматривают же в специальной литературе только воспроизводство населения или воспроизводство основного капитала – всё это подтверждает справедливость предложенного нами подхода.

Таким образом, учитывая, что инвестиционные ресурсы – особый вид ресурсов, которые используются в процессе воспроизводства любого другого вида ресурсов – трудовых, капитальных, материальных, водных, энергетических, природных и т. д., для определения экстенсивных и интенсивных инвестиций наряду с показателями фондоотдачи и капиталотдачи целесообразно использовать также показатель мультипликатора и его две составляющих. Что касается инноваций, то и здесь, на наш взгляд, целесообразно учитывать те социально-экономические последствия, к которым приводит их внедрение в реальную хозяйственную практику и поэтому, подобно инвестициям, выделять инновации интенсивного или экстенсивного типов в зависимости от того, способствуют ли результаты их внедрения соответственно интенсификации или, наоборот, процессу экстенсификации. Кроме этого,

целесообразно выделить несколько групп инноваций, соответствующих разным направлениям интенсификации общественного воспроизводства.

Выделять разные виды и типы инноваций особенно важно в связи с тем обстоятельством, что инновации считаются формой реализации НТП, тогда как сам НТП считается важнейшим фактором интенсификации общественного воспроизводства. Поэтому получается, что инновации вроде как всегда соответствуют процессу интенсификации производства, что, однако, не соответствует действительности – на самом деле инновации могут способствовать как усилению интенсивного характера общественного воспроизводства, так и процессу экстенсификации (например, когда внедряются недостаточно новые инновации или инновации, внедрение которых не способствует экономии какого-либо ресурса).

Выделение инвестиций и инноваций экстенсивного и интенсивного типов важно не только с теоретической, но и с практической точки зрения. Дело в том, что процесс интенсификации является важнейшим условием повышения конкурентоспособности национальной экономики, причём в обозримом будущем роль и значение этого процесса в связи с исчерпанием и усложнением условий добычи и эксплуатации ряда важных природных ресурсов ещё более возрастут. В связи с этим внедрение инвестиций и инноваций интенсивного типа будет способствовать также повышению экономической безопасности страны.

Рассматривая различные формы и направления инвестиций с точки зрения их влияния на процесс интенсификации общественного производства в России, следует отметить, что доля интенсивных инвестиций в общей структуре иностранных инвестиций существенно меньше по сравнению с аналогичным показателем в структуре внутренних инвестиций, что, на наш взгляд, в значительной степени объясняется нежеланием Запада технологически усиливать российскую экономику. Сравнивая прямые и портфельные инвестиции, можно констатировать, что в первом случае возможности реализации интенсивных инвестиций существенно выше, чем во втором.

Как известно, в зависимости от выбранной инвестиционной стратегии субъекта хозяйствования выделяют несколько различных портфелей инвестиций и, в частности, консервативный портфель, когда предполагается инвестирование в малопродуктивные, но стабильные объекты; доходный портфель, в соответствии с которым инвестиции осуществляются в объекты, гарантированно приносящие высокие доходы; рискованный портфель, формирование которого связано с осуществлением инвестирования в объекты, приносящие наибольший, но не гарантированный доход. Целесообразность выбора конкретного портфеля инвестиций с точки зрения максимального использования имеющихся потенциальных возможностей в отношении внедрения интенсивных инвестиций в значительной мере определяется отраслевой и региональной спецификой, однако можно констатировать, что в будущем в связи с усложнением условий осуществления общественного воспроизводства значение рискованного портфеля как предпосылки роста доли интенсивных инвестиций существенно возрастёт. Таким образом, можно видеть, что лишь создание системы эффективных и

взаимосвязанных мер и условий хозяйствования на разных уровнях иерархии макро-, мезо- и микроуровне позволит существенно увеличить использование в обозримом будущем в российской экономике интенсивных инноваций и инвестиций, однако наибольшее значение в этой системе всё же имеет использование комплекса мер государственного регулирования развития народнохозяйственного комплекса страны.

Интенсификация общественного производства является одной из важнейших тенденций развития мировой экономики. Особенно эта тенденция проявляется в развитых капиталистических странах. Это объясняется тем обстоятельством, что интенсификация, важнейшим фактором которой является научно-технический прогресс, является обязательным условием и материально-технической основой существенного повышения социально-экономической эффективности и ускорения темпов развития народно-хозяйственного комплекса страны. Интенсификация производства является также одним из важнейших факторов повышения конкурентоспособности отечественной продукции.

Действительно, в современных условиях именно наукоемкие технологии – роботизация, биотехнология, электронно-вычислительная техника позволяют достигать высоких стандартов, уровня и качества жизни. Достаточно сказать, что Япония, не имеющая сколько-нибудь серьезных запасов природных ресурсов, стала одной из ведущих держав мира благодаря, прежде всего, эффективному использованию научно-технического потенциала, причем далеко не только своего (как известно, Япония является крупнейшим импортером лицензий). То же самое можно сказать и про другую быстроразвивающуюся страну – Южную Корею.

Значение процесса интенсификации в связи со все более возрастающей дефицитностью невозпроизводимых природных ресурсов в обозримой перспективе еще более возрастет. Вместе с тем во многих постсоциалистических странах в последнее время темпы и уровень интенсификации производства все еще недостаточно высоки. Все это справедливо и для стран СНГ, в том числе и для России. И это при том, что в советский период о необходимости всемерной интенсификации говорилось на всех уровнях общественной иерархии, в том числе и на самом высоком.

Цель интенсификации производства – повышение эффективности народного хозяйства [14]. Поэтому весьма важно рассмотреть соотношение категорий «эффективность» и «интенсификация», на которое существует несколько принципиально различающихся точек зрения производства [2, 5, 15, 18]. Таким образом, взаимосвязь интенсификации с эффективностью производства зависит от того, что понимается под последней и каким образом эффективность рассчитывается. Если в приведенном примере при расчете эффекта учитывать все время эксплуатации, то, скорее всего, окажется, что эффективнее процесс интенсификации.

В связи с этим необходимо рассматривать эффективность и интенсификацию как взаимосвязанные, но, безусловно, различные категории. Уже отмечалось, что исследователи, отождествляющие понятия «эффективность» и «интенсификация», как правило, исходят из положения о возможности расширять производство путем увеличения объема используемых ресурсов («поле производства») и путем

повышения эффективности их использования. Однако поскольку необходимо различать эффективность использования отдельных ресурсов и эффективность производства, то отождествление категорий «эффективность» и «интенсификация» неправомерно. Таким образом, если и можно отождествлять в определенном смысле интенсификацию и более эффективное использование ресурсов, то это ни в коей мере не значит, что можно отождествлять интенсификацию производства и его эффективность. Хотя интенсификация производства направлена на повышение эффективности, но этого в определенной мере можно добиться и экстенсивным путем, причем в некоторых случаях мы получим больший эффект, чем при интенсивном варианте развития производства. В качестве примера достаточно привести довольно часто встречающееся явление: руководители предприятий нередко предпочитают эксплуатировать давно освоенную, порой низкопроизводительную технику вместо того, чтобы заботиться о техническом перевооружении производства. Это связано с тем, что для использования нового оборудования нужно переучивать кадры, требуется известный промежуток времени, чтобы выйти на плановую мощность, что приводит порой к ухудшению показателей результативности сравнительно с аналогичными базисными значениями этих показателей.

Следует отметить, что при отождествлении интенсификации и эффективности производства следовало бы признать, что на протяжении большого периода времени развития советской экономики рост эффективности производства был незначительным, так как преобладали экстенсивные методы ведения хозяйства (а по оценкам ряда исследователей, преобладают и в последнее время). С этим вряд ли можно согласиться, причем независимо от того, как понимать эффективность – как оценку способа реализации основного экономического закона или как соотношение результата и затрат. Ведь даже во втором случае возможность существенного увеличения ресурса, скажем, капитальных вложений, привело к изменению нормативного коэффициента эффективности, что непосредственно повлияло бы и на саму оценку эффективности (в соответствии с положениями теории эффективности капитальных вложений).

Важно учесть и то, что если под интенсификацией понимать один из возможных способов достижения определенного результата, то в этом случае вопрос о значимости этого результата, необходимости его обществу может быть рассмотрен лишь при исследовании эффективности производства. Например, производство на предприятии может вестись исключительно интенсивными методами (наиболее производительное оборудование, оптимальная организация производства и т. п.), но результатом его может быть морально устаревшая продукция. Признать такое производство эффективным вряд ли можно. Более того, в сравнении с рассмотренным вариантом более эффективным был бы вариант, когда производство велось преимущественно экстенсивными методами, но при этом производилась отвечающая стандартам продукция. В связи с этим не только не следует отождествлять категории «эффективность» и «интенсификация», вполне правомерно определять эффективность самой интенсификации производства, так как возможны случаи, когда интенсификация неэффективна [1, 3, 9, 10, 14]. Таким образом, при

интенсификации производства рост затрат должен вести к повышению эффективности. Исходя из этого, ряд исследователей для объяснения неоправданных затрат пользовались понятиями «рациональной» и «нерациональной», «эффективной» и «неэффективной» интенсификации производства. Эффективность или неэффективность интенсификации производства ими определялись в зависимости от того, превышал ли суммарный эффект затраченные средства или был меньше их [4].

Следует различать эффективность интенсификации производства, эффективность различных направлений интенсификации (в том числе в зависимости от «объекта», где осуществляется интенсификация). Важно различать также и то, эффективна или нет интенсификация (ее направления) с точки зрения общества, отрасли, региона, предприятия (причем, понятно, что эффективность интенсификации будет определяться взаимодействием всех уровней и элементов экономической системы, так же, как и функционированием каждого элемента). В связи с этим иногда считают, что если под эффективностью понимать рост производительности общественного труда, то в этом случае процесс интенсификации производства в масштабе всего общества совпадает с эффективностью. На это можно возразить следующее. В масштабе всего общества сведение эффективности только к росту производительности общественного труда неправомерно, так как в этом случае не учитывается соответствие результатов производства структуре общественных потребностей. Важно и то, что, хотя с точки зрения экономии общественно необходимого рабочего времени интенсификация общественного производства и совпадает с ростом общественной производительности труда, но существует несколько видов экономии, а значит сводить интенсификацию общественного производства только к экономии времени нельзя.

Таким образом, одной из наиболее важных задач является определение эффективности и эффекта интенсификации производства. Исследователи, отождествляющие понятия «эффективность» и «интенсификация» считают, что раз интенсификация эффективна, то нет смысла говорить об эффективности интенсификации, так как при любом подходе любое направление интенсификации производства оказывается эффективным, и в то же время рост эффективности связывается с дальнейшим процессом интенсификации производства. Поскольку все же следует различать эти категории, действие которых не всегда бывает сонаправленным, то определение эффекта и эффективности интенсификации производства вполне целесообразно. Ведь или степень интенсификации производства на однотипных предприятиях может быть неодинаковой, или, если уровень интенсификации приблизительно одинаков на таких предприятиях, но сами предприятия находятся в регионах с неодинаковой степенью трудообеспеченности, различными условиями залегания природных ресурсов и т. д., то и в том и в другом случаях эффективность интенсификации производства будет разной. Поэтому аналогично тому, как имеет смысл определять эффективность НТП, автоматизации и механизации, специализации и т. п. и рассчитывать эффект от этих мероприятий (хотя эффективны и НТП, и автоматизация, и механизация), можно определять и рассчитывать эффективность и эффект интенсификации производства. Этой проблеме посвящено немало исследований и др.



Так, Г. Н. Сорокин считает, что интенсификация характеризуется показателями факторов ее развития и величиной эффекта, полученного за их счет, а эффективность – величиной совокупного эффекта, определяемого не только интенсивными, но и экстенсивными факторами. Но фактический эффект, полученный благодаря интенсивным факторам, не всегда характеризует интенсификацию в полной мере [11]. Это в значительной мере связано с тем, что следует различать измеримые и неизмеримые показатели экономического эффекта, так как не все составляющие экономического эффекта, в том числе и эффекта интенсификации производства, на данном этапе развития науки поддаются количественному выражению. Например, в тех случаях, когда техника удовлетворяет новые общественные потребности, для выбора наиболее эффективного варианта не всегда удается ограничиться только показателями приведенных удельных или годовых затрат.

Ряд ученых считает, что совокупный народнохозяйственный эффект интенсификации производства включает в себя экономический и социальный эффект, т. е. нужно говорить о социально-экономическом эффекте интенсификации производства [2]. Он должен проявляться в повышении материального благосостояния членов общества, стирании социально-экономических различий в труде работников, различий между городом и деревней, создании возможностей всестороннего развития всех членов общества и т. д. Эти моменты также весьма сложно количественно учесть при определении эффекта интенсификации производства.

Таким образом, в настоящее время существует несколько принципиально различающихся точек зрения на взаимосвязь категорий «эффективность» и «интенсификация» в зависимости от того, что понимается под ними. На наш взгляд, эти категории имеют ряд общих элементов, но отождествлять их не следует (в противном случае мы получим, что два разных термина отражают одно и то же). Причем вполне правомерно определять эффективность самой интенсификации производства, так как, рассматривая этот процесс, следует отличать вопрос о достижении экономии ресурса от вопроса, насколько она эффективна, выгодна, оправдана с точки зрения общества, отрасли, региона, предприятия.

Экономическую эффективность интенсификации производства следует определять группой показателей, поскольку лишь несколько показателей способны достаточно объективно учесть всю сложность проблемы. Более того, поскольку различают разные направления интенсификации производства, то для оценки эффективности того или иного направления должны существовать, помимо оценивающих общую эффективность интенсификации производства, такие показатели, которые характеризуют эффективность именно этого направления. Однако следует еще раз отметить то, что лишь сочетание количественных и качественных параметров позволит определить эффективность интенсификации производства.

Одним из наименее изученных теоретических вопросов, связанных с интенсификацией производства, является определение ее социально-экономической эффективности. Это обусловлено тем, что специалисты нередко отождествляют категории интенсификации и эффективности, что, на наш взгляд, неправомерно, так как, несмотря на определенную схожесть, эти категории не являются тождественными. Более того, можно и нужно определять эффективность самого

процесса интенсификации. В этой связи заметим, что одной из наиболее типичных проблемных социально-экономических ситуаций, возникающих в различных отраслях и сферах экономики, является следующая: какой способ решения определенной производственной проблемы избрать – экстенсивный или интенсивный. Например, в социалистическую эпоху, когда на многих предприятиях ощущалась проблема дефицита рабочей силы (кстати, по ряду специальностей в определенных отраслях дефицит рабочей силы имеет место и в условиях переходного периода), очень часто возникал вопрос: а что эффективнее – привлечение дополнительной рабочей силы (например, из трудоизбыточных регионов) или же внедрение трудосберегающей техники? При переходе к рынку очень часто возникает другой вопрос: насколько оправдано внедрение трудосберегающей техники в условиях роста безработицы? Обобщая, можно выразиться иначе: что эффективнее – экстенсивный или интенсивный способ решения производственной задачи? Поэтому далее рассматривается методический подход к решению этой общей задачи [12].

В настоящее время проблема определения экономической эффективности интенсификации производства и ее различных направлений недостаточно разработана. Несмотря на теоретическую и методическую сложность определения эффективности и эффекта интенсификации производства, отсутствие на данном этапе развития экономической науки общепринятых показателей, достаточно полно и объективно отражающих эффективность интенсификации, все же необходимо попытаться количественно оценить ее.

Решения определенной производственной задачи – выпуска необходимой продукции – можно добиться и экстенсивным, и интенсивным путем. Поэтому экономическую эффективность интенсификации производства и ее различных направлений целесообразно определять на основе сравнения эффективности разных способов решения производственной задачи. Таким образом, в данном случае речь идет о сравнительной эффективности, когда сравниваются два возможных способа – экстенсивный и интенсивный – причем отдается предпочтение тому способу, эффект от которого оказывается большим. Это в определенной мере аналогично определению сравнительной эффективности капитальных вложений. Эффект же каждого способа будет определяться как разница между результатом и затратами.

Как известно, в специальной литературе под эффектом довольно часто понимается какой-то производственный результат, а не разница результата и затрат. Однако, как уже отмечалось, существуют несколько значительно различающихся между собой теоретических концепций эффективности – среди них есть и такая, в которой под эффектом понимают разницу между результатом и затратами, а под эффективностью – их отношение. Такое понимание эффекта более правильно, на наш взгляд, отражает смысл этой категории, так как в этом случае учитывается также и тот способ, каким этот результат достигнут (ибо, если затраты превышают результат, то вряд ли вообще можно говорить о получении обществом какого-то экономического эффекта). Важно добавить при этом, что при определении эффекта от внедрения новой техники, совершенствовании организации производства, помимо результата, учитываются и затраты. Поэтому понимание эффекта как

разности результата и затрат вполне оправдано, хотя такая трактовка, разумеется, вовсе не исключает в других случаях и иных возможностей толкования категории «эффект». Однако для определения экономической эффективности интенсификации производства наиболее приемлемой оказывается трактовка эффекта как разности результата и затрат.

Поскольку мы пришли к выводу, что экономическая эффективность интенсификации определяется на основе сравнения эффектов от двух возможных способов решения проблемы – экстенсивного и интенсивного, то нам необходимо первоначально определить эффект экстенсификации. Учитывая, что в общем случае под экстенсификацией понимается процесс роста выпуска продукции исключительно за счет количественного увеличения использования ресурсов (или, используя известную фразу, за счет расширения только «поля производства»), эффект экстенсификации целесообразно определять на основе следующей формулы:

$$\mathcal{E}_э = \sum_{i=1}^n K_i \cdot V_i - Z, \quad (1)$$

где  $\mathcal{E}_э$  – эффект экстенсификации;

$K_i$  – эффективность использования  $i$ -го ресурса;

$V_i$  – объем использования  $i$ -го ресурса;

$n$  – количество различных ресурсов;

$Z$  – суммарные затраты на привлечение и эксплуатацию ресурсов.

В этой связи, если правая часть данного уравнения положительна, то это означает, что экстенсивный способ решения проблемы экономически эффективен. Однако, для того, чтобы определить, какой процесс эффективнее – экстенсивный или интенсивный – необходимо также определить эффект интенсификации (об этом ниже). Следует отметить, что данная формула определения эффекта экстенсификации в каждом конкретном случае будет трансформироваться с учетом специфики производственной задачи, ибо и сами эти два способа решения проблемы в каждом отдельном случае будут весьма специфичны.

Необходимо теперь предложить метод определения экономического эффекта интенсификации производства. Интенсификация производства – комплексный процесс, включающий как свои составные части мероприятия по НТП, концентрации, специализации, совершенствованию управления и т. д. В связи с этим экономический эффект от мероприятий, направленных на дальнейшую интенсификацию производства после проведения анализа, можно определять как сумму эффектов от всех мероприятий, т. е. экономический эффект интенсификации производства  $\mathcal{E}_и$  равен

$$\mathcal{E}_и = \sum_{i=1}^n \mathcal{E}_i, \quad (2)$$

где  $\mathcal{E}_i$  – эффект от  $i$ -го мероприятия по интенсификации производства;

$n$  – число всех мероприятий.

В основе определения экономического эффекта от каждого из этих мероприятий лежит сравнение затрат до и после их реализации.

При определении эффекта от всех мероприятий по интенсификации необходимо рассматривать один и тот же временной интервал. Поскольку результаты интенсификации производства выявляются через определенный период времени, желательно, чтобы при его определении временной промежуток был не менее года. Получаемый эффект измеряется в стоимостных единицах.

Приведем условный пример. Пусть на предприятии в отчетном году эффект от внедрения новой техники составил 184 тыс. руб., от НОТ – 54 тыс. руб. и за счет оргтехмероприятий сэкономлено 52 тыс. руб. Тогда эффект интенсификации производства на этом предприятии будет около 290 тыс. руб. Причем на различных предприятиях в разные периоды будут иметь решающее значение те или иные факторы, которые и нужно учитывать при определении эффекта интенсификации производства. По данным исследований, на предприятиях «Мурманскрыбпром» в 2012 г. эффект интенсификации оказался равным примерно 21 млн руб.

Однако данный метод определения экономической эффективности интенсификации производства не в полной мере предусматривает эффект от экономии определенного ресурса в условиях ресурсодефицитности. Чтобы более точно учесть эффект ресурсосберегающего направления интенсификации в условиях дефицита данного вида ресурса, необходимо к сумме  $\mathcal{E}_i$  приплюсовать эффект от реализации тех мероприятий, при которых экономится этот вид ресурса и, наоборот, вычесть эффект от реализации мероприятий, при которых расходуется ресурс. В этой связи для учета ресурсодефицитности формула определения эффекта интенсификации трансформируется и приобретает следующий вид:

$$\mathcal{E}_{pц} = \sum_{i=1}^n \mathcal{E}_i + \mathcal{E}_{p-}, \quad (3)$$

где  $\mathcal{E}_{pi}$  – эффект ресурсосберегающего направления интенсификации в условиях ресурсодефицитности;

$\mathcal{E}_{pc}$  – суммарный эффект от реализации ресурсосберегающих и ресурсорасходуемых мероприятий.

Так, например, в условиях трудодефицитности эффект трудосберегающего направления интенсификации производства в соответствии с изложенным подходом целесообразно определять следующим образом:

$$\mathcal{E}_{mi} = \sum_{i=1}^n \mathcal{E}_i + P_p \sum_{i=1}^n \mathcal{E}_{ri}, \quad (4)$$

где  $\mathcal{E}_{mi}$  – эффект трудосберегающего направления интенсификации;

$P_p$  – средняя производительность труда одного работающего;

$\mathcal{E}_{ri}$  – экономия численности работающих, получаемая вследствие реализации  $i$ -го мероприятия.

Приведем для наглядности конкретный пример. Скажем, эффект от замены ручного труда механизированным и автоматизированным, достигаемый главным образом за счет экономии заработной платы основных рабочих при росте затрат на

содержание оборудования, амортизационных отчислений и капитальных вложений, определяется по формуле:

$$\mathcal{E} = \left[ 3_1 \cdot \frac{B_1}{B_2} \cdot \frac{P_1 + E}{P_2 + E} + \frac{(C_1 - C_2) - E \cdot (K_2 - K_1)}{P_2 + E} - 3_2 \right] A_2, \quad (5)$$

где  $3_1, 3_2$  – приведенные затраты на единицу базового и нового средства труда соответственно;

$B_1, B_2$  – годовые объемы продукции (работы), производимой при использовании единицы базового и нового средства труда (в натуральных величинах);

$P_1, P_2$  – доли ежегодных отчислений от балансовой стоимости на полное восстановление (реновацию) базового и нового средства труда;

$E_n$  – нормативный коэффициент эффективности капитальных вложений;

$I_1, I_2$  – годовые эксплуатационные издержки потребителя (руб.) при использовании им базового и нового средства труда;

$K_1, K_2$  – соответствующие капитальные вложения потребителя;

$A_2$  – годовой объем производства новых средств труда в расчетном году (в натуральных единицах).

Но в условиях реального дефицита трудовых ресурсов следует учитывать и то, что достигаемая вследствие этого мероприятия экономия численности  $\mathcal{E}_e$ , обусловленная высвобождением рабочей силы, позволит уменьшить величину потенциально недополученной продукции на  $\Pi_p \cdot \mathcal{E}_e$ , где  $\Pi_p$  – производительность труда постоянных рабочих, рассчитанная по чистой продукции. Эту величину следует приплюсовать к рассчитанному по прежней формуле экономическому эффекту. Сумма будет характеризовать экономический эффект реализации этого мероприятия трудосберегающего направления интенсификации производства в условиях реального дефицита рабочей силы.

Аналогично следует поступать при определении экономического эффекта каждого мероприятия интенсификации производства. Значит, суммарный экономический эффект трудосберегающего направления интенсификации производства в условиях реального дефицита рабочей силы следует определять по формуле:

$$\mathcal{E}_{mi} = \sum_{i=1}^n \mathcal{E}_i + \Pi_p \sum_{i=1}^n \mathcal{E}_{ri}.$$

Можно видеть, что может возникнуть ситуация, когда сравниваются два мероприятия трудосберегающего направления интенсификации производства, одно из которых имеет меньший экономический эффект, рассчитанный прежним способом, но большее число высвобожденных рабочих, и в итоге с учетом трудодефицитности экономический эффект от реализации первого мероприятия окажется большим, чем от второго. В случае трудоизбыточности эта формула также «срабатывает», но вместо суммы нужно найти разность, что будет означать меньшую эффективность трудосберегающего направления интенсификации в условиях избытка рабочей силы, чем в условиях трудодефицитности, но это справедливо лишь при прочих равных условиях.

В этой связи добавим, что дефицит или избыток определенного вида ресурса, например, рабочей силы, определяется на основе сравнения предложения и спроса на него, т. е. на основе сравнения потребности в нем и реального наличия этого вида ресурса, поэтому понятно, что дефицит или избыток ресурса зависит от многих факторов. Например, в настоящее время, когда цены на многие виды продукции чрезмерно высоки, вроде бы имеет место равновесие между спросом и предложением на многие товары, однако это вовсе не значит, что удовлетворяются потребности в обладании этими товарами – известно, как много сейчас населения находится за чертой бедности. Иначе говоря, следует различать видимый избыток (дефицит) ресурса и реальный избыток (дефицит).

Данные об экономических эффектах и высвобождении рабочей силы вследствие реализации мероприятий имеются в статистической отчетности предприятий. К мероприятиям трудосберегающего направления интенсификации производства относятся все мероприятия, экономящие живой труд. Например, наиболее важными мероприятиями трудосберегающего направления интенсификации рыбообрабатывающего производства Северного бассейна являются автоматизация и комплексная механизация производства, внедрение прогрессивной техники и технологии, ввод неустановленного оборудования, аттестации рабочих мест, внедрение бригадной формы организации труда. На разных предприятиях мероприятия, направленные на экономию живого труда, могут существенно различаться.

Таким образом, экономический эффект трудосберегающего направления интенсификации производства в условиях реального дефицита рабочей силы оказывается больше эффекта таких же мероприятий при условии

сбалансированности по трудовым ресурсам на величину, равную  $P_p \cdot \sum_{i=1}^n \mathcal{E}_{ri}$ .

Такой подход правомерен, пока эта величина не превысит потенциально-недополученную продукцию, рассчитанную по чистой продукции. Величина

$P_p \cdot \sum_{i=1}^n \mathcal{E}_{ri}$  – это своего рода «плата» за трудодефицитность.

Сравнивая экономический эффект, получаемый при экстенсивном способе устранения трудодефицитности, с величиной эффекта от реализации мероприятий, направленных на экономию живого труда, можно видеть, что трудосберегающее направление интенсификации рыбообрабатывающего производства региона значительно эффективнее экстенсивного способа решения проблемы. Достаточно сказать, что годовой экономический эффект только от реализации мероприятий НТП на предприятиях холдинга «Севрыба» в 2012 г. составил 32,9 млн руб. и было условно высвобождено 340 чел. Таким образом, экономический эффект такой важнейшей составляющей трудосберегающего направления интенсификации, как мероприятия НТП, составил 32,9 млн руб. + (15 600 руб. × 340 чел.), т. е. приблизительно 38 млн руб., причем на рыбообрабатывающее производство приходится свыше 26 млн руб., что в 2 раза больше рассчитанного нами экономического эффекта экстенсивного способа устранения трудодефицитности.

Если же рассмотренные варианты привести к сопоставимому виду, для чего необходимо разделить эффект экстенсивного пути на число рабочих оргнабора, а эффект интенсивного способа – на количество высвобожденных рабочих и сравнить, то во втором случае полученная величина более чем в 25 раз превысит величину, рассчитанную для экстенсивного варианта.

Следует отметить, что при сравнении экономической эффективности интенсивного пути устранения трудодефицитности в рыбообрабатывающем производстве региона с экстенсивным необходимо учитывать также экономию, получаемую в связи с уменьшением затрат, необходимых для переезда рабочих оргнабора (так как потребность в них при интенсификации производства должна уменьшаться при прочих равных условиях), экономию капитальных вложений в строительство жилых, коммунальных, культурно-бытовых и других объектов, а также возможную экономию, получаемую в связи с уменьшением потерь от порчи рыбного сырья, возникшую из-за простоев по причине нехватки рабочей силы. Поэтому эти виды экономии средств должны входить как слагаемые при определении эффекта трудосберегающего направления интенсификации производства. Однако даже без такого учета эффективность трудосберегающего направления интенсификации значительно выше эффективности экстенсификации.

Хотя нами рассмотрен частный пример, он показывает принципиальную возможность определения экономической эффективности процессов экстенсификации и интенсификации на основе предложенного нами общего подхода и к тому же может служить основой для проведения таких расчетов во многих аналогичных случаях (например, при оценке эффективности ресурсосберегающего направления интенсификации в случае дефицитности уже не трудовых, а других видов ресурсов). Эти расчеты также показывают, что категории «эффективность» и «интенсификация» отнюдь не тождественны, более того, можно и нужно определять эффект и эффективность как экстенсивного, так и интенсивного путей достижения какого-то производственного результата и лишь на основе сравнения этих эффектов можно находить, какой путь эффективнее. Причем в отдельных случаях может оказаться, что эффективнее окажется экстенсивный путь вопреки распространенному мнению, считающему процесс экстенсификации совершенно неэффективным или, по крайней мере, всегда менее эффективным, чем процесс интенсификации. В противном случае совершенно непонятно, каким образом происходил рост эффективности советской экономики, развивающейся, как это сейчас общепризнано, преимущественно экстенсивным путем.

Таким образом, научная новизна предлагаемой нами методики оценки экономической эффективности интенсификации производства заключается в следующем: в методике предлагаются общие формулы определения эффекта экстенсификации (формула 1) и эффекта интенсификации (формула 2), экономическая эффективность интенсификации производства определяется на основе сравнения эффектов экстенсивного и интенсивного способов решения какой-либо производственной задачи. В методике при определении эффективности интенсификации учитывается также различная степень обеспеченности определенным видом ресурса (формула 3).

Данная методика позволяет определять как эффективность процесса интенсификации производства в целом, так и эффективность различных направлений интенсификации (формулы 3 и 4). Методика апробируется при определении эффективности трудосберегающего направления интенсификации производства на предприятиях рыбопромышленного комплекса Северного бассейна, когда рассматривается весьма актуальная для региона проблема оценки сравнительной эффективности экстенсивного и интенсивного способов решения проблемы обеспеченности трудовыми ресурсами. Оценка эффективности различных вариантов интенсификации производства очень важна не только с теоретической, но и с практической точек зрения, так как позволяет выбрать вариант наиболее высокого уровня конкурентоспособности продукции.

Данная методика позволяет определять эффективность не только трудосберегающего, но и любого другого направления интенсификации – будь то материалосберегающее, фондосберегающее и т. д. Только в этом случае в формулах 1, 3 и 4 необходимо использовать не показатели производительности труда и экономии численности рабочей силы, а, соответственно, фондоотдачи и экономии фондов для фондосберегающего направления интенсификации производства, материалоотдачи и экономии материальных ресурсов для материалосберегающего и т. д. Например, эффект материалосберегающего направления интенсификации в условиях дефицита материальных ресурсов будет определяться следующим образом:

$$\mathcal{E}_{ми} = \sum_{i=1}^n \mathcal{E}_i + M_o \cdot \sum_{i=1}^n \mathcal{E}_{mi}, \quad (6)$$

где  $\mathcal{E}_{ми}$  – эффект материалосберегающего направления интенсификации;

$M_o$  – средняя материалоотдача;

$\mathcal{E}_{mi}$  – экономия материальных ресурсов, получаемая вследствие реализации  $i$ -го мероприятия.

Точно так же данная методика позволяет определять эффективность интенсификации не только в условиях дефицита определенного вида ресурсов, но и в условиях их избытка – только в этом случае в формулах 3, 4 и 6 вместо суммы будет разность. Это вполне соответствует здравому смыслу, когда эффективность, например, трудосберегающего направления интенсификации при прочих равных условиях оказывается тем большей, чем выше степень дефицита трудовых ресурсов (все это справедливо и в отношении материалосберегающего, фондосберегающего направления и т. д., только в этом случае учитывается дефицит или избыток соответственно материальных ресурсов, фондов и т. д.).

## **ВЫВОДЫ**

Таким образом, данная методика позволяет определять не только эффективность интенсификации на основе сравнения эффектов экстенсификации и интенсификации, но и эффективность различных направлений интенсификации производства. Более того, на основе данной методики можно определять и



сравнительную эффективность между различными направлениями интенсификации, а также и между разными мероприятиями интенсификации.

**Список литературы**

1. Бабан-Луценко С. С. Экономическая сущность и показатели интенсификации рыбного хозяйства на внутренних естественных водоемах // Известия Государственного научно-исследовательского отдела рыбного хозяйства. 1971. Т. 75. С. 161–164.
2. Баранов А. А. Интенсификация: Экономический и социальный аспект. М.: Экономика, 1983. 255 с.
3. Бородин И. А. О сущности и показателях интенсификации сельского хозяйства. М.: Колос, 1965. 22 с.
4. Буздалов И. Н. Экономическая эффективность интенсификации сельскохозяйственного производства. М.: Колос, 1966. 173 с.
5. Закономерности социалистического расширенного воспроизводства / под ред. А. И. Ноткина. М.: Наука, 1977. 403 с.
6. Кацура С. Н. Становление инновационной системы в Украине: национальный и региональный аспекты. Донецк: Институт экономики промышленности НАН Украины, 2011. 504 с.
7. Колесников С. И. Экономические основы природопользования. М.: Дашков и Ко, 2011. 304 с.
8. Ляшенко В. И., Павлов К. В., Шишкин М. И. Наноэкономика в славянских странах СНГ / Серия: Экономическое славяноведение. Ижевск: Книгоград, 2011. 348 с.
9. Маркс К. Капитал. (Книга 3-я). Процесс капиталистического производства, взятый в целом. Ч. 2. Соч. 2-е изд. Т. 25. Ч. 2. 551 с.
10. Меркин Р. М., Соловьева О. Г. Дискуссионные проблемы теории интенсификации строительного производства // Известия академии наук. Серия Экономическая 1984. № 4. С. 33–40.
11. Павлов К. В. Интенсификация экономики в условиях неопределенности рыночной среды. М.: Магистр, 2007. 271 с.
12. Павлов К. В. Патологические процессы в экономике. М.: Магистр, 2009. 458 с.
13. Сорокин Г. Н. Интенсификация социалистического воспроизводства // Вопросы экономики. 1985. № 3. С. 3–13.
14. Титова Т. Д. Эффективность интенсификации на внутренних водоемах: монография. Калининград: Калининградский государственный университет, 1971. 138 с.
15. Тихонов И. А. Основы интенсивного экономического развития. М.: Мысль, 1979. 198 с.
16. Теория инновационной экономики / под ред. О. С. Белокрыловой. Ростов н/Д, 2009. 376 с.
17. Экономический механизм и особенности инновационной политики на Севере / под науч. ред. В. С. Селина, В. А. Цукермана. Апатиты: Кольский НЦ РАН, 2012. 255 с.
18. Эффективность интенсификации производства на основе внедрения достижений науки / под ред. В. П. Лебедева. М.: Мысль, 1975. 255 с.
19. Еделев Д. А., Ляпунцова Е. В. Инновационные факторы социально-экономического развития российской промышленности // Вестник Северо-Осетинского государственного университета им. К. Л. Хетагурова. 2014. № 4. С. 250–255.
20. Ключков В. В., Ратнер С. В. Управление развитием «зеленых» технологий: социально-экономические аспекты. М.: ИПУ РАН, 2013. 291 с.

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 378.338.330

**ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ МАЛЫХ  
ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРИ БЮДЖЕТНЫХ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

*Панов Б. Н.<sup>1</sup>, Кибенко В. А.<sup>1</sup>, Серёгин С. С.<sup>1</sup>, Ломакин П. Д.<sup>2</sup>*

<sup>1</sup>ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской технологический университет», Керчь, Российская Федерация

<sup>2</sup>ФГБУН «Морской гидрофизический институт РАН» (МГИ), Севастополь, Российская Федерация

E-mail: [seregin2@gmail.com](mailto:seregin2@gmail.com)

Малые инновационные предприятия могут являться связующим звеном между промышленным предприятием и университетом, что приводит к необходимости преобразования существующих технологий. В статье сформулированы условия функционирования и приведены этапы внедрения инновационного продукта для бюджетных образовательных учреждений высшего образования в целях повышения эффективности функционирования.

**Ключевые слова:** малое инновационное предприятие, инновационный продукт, венчурный капитал, университет, преподаватель, инвестиции.

**ВВЕДЕНИЕ**

Университеты как высшие учебные заведения давно являются фактором, формирующим облик современного социума. В последние годы университеты в РФ претерпевают важные изменения, предопределяющие качественно новое восприятие университета как центра инноваций.

Требования к подготовке специалистов в университетах все время повышаются, что находит отражение во многих законодательных и нормативных актах, регламентирующих высшее образование.

Основным отличием современного университета становится наличие устойчивых связей с промышленными предприятиями, что приводит к необходимости пересмотра существующих обучающих и исследовательских технологий деятельности университетов. Речь идет о формировании научных идей, их экспериментальной реализации и воплощении в промышленные образцы на производстве с участием студентов университета.

Качественная подготовка выпускника вуза, отвечающего требованиям рыночной экономики, становится необходимым условием успешного развития во всех отраслях национальной экономики. Поэтому университеты сегодня более активно вовлекаются в прикладные исследования.

Изменения, происходящие в обществе и, в частности, в университетах, в первую очередь, связаны с воздействием существующего уровня знаний на сферу материального производства, где наблюдаются тенденции роста влияния изменений, происходящих в науке и технике. В качестве ресурсов в промышленном производстве в настоящее время выступают высокообразованные специалисты и передовые технологии.

Новые требования к молодым специалистам обусловили новую методологию обучения в университетах – через исследования и инновационную деятельность.

## **ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ**

Современные тенденции развития университетов должны отвечать основным положениям долгосрочной экономической политики, которыми руководствуются органы государственной власти в процессе разработки программ перспективного регионального развития.

В то же время в развитии экономики наблюдаются тенденции гипертрофии финансового капитала, когда его собственники получают в результате перераспределения большую долю прибавочной стоимости, нежели обладатели реального капитала. Поэтому реализация в производстве результатов прикладных исследований становится инструментом вовлечения в производство дополнительных финансовых средств и повышения уровня общественного развития [5].

Цель данной работы – анализ этапов внедрения инновационного продукта в процессе создания, функционирования и развития малых инновационных предприятий (МИП) на базе бюджетных образовательных учреждений высшего образования.

До сегодняшнего дня функции массового высшего образования, возложенные на университеты, приводили к тому, что многие вузы сталкиваются с проблемой отсутствия мотивации у обучающихся [4].

Выпускники вузов – будущие учёные и инженеры – не обладают знаниями об алгоритмах перехода научных идей в практическую плоскость в виде продукта, бизнеса. Поэтому возникает «разрыв» между вузом и бизнесом, что для университета проявляется в потере привлекательности и значимости высшего образования.

Основными факторами, сдерживающими инновационный потенциал университета, являются отсутствие междисциплинарного, межкафедрального подхода к решению образовательных и исследовательских проблем, отождествление себя (как преподавателем, так и студентом) единым целым с университетом (отсутствие «командного духа»), мешают «бюрократизация» образования, боязнь руководителей структурных подразделений брать на себя ответственность за новую для вуза инновационную деятельность.

К тому же современная структура университета (кафедры и др.) с необходимостью соблюдения «компетентностного» подхода для дисциплин, а в скором времени возможного появления «стандарта преподавателя», является с точки зрения любого прогрессивного бизнесмена неподготовленной к кризисным проявлениям внешней среды.

Преодоление этих проблем создает предпосылки для конкурентной борьбы на региональном уровне, связанной с особенностями размещения производительных сил в данном регионе. В бизнес-сообществе много примеров сотрудничества коммерческих компаний с университетами на весьма ограниченной территории.

## **ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ...**

Ведь именно локальные характеристики территорий согласно М. Портеру [8, с. 74] создают предпосылки для развития конкуренции.

Вхождение университета как в конкуренцию, так и в сотрудничество с бизнесом способствует возникновению в регионах индустриальных кластеров различных типов.

Сегодня возрастают требования к университету как к предпринимательской организации, при этом сам университет должен демонстрировать предпринимательское поведение как организация, его члены должны быть предпринимателями, а сотрудничество университета и производства должно быть взаимовыгодным, прежде всего, на региональном уровне.

Основным признаком предпринимательского университета является создание условий для коммерциализации результатов научных исследований в прикладном аспекте.

В своей деятельности предпринимательский университет должен развивать три дополнительных направления [3]:

1. создание исследовательских методов, изучение новых областей знания;
2. преподавание с использованием инноваций в обучении, применение новейших достижений науки и техники;
3. практическая реализация знаний с помощью взаимодействия с производством.

При этом квалификация преподавателя должна позволять ему быть проводником фундаментальных знаний, выполнять научные исследования, обладать предпринимательскими способностями, что в комплексе является ресурсом университета, способствующим поиску возможностей реализовать интеллектуальный и предпринимательский потенциал вуза.

При дисбалансе данных направлений в деятельности преподавателей и вуза в долгосрочной перспективе может наблюдаться снижение эффективности инновационной составляющей.

Таким образом, университет предпринимательского типа сам воплощает в жизнь свои идеи, рожденные из им же «сгенерированных» знаний.

Одним из инструментов реализации инновационного направления развития общества является создание при государственных университетах малых инновационных предприятий (МИП), предусмотренных Федеральным законом от 29.12.12 г. № 273 «Об образовании в Российской Федерации». Согласно статье 103 предусматривается возможность коммерциализации результатов научно-образовательной деятельности и предоставления мест для трудоустройства выпускников в создаваемых при университетах малых инновационных предприятиях.

Согласно закону образовательные организации высшего образования, являющиеся бюджетными или автономными учреждениями, обладают правом совместно с другими лицами быть учредителями хозяйственных обществ в виде хозяйственных партнерств таких МИП, цель которых состоит во внедрении результатов интеллектуальной деятельности университета.

Самым приемлемым вариантом для вуза как учредителя МИП является создание предприятий в форме ООО, а уставный фонд МИП пополнять стоимостью патентов.

Кроме того, указанный закон позволяет юридическим лицам иметь в уставном капитале университетского МИП долю в 33,4 % и выше.

Помимо статусных целей, престижа университета малые инновационные предприятия становятся связующим звеном между университетом предпринимательского типа и бизнесом.

По нашему мнению, когнитивная эффективность от существования МИП – активное вовлечение в научно-исследовательскую деятельность всё большего количества преподавателей: написание ими новых учебников, научных статей, чтение курсов лекций, основанных на достижениях в научной работе, проведение семинаров, курсов, широкое привлечение обучающихся к научным работам.

Как показывает практика, расширение масштабов научной работы в вузах мотивирует приобретение новых знаний в области управления и технологий, способствует разрешению экономических и социальных задач практической деятельности.

Данные направления активности позволяют раскрыть научный потенциал университета, создаваемый в результате его комплексной деятельности. Здесь МИП могут быть одним из индикаторов оценки влияния науки на совершенствование учебного процесса и качество подготовки специалистов.

Малые инновационные предприятия создаются не только для разработки, но и для реализации новых технологий, организации труда и производства, получения экономии и, как следствие, увеличения прибыли для нового бизнеса. Ввиду этого создание МИП зависит от того, насколько успешно прошли экспериментальные исследования и когда получен продаваемый товар.

МИП должны создаваться в результате системной организации научно-исследовательской деятельности вуза, когда процессом их создания заняты не только инициативные группы, но и специальные подразделения вуза.

Это может повлиять на повышение общей эффективности научных исследований университета: увеличение количества внедренных научных тем, полученных авторских свидетельств и патентов, количество проданных лицензий и объем выручки от них, повышение отношения стоимости НИР к среднесписочной численности персонала.

В университете научные исследования должны априори проводится системно, непрерывно, поэтому существует возможность постоянного вовлечения талантливых обучающихся из числа студентов, в частности, из студенческого научного общества, селектирования научных тем через бизнес-инкубатор, составления бизнес-планов, технико-экономических обоснований и т. п. Студенты должны привлекаться к выполнению НИОКР через научно-исследовательские центры, научно-исследовательские отделы и научно-исследовательские лаборатории. Далее наиболее привлекательные идеи могут быть реализованы и коммерциализированы посредством создания МИП.

## ***ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ...***

МИП должны стать одним из инструментов решения проблемы занятости, так как студент может успешно освоить программу обучения, будучи сотрудником, совладельцем или владельцем новой организации, что также является элементом создания эффективной занятости, формирования рынка рабочей силы [6].

За более чем пятилетний период действия соответствующих законов, позволяющих создание МИП при вузах, обозначились препятствия, мешающие их эффективной работе. По нашему мнению, главное из них – отсутствие мотивации предпринимательского сектора экономики в финансировании инноваций.

Процедура создания МИП в университете на современном этапе не предполагает четких ориентиров для внешних инвесторов, поэтому бизнесмены не спешат вкладывать деньги в данные предприятия, а кредитование МИП в большей степени является недоступным из-за относительно высоких процентных ставок и относительно короткого периода кредитования.

Повысить привлекательность МИП для бизнеса возможно за счет дополнительных усилий университета, когда в научные исследования инновационной направленности включаются кафедры, работающие в близких, обеспечивающих успех исследований, направлениях.

В этих условиях университет должен вести себя как предприниматель, обращая свои проблемы в преимущества, используя потенциал «непрофильных» кафедр (особенно экономических), бизнес-инкубаторов, лекторов-практиков из числа руководителей бизнеса, создавая основы инновационного развития в перспективе.

Учитывая все выше приведенные возможности и сложности создания МИП в университете, рассмотрим жизненный цикл продукции МИП вуза, используя модель жизненного цикла товара и взаимодействия в системе «ВУЗ – МИП – ИНВЕСТИТОР». Следуя этой модели, товар в своем движении на рынке проходит четыре стадии: выход на рынок (товар-«проблема»), рост (товар-«звезда»), зрелость (товар-«дойная корова») и спад (товар-«собака») [9].

В основе модели движения товара на рынке лежат два критерия: доля на рынке инновационного товара и темпы роста производства этого товара (рисунок 1).

Темп роста производства инновационного товара может определяться как средневзвешенное значение темпов роста различных сегментов рынка, в которых действует предприятие, или принимается равным темпу роста валового национального продукта. Относительная доля рынка определяется делением доли рынка рассматриваемого бизнеса на долю рынка крупнейшего конкурента [9].

		<b>Области трансфера технологий в бизнес</b>	
<b>Темп роста производства инновационного товара высокий низкий</b>	<b>I</b> «Проблема»  Уставный капитал: МИП (до 100%)	<b>II</b> «Звезда»  Уставный капитал: МИП = Инвестор	
	<b>IV</b> «Собака»  Уставный капитал: Инвестор (до 100%)	<b>III</b> «Дойная корова»  Уставный капитал: МИП < Инвестор	
		<b>малая высокая</b>	
		<b>доля инновационного товара на рынке</b>	

Рис. 1. Этапы жизненного цикла инновационного товара МИП.

На этапе «Проблема» (низкие темпы роста производства/малая доля на рынке) МИП обладает идеями для инноваций, выполняет исследования по своей идее, тестируется технология, оцениваются рыночные возможности, начинается коммерциализация товара на рынке, но создатели МИП зачастую не имеют четкого представления о возможностях реализации инновационного продукта.

Уже на этом этапе согласно отечественному законодательству может завершиться «область ответственности» МИП. Продукт МИП может оказаться очень перспективным, но требует значительных средств для ускорения роста производства.

На этом этапе для университета четко проявляются все проблемы по трансферу инновационных технологий в бизнес. На долю МИП приходится до 100 % уставного капитала и необходимо решить: увеличить долю рынка данных товаров или прекратить финансирование их производства.

На этапе «Звезда» (слабый рост производства/высокая доля инновационного товара на рынке) МИП становится лидером на рынке инновационного продукта. Он приносит значительную прибыль благодаря конкурентоспособности своей продукции и нуждается в активном финансировании (рост расходов) для поддержания высокой доли товара на динамичном рынке. На этом этапе может установиться равнодолевой принцип участия в производстве вуза и инвестора.

Первые два этапа создания и становления МИП направлены на его интеграцию в структуру вуза для усиления эффективных сфер соответствующих образовательных и исследовательских направлений предпринимательского

## ***ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ...***

университета, что в конечном итоге позволяет решить главную задачу – преобразование научных исследований в полноценный инновационный продукт, предназначенный для непосредственного использования.

На этапе «Дойная корова» (высокие темпы роста производства/высокая доля товара на рынке) товары приносят прибыли больше, чем необходимо для поддержания роста производства. Доля вуза в уставном фонде постепенно сокращается вследствие ограниченности возможностей участия в финансировании. Вуз постепенно выходит из участия в уставном капитале в пользу инвесторов, для которых этот этап является наиболее привлекательным.

На этапе «Собака» (высокие темпы роста производства/сокращение доли товара на рынке) предприятие оказывается в кризисном финансовом положении ввиду высоких затрат на производство и сокращения объемов продаж. Сохранение таких производств связано со значительными финансовыми расходами при небольших шансах на улучшение положения. Приоритетная стратегия – прекращение инвестиций, скромное существование, возврат к этапу поиска и формирования новых инноваций.

В жизненном цикле инновационного производства сфера «ответственности» МИП университета может быть ограничена этапами I и II внедрения инновационного продукта на рынок, так как на последующих этапах рынок уже не воспринимает эти товары как инновационные.

Инструментами финансовой поддержки МИП на ранних этапах их становления, как правило, являются:

- собственные средства основателей;
- средства государственного венчурного фонда или фонда поддержки коммерциализации;
- средства частных инвесторов – физических лиц (в т. ч. студентов и сотрудников университета);
- средства специализированного негосударственного фонда;
- банковский кредит;
- другие формы государственной поддержки.

Конкурсы на предоставление долевого финансирования, грантов и премий в настоящее время охватывают практически весь поток новых проектов МИП.

### **ВЫВОДЫ**

Таким образом, внедрение инновационных продуктов при реализации проектов по созданию МИП на базе бюджетных образовательных учреждений высшего образования сопряжено в современных условиях со многими трудностями, где одним из главных является негативная мотивация со стороны всех участников этого процесса.

Реализация МИП требует тщательного взаимодействия учредителей вуза и инвесторов, вовлечения в процедуру создания равно как сотрудников, так и обучающихся, соблюдения всех этапов реализации жизненного цикла инновационного товара. Инновационный проект образовательного учреждения



предпринимательского типа рассматривается как товар, период потребления которого может быть прекращен при завершении инвестиционных вложений со стороны вуза.

Поэтому основные направления повышения эффективности функционирования МИП при вузах представляется сформулировать следующим образом:

- стимулирование проведения научных исследований по направлениям совершенствования инновационных технологий;
- увеличение объемов вложений инвестиций в реализацию инновационного проекта;
- поиск целевого сегмента рынка;
- проведение исследований рынка реализации инновационных технологий, предшествующих созданию малых инновационных предприятий.

### **Список литературы**

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 30.12.2015) «Об образовании в Российской Федерации»: Информационный сервер «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_140174/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/) (дата обращения 18.03.2016).
2. Федеральный закон № 217-ФЗ от 02.08.2009 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ по вопросам создания хозяйственных обществ»: Информационный сервер «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=law;n=90201> (дата обращения 18.03.2016).
3. Гайнутдинова И. М. Модели управления высшей школой в условиях глобализации и международной интеграции: предпринимательский университет // Вестник Военного университета. 2010. № 1 (21). С. 21–25.
4. Константинов Г. Н., Филонович С. Р. Что такое предпринимательский университет [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/2011/05/06/1268032734/p49.pdf> (дата обращения 18.03.2016).
5. Лебедева Н. М., Ясин Е. Г. Культура и инновации: к постановке проблемы // Форсайт. 2009. № 2 (10). С. 16–26.
6. Серёгин С. С., Ушаков В. В., Серёгина Т. В. Основные направления формирования эффективной занятости населения в Украине // Культура народов Причерноморья. 2011. № 213. С. 93–99.
7. Яхонтова И. В., Дергалева Ж. Т., Коваленко Ю. И. Восточное побережье Черного моря – перспективная акватория для развития марикультуры моллюсков // Рыбное хозяйство. 2005. № 4. С. 37–38.
8. Michael Porter The competitive advantage of nations // Harvard Business Review. March-April 1990.
9. Summary of the BCG Matrix. Abstract [Электронный ресурс]. URL: [http://www.valuebasedmanagement.net/methods\\_bcgmatrix.html](http://www.valuebasedmanagement.net/methods_bcgmatrix.html) (дата обращения 18.03.2016).

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК: 330.342.24:330.322:37

## ИНТЕГРАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ОПЫТА В ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО УПРАВЛЕНИЯ

*Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А.*

*Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация*

*E-mail: [epodsolonko@gmail.com](mailto:epodsolonko@gmail.com)*

В статье продемонстрированы механизмы формирования компетенций студентов, аспирантов, преподавателей и сотрудников факультетов высших учебных заведений, использующих опыт европейских университетов – партнеров по международным образовательным проектам, принципы опережающего управления. Проанализирован опыт передовых научных и учебных заведений мира, интегрированный в процессы обучения инновационному развитию человеческого потенциала современной экономики. Показаны реализованные образовательные подходы, соответствующие стратегии инновационного развития Российской Федерации.

**Ключевые слова:** опережающее управление, инновационное развитие, человеческий потенциал, формирование компетенций, интеграция международного образовательного опыта

### ВВЕДЕНИЕ

В последние десятилетия многие публикации посвящены терминологическим аспектам преемственности процессов научно-технического прогресса времен СССР и научно-технических исследовательских работ и инновационной деятельности в странах – бывших республиках СССР. Анализ состояния этих процессов в период с 1990 по 2015 гг. свидетельствует о значительном снижении числа специалистов, выполнявших научно-технические исследовательские и опытно-конструкторские работы (в 2–3 раза), объемов научно-технических работ, выполняемых силами научных организаций, уменьшившихся втрое в процентах к ВВП [1–14]. Известно, что ключевое направление инновационного развития экономики – реализация инновационной продукции, результатам которой должны быть подчинены все виды научно-технической исследовательской и опытно-конструкторской работы и инновационной деятельности [15, с. 145]. При этом отмечалось, что большое значение для внедрения инновационной продукции имеют объемы маркетинговых и организационных инноваций. Отсутствие адекватности объемов реализованной инновационной продукции объемам научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ в большинстве регионов свидетельствует о необходимости проведения межрегиональной координации этих процессов, что возможно в рамках национальной инновационной системы.

Проблеме перевода экономики России на инновационный путь развития к 2020 году и решению вышеперечисленных противоречий отвечает «Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» (Распоряжение Правительства РФ от 8 декабря 2011 года № 2227–р). Этот документ объединяет состояние инновационного развития экономики России в прошлом, настоящем и будущем.

Целиданной статьи: обоснование необходимости координации процессов инновационного развития страны для перевода экономики России на инновационный путь развития в соответствии с достижением показателей, определенных «Стратегией инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года», оценка уровня инновационного развития образовательного процесса в высшем учебном заведении, базирующегося на интеграции международного опыта формирования компетенций опережающего управления.

### **ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ**

Описание реальной ситуации в инновационном развитии России имеет 21 позицию, 2 из которых имеют прямое отношение к образованию: низкий уровень качества образования, отставание уровня расходов на него на 10–25 % от передовых стран мира, низкий уровень участия населения в непрерывном образовании (в 1,5–3 раза ниже, чем в передовых странах). Безусловно, что опосредованно эти 2 позиции во многом влияют на состояние большинства остальных элементов Стратегии. Неслучайно поэтому среди основных задач реализации Стратегии на первом месте звучит «Развитие кадрового потенциала в сфере науки, образования, технологий и инноваций». Однако в числе ожидаемых результатов инновационного развития экономики образовательный аспект не просматривается, хотя в первых двух из восьми намеченных результатов вполне могло бы звучать «изменение качества человеческого капитала» (рис. 1).

Представленные в Стратегии принципы ее реализации не выделяют человеческий фактор или потенциал, за исключением четвертого принципа «Обеспечение инвестиционной и кадровой привлекательности инновационной активности» (рис. 2). Каждый из восьми принципов касается, прежде всего, реальных субъектов социально-экономического развития, скрывающихся под терминами «участников деятельности», «инновационного поведения» и т. п.

Отсутствие конкретной опоры на человеческий фактор справедливо и для раздела взаимосвязи инновационной и социально-экономической политики. Каждая позиция этого раздела могла бы быть реализована в совокупности документов, охватывающих функции реальных звеньев руководства страной, регионами, отраслями, предприятиями и организациями (рис. 3).

Аналогично в 15 группах мероприятий, осуществляемых в процессе реализации Стратегии, на каждом ее этапе могли бы быть представлены реальные руководители таких же звеньев управления социально-экономическим развитием. Именно поэтому возникает потребность в обучении руководителей всех подразделений экономики – от низших до высших – начальным и специализированным компетенциям инновационной деятельности.

В рассматриваемой Стратегии инновационного развития экономики представлены 4 укрупненные группы компетенций инновационной деятельности и также 4 группы направлений совершенствования политики в сфере образования, формирующих эти компетенции во всех звеньях образования, от начальных до высших. При этом все

# ИНТЕГРАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ОПЫТА...

мероприятия, обеспечивающие инновационность содержания, методов и технологий обучения, сведены в 22 группы (рис. 3).

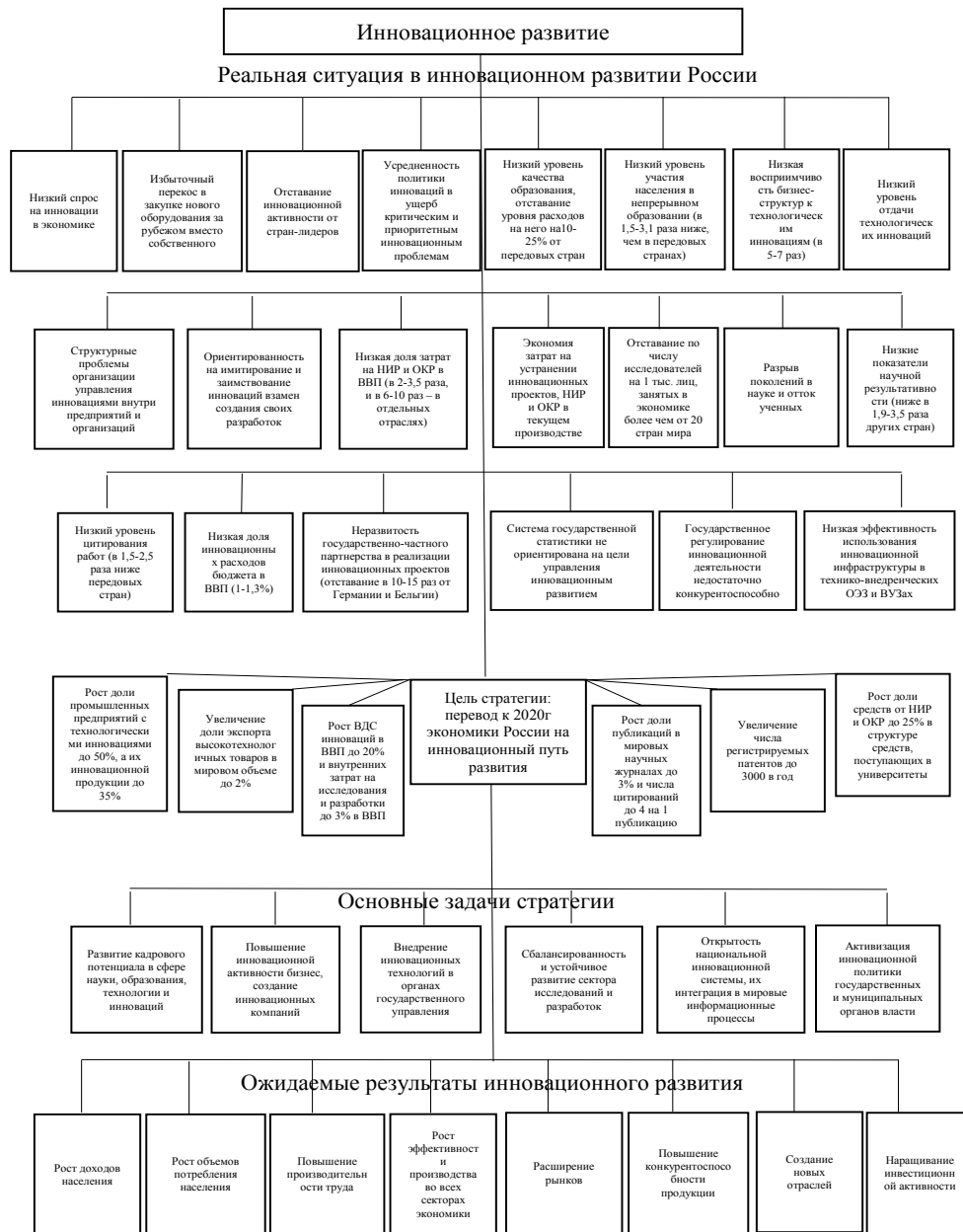


Рис.1. Условия формирования стратегии инновационного развития России на период до 2020 года (от 08.12.2011 г. № 2227–р).

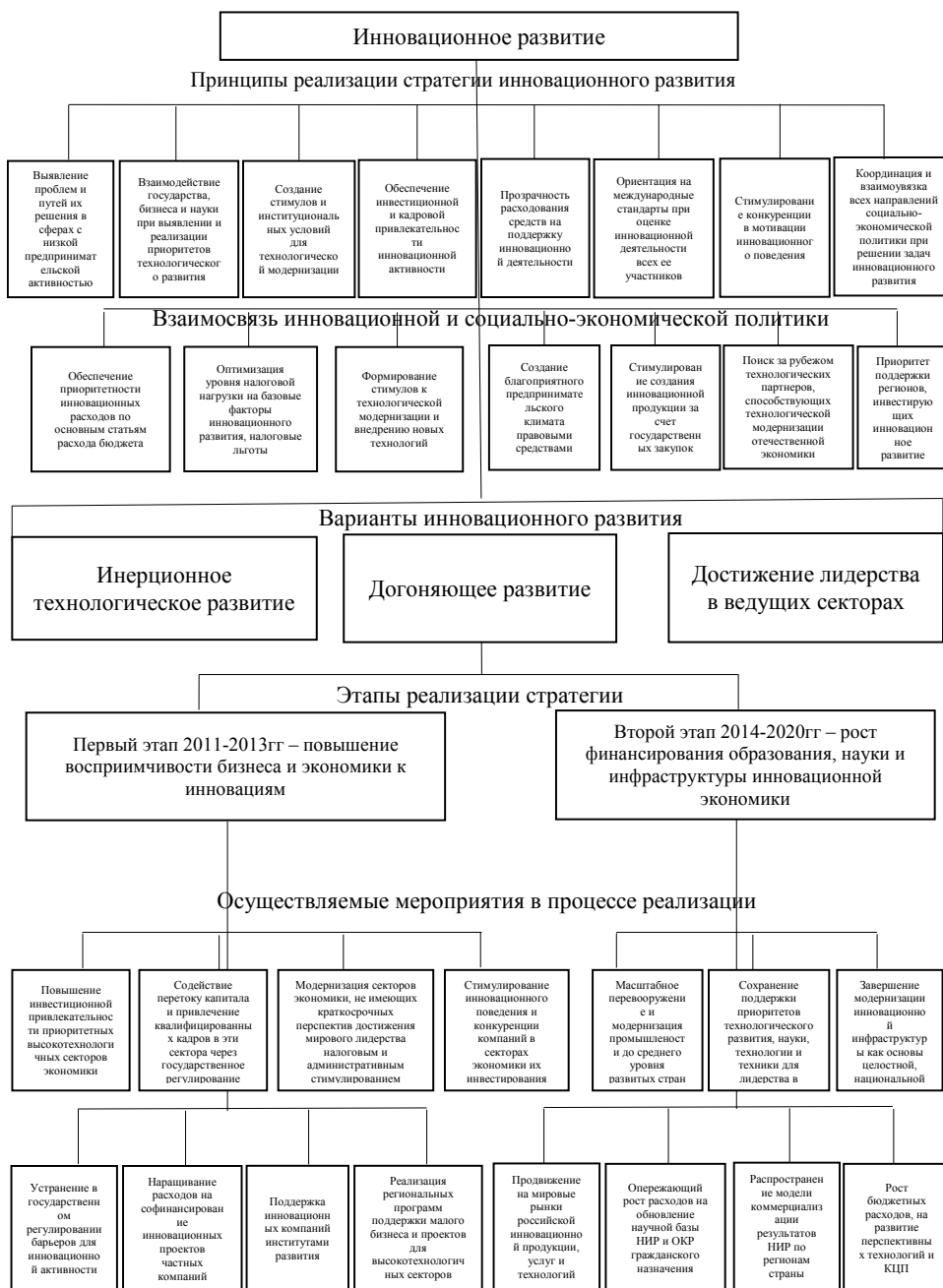


Рис. 2. Принципы, варианты и этапы реализации стратегии инновационного развития России до 2020 года (от 08.12.2011 г. № 2227-р).



Рис. 3. Формирование компетенций иновационной деятельности на основе мероприятий по обучению им (Распоряжение Правительства РФ от 08.12.2011 г. № 2227-р)

Для понимания перспективности всех мероприятий, представленных в этих группах, по каждой из них можно проанализировать реальные процессы и достигнутые в отдельно взятом классическом университете результаты за последние 25 лет, выявить в них слабые и сильные стороны, роль человеческого фактора в осуществлении упомянутых ранее маркетинговых инноваций, обеспечивающих долговременность инновационных результатов.

#### **РАЗВИТИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ ОБЩЕГО И ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

В данной группе мероприятий первоочередными приняты институциональные составляющие инфраструктуры, охватывающие структуру и содержание специальностей, которым обучали студентов в Симферопольском государственном университете в 1991 г. в сравнении с первыми годами его существования. Здесь к месту обратиться к роли человеческого фактора в определении потребностей общества в направлениях его социально-экономического развития и необходимых для него специалистах, обучение их в университете.

В 1920 г. К. Г. Воблый и его коллеги развивали в Таврическом университете обучение экономике и праву, международным экономическим отношениям, прежде всего, со странами-соседями. Однако уже после 1920 г. партийные руководители Крыма Д. Ульянов и Р. Землячка ликвидировали обучение этим специальностям в университете, одновременно исключив из него медицинский и сельскохозяйственные факультеты, преобразовав их в самостоятельные институты. Только в 1990 г. в Симферопольском государственном университете восстановили обучение экономике и управлению. Проректор по учебно-методической работе Ю. М. Ильин пригласил доктора экономических наук, профессора, заведующего кафедрой механизированной обработки экономической информации Днепропетровского металлургического института, руководителя Днепропетровского отделения, заместителя директора по научной работе Института экономики промышленности Академии наук УССР В. А. Подсолонко занять вакантную должность профессора кафедры прикладной математики математического факультета. В течение месяца В. А. Подсолонко сформировал новую кафедру Экономической информатики и автоматизированных систем управления, в которую вошли некоторые сотрудники кафедры прикладной математики.

Начиная с 1991 г. коллективом новой кафедры, в последующем кафедры менеджмента и маркетинга, были открыты востребованные для региона специальности. В 1992 г. создана специальность «Экономическая информатика и автоматизированные системы управления», которая в 1994 г. называлась «Информационные системы в экономике», в 1996 г. – «Информационные системы в менеджменте», в 1999 г. – «Экономическая кибернетика». В 1993 г. открыта специальность «Организация внешнеэкономической деятельности предприятий», в 1996 г. переименованная в «Менеджмент внешнеэкономической деятельности». В том же 1993 г. была открыта специальность «Организация управления туризмом и спортом», в последующем переименованная в «Менеджмент организаций». В

1995 г. открыта специальность «Финансы и кредит». Все эти специальности функционируют и в 2016 г.

С октября 1990 г. коллектив вновь созданной кафедры инициировал открытие и функционирование более десятка научно-исследовательских работ, финансируемых как по грантам из государственного бюджета, так и по хозяйственным договорам и контрактам:

- «Разработка системы оценки уровня комплексного социально-экономического развития предприятий в условиях экономической самостоятельности Крымского региона» (1991–1993);
- «Разработка концепции комплексного социально-экономического развития регионов в составе Украины» (1994–1995);
- «Разработка организационных основ согласованного управления комплексным развитием Украины в целом, ее регионов и отраслей» (1995–1996);
- «Обеспечение ориентирования экономики географических регионов Украины на достижение мирового уровня ее рыночного развития» (1997–1998);
- «Разработка организационно-экономического механизма реструктуризации экономики в регионах Украины (на примере Крымского региона)» (1999–2001);
- «Программно-целевое управление развитием предпринимательства в Автономной Республике Крым» (2002–2004);
- «Обеспечение повышения результативности деятельности предприятий на основе развития человеческого потенциала в регионах Украины (на примере Крыма)» (2005–2007);
- «Формирование целенаправленной стратегии роста конкурентоспособности регионов Украины» (2008–2010);
- «Формирование инновационной стратегии обеспечения занятости населения в регионах Украины» (2011–2012).

В процессе выполнения перечисленных и других научно-исследовательских работ приобреталась необходимая множительная, вычислительная и организационная техника, обеспечивающая их результативность. В этот период развитие инфраструктуры учебного процесса и научной работы осуществлялось и на основе других видов деятельности.

#### **ОТБОР ОДАренных УЧАЩИХСЯ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ В ШКОЛЕ И УНИВЕРСИТЕТЕ**

Создание благоприятных условий для развития способностей одаренных и талантливых детей способствует достижению успехов страны в социально-экономическом развитии, в культуре и спорте и зависит от интеллектуального, инновационного, творческого потенциала населения. В каждой стране проводится работа с одаренными и талантливыми детьми. Дифференцируется обучение школьников, работают студии, факультативы и кружки, центры детского и юношеского творчества, организуются викторины, соревнования, конкурсы, олимпиады.



Процесс отбора одаренных учащихся для обучения в школе и университете не всегда происходит, как отбор только одаренных детей. В 1995 г. в Симферопольском государственном университете открыли 2 класса средней школы № 23 преимущественно для детей сотрудников. Обучение вели преподаватели факультетов и кафедр университета. Большинство учеников этих классов достигли высокого уровня знаний не только по предметам. Они свободно владели компьютерами и несколькими иностранными языками, навыками актерского мастерства и эстрадного вокала, элементами танцев и различными видами спорта, основами живописи и моделирования и др. Обучение на территории университета позволило сразу интегрироваться в студенческую среду, и уже после 1–2 лет обучения многие из них вместе со студентами разных специальностей участвовали в мероприятиях внутриуниверситетского, регионального и международного уровня. В старших классах ученики определились с выбором специальности, по которой продолжали обучение в университете.

Практика других университетов по открытию подобных классов подтвердила перспективность воспитания продвинутых школьников в стенах университета вместе со студентами.

#### **ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ И КОММУНИКАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА**

Еще в последние годы существования СССР основными инструментами преподавателя при проведении лекций и семинаров были мел и доска, плакаты, изредка графопроектор. Поэтому появление простейших инструментов преподавания, отличающихся от обычно применяемых, вызывало потребность создать все необходимые условия для внедрения их в собственный учебный процесс. Чаще всего передовой опыт демонстрировали университеты и научные организации университетов-партнеров по международным образовательным проектам либо организации, ориентированные на повышение квалификации как работников образования, так и других сфер деятельности.

В 1990 г. занятия по повышению квалификации в Москве проводились с применением видеокамеры и видеопроектора для коллективного обсуждения результатов деловых игр. Такой уровень организации учебного процесса был крайне редким. В 1993–1995 гг. даже применение белых досок и маркеров, а также флипчартов и фломастеров для иллюстрации учебного материала в *École centrale de Lyon* (Лион, Франция) казались инновационными. В 2000 г. в университетах Хельсинки и Ваасы (Финляндия) повышение квалификации преподавателей из университетов г. Симферополя осуществлялось с применением инновационных образовательных технологий – диапроекторов с цветными слайдами и дистанционных телевизионных комплексов.

Начиная с 1997 г. участие в международных образовательных проектах позволило приобретать для кафедр и компьютерных классов современное оборудование – компьютеры, мультимедийные проекторы, сканеры, принтеры, копировальную технику. В 2000 г. профессора университетов Хельсинки, Парижа и Симферополя впервые осуществили компьютерную связь по скайпу. В 2004–

2005 г. в рамках совместного международного образовательного проекта факультет управления Таврического национального университета имени В. И. Вернадского провел летнюю академию с участием лекторов из Бельгии, Турции, России, которые выступали перед слушателями с помощью дистанционных технологий. В 2007 г. аспиранты факультета управления организовали и провели дистанционные консультации с профессорами из университета Ла Сапиенца (Рим, Италия). В 2008 г. в актовом зале университета организована видеоконференция со студентами и аспирантами факультета управления, которые в это время проходили стажировки в университетах Берна и Сан-Галена (Швейцария), Парижа и Ниццы (Франция), Рима (Италия), Кордобы (Испания), Штуттгарта и Мерсебурга (Германия). В 2013 г. профессора университетов Эйндховена (Нидерланды), Берлина (Германия), Вильнюса (Литва), Хайфы (Израиль), Москвы, Самары, Новосибирска (Россия), Одессы, Днепропетровска, Симферополя (Украина) провели цикл видеолекций в режиме вебинаров для студентов факультета управления. В настоящее время в зависимости от наличия необходимого оборудования в предоставляемых для занятий аудиториях профессора и доценты проводят лекционные и практические занятия преимущественно с помощью компьютеров, мультимедийных проекторов, смартфонов, мультимедийных досок. Все оборудование, используемое в учебном процессе факультета управления, приобретено за счет грантов Европы и США в рамках международных образовательных проектов. Некоторые университеты полностью оснащены современным мультимедийным оборудованием и образовательными средствами для организации и проведения учебного процесса.

#### **МЕХАНИЗМ ГОСУДАРСТВЕННО-ОБЩЕСТВЕННОЙ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА И ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ**

Механизм государственно-общественной оценки качества и эффективности деятельности образовательных учреждений должен быть внутри образовательных учреждений для развития в них «духа инициативы и предпринимательства, современного инновационного уклада» (раздел V Стратегии). Пример такого механизма разработан в ТНУ [15, с. 517–537]. Но для его реализации необходимо четкое понимание руководителя организации, для чего нужен этот механизм, и желание его внедрения и функционирования. Именно здесь может проявиться человеческий фактор – профессионализм.

Работа по оценке деятельности научных подразделений научно-исследовательских институтов (отделов, секторов, групп), выполненная и оформленная в виде методических и инструктивных положений, реализована в Днепропетровском отделении Института экономики промышленности Академии наук УССР еще в 80-х годах прошлого столетия. На ее основе ежеквартально подводились итоги проводившегося в тот период социалистического соревнования, принимались решения по премированию лучших коллективов о росте заработной платы лучших работников, об их профессиональном продвижении. Полная открытость применения такой системы оценки деятельности сотрудников и научных коллективов устранили имевшие место случаи неприязни между отдельными руководителями научных коллективов и привнесли элементы

сопоставимости в их работу [17, с. 168–176], объективность оценки вклада исполнителей в конечный результат. Это позволило устранить любые возможности конфликтов между сотрудниками коллектива по выяснению позиций уровня их значимости. Задачу сравнительной оценки деятельности образовательных учреждений по их сопоставимым группам, приведенным на рис. 3, можно решить на основе подхода, используемого для оценки уровня комплексного развития предприятий, отраслей и регионов, сравниваемого с лучшими мировыми аналогами [16, с. 339–399].

#### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТАНДАРТОВ ОБРАЗОВАНИЯ В ЧАСТИ УСЛОВИЙ ЕГО ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ**

Использование современных инновационных образовательных технологий с интерактивными досками, онлайн конференциями носит подчиненный характер. В разных учебных заведениях, даже одной сопоставимой группы (рис. 3), структура и содержание этих технологий существенно отличаются, иногда в силу специфики регионов их размещения, накопленного опыта отечественного и международного взаимодействия с реальной экономикой, с наукой и образовательной деятельностью.

Интересен опыт применения нестандартных образовательных технологий, в основу которых положены решения задачи максимального приближения процесса обучения студентов к практическим проблемам социально-экономического развития макрорегиона и его территорий, формирование из числа студентов всех курсов своеобразных студенческих землячеств и подчинение тематики самостоятельных работ, рефератов, курсовых и дипломных проектов социально-экономическим проблемам развития территорий их проживания [18]. Здесь преследуется цель создания заинтересованности у местных органов власти в подготовке специалистов, владеющих проблемами развития подведомственных им территорий, а с другой стороны – заинтересованности выпускников быть востребованными работодателями на своей «малой родине».

Другой вариант обучения студентов прикладным проблемам был построен на основе создания студенческих команд электронной коммерции и управления взаимодействием сельских или пригородных производителей продуктов питания (молока, яиц, мяса, овощей и фруктов) с городскими потребителями. Основные результаты многих из этих работ студентов опубликованы в международном сборнике материалов научных работ [18].

#### **СОЗДАНИЕ СТИМУЛОВ И УСЛОВИЙ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ НА ОСНОВЕ ПЕРЕПОДГОТОВКИ И ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИ АКТИВНОГО НАСЕЛЕНИЯ**

Впервые с процессами непрерывного образования нам пришлось столкнуться в 1993–1995 гг. на примере деятельности Центра непрерывного образования Центральной Школы Лиона (Франция) при повышении квалификации преподавателей вузов Украины по вопросам прикладной экономики, менеджмента и маркетинга. Программа обучения представляла собой совокупность традиционных

и новых учебных дисциплин, а также новых технологий обучения. При этом в учебном процессе отсутствовал системный подход к структуре и содержанию излагаемого материала. Но такой опыт также принес результат – сформирована и издана монография по системно излагаемым проблемам менеджмента [19].

Один из примеров эталонной организации системы непрерывного образования, представленный в университетах Хельсинки и Ваасы (Финляндия), лег в основу формирования в Таврическом национальном университете им. В. И. Вернадского пакета документов для функционирования консалтингового центра, издания в рамках проекта ТАСИС двух выпусков сборников материалов преподавателей – участников международного проекта по поддержке обучения менеджменту в Крыму, в которых представлены ситуационные задачи по актуальным проблемам развития предпринимательства в Украине [20]. К сожалению, эту систему образования не удалось реализовать в университетах Крыма, участвовавших в данном проекте. В Финляндии этими процессами занимаются целые институты при университетах, самостоятельные центры и фонды с солидным штатом сотрудников и финансированием.

Опыт функционирования центров непрерывного или продолженного образования в 2002–2005 гг. изучен в процессе выполнения крупного международного проекта по управлению человеческими ресурсами совместно с университетами Ниццы (Франция), Коибры (Португалия), Бредфорда (Великобритания), Намюра (Бельгия). На его основе разработан пакет документов по созданию в Ялте Крымского центра бизнес-образования и издана специализированная библиотека по вопросам управления человеческими ресурсами в 13 томах, два из которых (12 и 13) оформлены в виде материалов тренингов, один (том 11) представляет собой хрестоматию по управлению человеческими ресурсами [21], а первые 10 томов – учебно-методические материалы по каждой учебной дисциплине специализации. Такой же пакет документов разработан для Центра бизнес-менеджмента Таврического национального университета имени В. И. Вернадского в г. Симферополе в 2007 г. [16, с. 625–642].

Оба центра функционировали в период проведения показательных пробных занятий при их открытии, а в последующем прекратили существование. В поисках причин недолговечности таких подразделений выявлены основные: низкое число функционирующих предприятий в течение целого года; занятость преподавателей своей основной работой и невозможность одновременно обеспечивать приток слушателей для непрерывного образования, повышения квалификации. Даже в 2013 г., когда был создан Центр электронного бизнес-менеджмента, руководство ТНУ выделило для его функционирования специальное помещение, оснащенное компьютерами, поступившими из выполняемого факультетом управления международного образовательного проекта, подготовлены необходимые документы для его работы [22, с. 350–376], проведены занятия по обучению населения информационным технологиям – от школьников до предпринимателей, домохозяек и пенсионеров [23], центр был передан в состав действующего в университете бизнес-центра, и прекратил существование в 2014–2015 гг.

Анализ выполненных разработок по созданию системы непрерывного образования на базе университета показал, что содержательно в Крымском регионе необходимые условия созданы, но предприятия, органы местного самоуправления не готовы к ее использованию. Ранее уже были сформированы предложения по реализации системы обновления профессиональных знаний руководителей в региональной экономике [16, с. 505–517]. Они не потеряли актуальности и сегодня. Но соответствующих стимулов для создания системы непрерывного образования и его осуществления по-прежнему нет ни у руководителей предприятий и организаций, ни у вузов, на базе которых она может быть построена.

#### **ВНЕДРЕНИЕ КРЕДИТНО-МОДУЛЬНОЙ ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА**

Еще в 2006–2007 учебном году в ТНУ им. В. И. Вернадского преподаватели факультета управления столкнулись с необходимостью формирования учебного плана по кредитно-модульной технологии в процессе выполнения международного образовательного проекта по кризис-анализу с университетами Штуттгарта (Германия) и Рима (Италия). Примером модульной структуры учебного плана послужил план университета Ла Сапиенца по специальностям «Управление инновационной деятельностью» и «Менеджмент инновационной деятельности» [24]. В 12 модулях учебной специализации «Кризис-анализ и принятие решений» на полтора года обучения предусмотрены 26 учебных дисциплин. Особенностью этих дисциплин и всего процесса обучения было их англоязычное преподавание, англоязычная месячная стажировка студентов этой специализации в университете Рима, подготовка и защита магистерской работы на английском языке.

Во многом такая работа послужила основой для последующей международной программы с обучением магистров на английском языке в течение одного семестра в своем университете, второго семестра – в Европейском университете, в третьем семестре – совместные с европейскими студентами англоязычные конференции, круглые столы и семинары в своем университете по тематике магистерских работ, согласованной с Европейским университетом. В основу такого обучения были положены кредитно-модульные технологии, а за базу была принята структура модулей, культивируемых в головном по проекту университете г. Будо (Норвегия) [25]. Здесь, в отличие от университета Рима, в основу всей магистерской программы, выполняемой преподавателями ТНУ, были положены 8 модулей и 24 учебные дисциплины. В основу каждого модуля и практически каждой дисциплины заложены публикации преподавателей по близкой тематике объемом 470 страниц [25, с. 110–580]. Здесь же в отдельном разделе представлены результаты работы магистров, обучающихся по этой программе [25, с. 581–747].

Аналогично издано учебное пособие «Электронная коммерция и электронное управление» [26], выпущенное в рамках другого международного проекта. Здесь модули рассматривались как отдельные учебные дисциплины, входящие как в программу бакалавриата, так и в программу магистратуры, одновременно для вузов Украины и России. В этом сборнике представлены материалы преподавателей ТНУ и других университетов – участников проекта. Студенческие работы представлены

в учебно-практических материалах как примеры реализации навыков тренингов с разными группами населения по освоению элементов электронной коммерции [26, с. 700–726].

Представленные примеры работы преподавателей факультета управления ТНУ по кредитно-модульной системе, реализованные в процессе выполнения международных образовательных проектов, в том числе с преподаванием на английском языке, оформленные в виде сборников и учебных пособий, показали принципиальную подготовленность для работы в инновационных условиях. Задача, поставленная в Стратегии, по «организации учебного процесса с индивидуальными образовательными траекториями для каждого обучающегося» выполнима, но в реальных условиях функционирования современных вузов такие подходы к обучению пока не востребованы.

#### **АКТУАЛИЗАЦИЯ СОДЕРЖАНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ПРИ ПОДГОТОВКЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ**

Процесс обучения менеджменту с первых лет его осуществления проходит под знаком постоянного обновления содержания образовательных программ. Как оценить степень его актуализации? Можно ли это сделать количественно? Можно ли считать обновлением программы изменение содержания отдельных ее учебных дисциплин, вызванное потребностями звеньев регионального руководства? К примеру, в 1993–1994 гг. по заказу Правительства Автономной Республики Крым была разработана Концепция информатизации Республики Крым на период до 2000 г. Материалы Концепции переданы в Правительство Республики Крым, опубликованы [27] и использовались в учебном процессе по специальностям «Информационные системы в менеджменте» и «Менеджмент организаций, туризма и спорта». Также к процессам актуализации образовательных программ можно отнести использование в обучении студентов монографии, изданной по результатам международных стажировок по проблемам менеджмента [19].

К процессам актуализации содержания образовательных программ при подготовке управленческих кадров по международным стандартам следует отнести открытие новых специализаций в «Менеджменте организаций», востребованных на каждом последующем этапе развития экономики. Обеспечение соответствия подготавливаемых управленческих кадров международным стандартам по каждой новой специализации осуществляется на основе открытия их в процессе выполнения международных образовательных проектов. Так, специализация «Менеджмент природопользования», открытая в 1998 г., является результатом международного проекта «Экономика окружающей среды на Юге Украины» JER 10304/97, выполненного на факультете управления ТНУ совместно с университетами Ниццы, Перпиньяна (Франция) и Генуи (Италия) [28]. В 1999–2000 гг. в соответствии с планом международного проекта TACIS «Поддержка обучения менеджменту» обновлена учебная программа специализации «Менеджмент туризма» [20] в направлении достижения образовательных

стандартов, применяемых в университетах Финляндии, Ирландии, Германии и Великобритании.

На основе совместного образовательного проекта по обучению менеджменту и предпринимательству в рыночно-ориентированной экономике, выполняемого в 2000–2003 гг. совместно с университетом г. Хантсвилл (США), открыта специализация «Менеджмент предпринимательской деятельности», базирующаяся на образовательных стандартах США. В рамках этого сотрудничества в 2001–2003 гг. проведены международные летние школы предпринимательства для работающего и неработающего населения городов и районов Крыма с выдачей международных сертификатов. Занятия проводили преподаватели факультета управления ТНУ совместно с профессорами программы MBA бизнес-школы университета A&M.

Совместный европейский образовательный проект по менеджменту организаций и управлению человеческими ресурсами, выполняемый в 2002–2005 гг. с участием университетов Ниццы (Франция), Намюра (Бельгия), Бредфорда (Великобритания), Коимбры (Португалия), позволил открыть специализации «Менеджмент человеческих ресурсов» в ТНУ и в Крымском гуманитарном университете в г. Ялте [21].

Начиная с 2008 г., на факультете управления открыты современные специализации по специальности «Менеджмент инновационной деятельности»: «Антикризисный менеджмент» (2008–2009 гг.) [24], «Электронное управление» (2011–2012 гг.) [26], «Устойчивый менеджмент» (2013–2014 гг.) [25]. Учебные программы базируются на опыте университетов Рима (Италия), Вильнюса (Литва), Будо (Норвегия). В рамках проектов и в соответствии с интегрированными учебными планами студенты и аспиранты ТНУ проходили совместное обучение со студентами зарубежных университетов и получили сертификаты университета Ла Сапиенца (Рим, Италия) и двойные дипломы по окончании магистратуры при одновременном обучении в ТНУ и в норвежском университете Нурланда (Будо, Норвегия).

Следовательно, 20 лет подряд, начиная с середины 90-х годов, факультет управления ТНУ непрерывно актуализировал учебные программы по направлению «Менеджмент», в частности, по специальностям «Менеджмент организаций» и с 2008 г. – «Менеджмент инновационной деятельности».

#### **РЕАЛИЗАЦИЯ МОДЕЛИ ПРИКЛАДНОГО БАКАЛАВРИАТА ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ И УПРАВЛЕНЧЕСКИМ НАПРАВЛЕНИЯМ**

Решение этой проблемы в разных вузах имеет определенную специфику и наталкивается на попытку упрощения понимания бакалавриата до общего направления в нем, к примеру, менеджмента. Предложения сертифицировать результаты каждого учебного года и даже семестра обучения в бакалавриате позволили бы реализовать модель прикладного бакалавриата в управлении [17, с. 72–74], но руководство университета не готово их принять, как понижающие уровень университета до профессионально-технического училища.

В современной постановке вопроса востребованная модель прикладного бакалавриата может включать получение сертификатов, ориентированных на умения, приобретенные в процессе изучения всех дисциплин семестра, и отражаемые в функциональных обязанностях конкретной прикладной должности. К примеру, после первого семестра сертифицируется должность «секретарь общественной организации»; после второго – «секретарь информационно-издательской и рекламной организации»; после третьего – «секретарь – помощник руководителя финансово-экономического подразделения»; после четвертого – «секретарь – помощник руководителя статистического и учетно-аналитического подразделения»; после пятого – «помощник руководителя цеха, производственно-диспетчерского отдела»; после шестого – «помощник руководителя предприятия или организации со знанием делового иностранного языка»; после седьмого – «помощник руководителя региональных организаций со знанием делового иностранного языка»; после восьмого – «бакалавр менеджмента со знанием делового иностранного языка».

Для выполнения такой работы могут создаваться консорциумы университетов России, привлекаемых на конкурсных условиях, что позволит разработать варианты сертифицируемых должностей по каждому семестру и наполнению их функциональных обязанностей содержанием учебных дисциплин, а экспертно-методический университет из состава консорциума может апробировать все лучшее из разработанных вариантов и в дальнейшем рекомендовать университетам партнерам для внедрения. Сотрудничество с предприятиями и организациями регионов размещения университетов позволит улучшить и ускорить процесс создания и реализации такой программы.

При реализации такой модели компетентностный подход в формировании образовательных стандартов приобретет уже не аморфный вид в компетенциях бакалавров, а функционально-прикладной, как и задумано в Стратегии, где сказано, что «будут совершенствоваться федеральные государственные образовательные стандарты, расширяться требования к инновационным компетенциям выпускников».

#### **ДОВЕДЕНИЕ УСЛОВИЙ ТРУДА И ЕГО ОПЛАТЫ ДО УРОВНЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ, ВЕДУЩИХ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА МИРОВОМ УРОВНЕ**

Проблема доведения уровня условий труда и его оплаты в соответствии с международными стандартами требует определенной структуризации в понимании исследовательской деятельности преподавателей на мировом уровне. Главная задача преподавателей – обучение студентов, а остальная работа, включая и исследования, – подготовка и осуществление учебного процесса на мировом уровне.

Опыт работы в достаточно большом числе международных образовательных проектов дает возможность сформировать основной набор характеристик отнесения условий организации и содержания учебного процесса к мировому уровню:

- согласование учебной программы с известным зарубежным университетом;



- участие профессоров зарубежных университетов в преподавательской деятельности КФУ;
- публикация результатов научных исследований зарубежных профессоров в научных изданиях КФУ;
- публикация результатов исследований профессоров КФУ в изданиях зарубежных университетов;
- создание учебных компьютерных классов для участия в совместных международных образовательных проектах;
- обучение и получение сертификатов и дипломов по результатам международных стажировок преподавателей и аспирантов;
- участие в образовательных процессах зарубежных университетов;
- международные стажировки студентов, аспирантов и преподавателей;
- использование в учебном процессе мультимедийных технологий, интерактивных досок, онлайн лекций, вебинаров, Интернета и т. д.;
- применение кредитно-модульных технологий в построении образовательной программы;
- открытие новых специализаций и профилей менеджмента по опыту зарубежных университетов;
- издание сборников методических материалов для выполнения практических и курсовых работ в соответствии с модульной образовательной программой;
- обучение магистров на иностранных языках;
- обучение студентов по согласованным программам в зарубежных университетах-партнерах параллельно с обучением в родном университете;
- обучение в совместной аспирантуре под двойным руководством профессоров отечественного и зарубежного университета;
- написание и защита студентами магистерской работы на иностранном языке;
- получение студентами сертификатов и дипломов зарубежных университетов.

Можно считать выполнение этих условий достаточным для отнесения работы образовательного коллектива к мировому уровню. По мере развития образовательного процесса могут и должны быть дополнения и изменения, но в целом картина существенно не изменится. Сложнее решить задачу повышения оплаты труда до мирового уровня преподавателям, обеспечивающим достижение международных образовательных стандартов. Стимулирующие надбавки за достижение перечисленных выше характеристик в работе каждого преподавателя частично решат этот вопрос. Конечно, некоторые позиции касаются преподавателей косвенно и относятся к компетенциям руководителей международных программ или проектов. К деятельности преподавателей можно отнести лишь 7 позиций, достаточно неравнозначных по затратам времени и их роли в учебном процессе.

Уровень оплаты труда профессорско-преподавательского состава отечественных университетов отстает от европейских в 4–5 раз, а от университетов США – до 10 раз, при отставании уровня экономического развития России от передовых стран Европы примерно в 2 раза, а от США – в 3. Значит, максимально допустимый размер оплаты труда преподавателям вузов должен быть не более, чем

## ***ИНТЕГРАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ОПЫТА...***

в 2 раза ниже Европейского или в 3 раза ниже, чем в США, т. е. от 1000 евро до 2000 долларов США. Следовательно, даже если усредненно считать, что наличие каждой позиции мирового уровня оценивается в 10 % премии от оклада, а преподавание на иностранном языке для своих студентов – в 20 %, а для зарубежных – в 30 %, то индивидуальная работа позволит получить максимальное приращение оплаты труда в 90 %, а при условии оценки остальных позиций как косвенного участия в формировании мирового уровня образования в половину от этого максимума, то суммарная величина приращения к заработной плате составит максимум 135 %. На фоне других преподавателей, не участвующих в процессах формирования мирового уровня образовательной деятельности, такая надбавка, безусловно, послужит стимулом повышать квалификацию и работать на уровне международных образовательных стандартов.

### **ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ С УЧЕТОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ИХ С ЭКОНОМИКОЙ И ИХ ПУБЛИКАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ С ПРИВЛЕЧЕНИЕМ МЕЖДУНАРОДНОГО НАУЧНОГО СООБЩЕСТВА**

Индивидуальный рейтинг преподавателей по образовательной, научной и методической работе, по квалификационному уровню учитывается во многих университетах. Не рассматривая достоинства или недостатки различных рейтинговых систем, можно согласиться с актуальностью такого подхода. Важным для всех университетов является получение достоверных оценок результативности деятельности преподавателей, достоверность исходной информации, однозначность толкования применяемых технологий оценки и правомерность их использования. Кроме того, система оценки должна охватывать все аспекты деятельности и быть составной частью системы оплаты труда.

### **РАСШИРЕНИЕ ПРАКТИКИ ПО ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ И АСПИРАНТОВ В МЕЖДУНАРОДНЫХ УНИВЕРСИТЕТАХ**

В КФУ практика подготовки кадров и аспирантов в зарубежных университетах существует с середины девяностых годов прошлого столетия. В основном она базируется на системе международных договоров о сотрудничестве университетов. По инициативе профессора университета Ниццы София Антиполис Ж.-П. Гишара в 1995 г. подписан договор с университетами Черноморья и Средиземноморья, участниками проекта «Сеть Мобильности», среди которых Симферопольский государственный университет. Позже договоры о сотрудничестве подписаны с университетами Хантсвилла (США), Парижа (Франция), Мерсебурга (Германия), Таллина (Эстония) и др. Наличие в университете договоров о сотрудничестве облегчает процесс создания и выполнения международных образовательных проектов, финансируемых специализированными зарубежными фондами, прохождение стажировок и обучения студентов, аспирантов, преподавателей в зарубежных университетах с получением сертификатов или дипломов. Благодаря таким контактам происходил процесс актуализации компетенций и международного

признания уровня квалификации преподавателей, отдельные из которых работали в качестве приглашенных профессоров в университетах Франции, Швеции, США.

Еще в 1997 г. для активного участия студентов, аспирантов и преподавателей в международном образовании на факультете управления были организованы курсы французского языка, оплачиваемые в течение 4 лет посольством Франции в Украине. На занятия приглашались аспиранты, студенты и преподаватели, школьники старших классов гимназии ТНУ.

В процессе расширения международных образовательных контактов в учебную программу менеджеров, в дополнение к английскому и французскому, были включены немецкий и испанский языки на правах второго иностранного. Понимая важность процесса, некоторые студенты изучали все 4 иностранных языка (по желанию). Начиная с 2000 г. для студентов направления «Менеджмент» были созданы клубы деловых иностранных языков. Возможность освоения иностранных языков позволила участвовать студентам, аспирантам и преподавателям в стажировках и обучении от 1 семестра до полного цикла получения диплома в университетах мира. В 1998–2000 гг. преобладали стажировки и обучение в университетах Ниццы и Перпиньяна (Франция) и Генуи (Италия), с 2000 г. появились англоязычные стажировки в Финляндии, Ирландии, США, Великобритании, Нидерландах, Норвегии, Португалии, а в 2005 г. состоялось германоязычное обучение студентов продолжительностью 1 семестр в университете г. Мерсебурга (Германия) и стажировки преподавателей в германских университетах г. Штутгарта (2008 г.), Берлина (2012, 2013 гг.). В 2007 г. состоялись стажировки преподавателей в университете Кордобы (Испания).

Более чем десятилетний период насыщенной и активной международной деятельности преподавателей, аспирантов и студентов факультета управления, зарубежные стажировки в рамках проектов сформировали инициаторов самостоятельного поиска своего квалификационного роста в развивающейся базе международных контактов университета. Так, выпускник магистратуры 2007 г. самостоятельно через посольство Франции оформил поступление в совместную докторантуру университета Париж – 1 Пантеон Сорбонна и аспирантуру ТНУ, защитив в 2010 г. написанную в срок диссертацию. Также магистр 2007 г. успешно прошла собеседование в посольстве Швейцарии на английском, французском и немецком языках и получила стипендию для обучения в течение 1 года в университете Сан-Галена и стажировки в Цюрихе. Доцент и ассистент факультета управления выиграли конкурс для обучения в магистратуре университета Болоньи (Италия) с последующими стажировками в Манчестере (Великобритания) и Брюсселе (Бельгия), по окончании которых защитили диссертации и получили дипломы магистров. Подобное обучение прошли выпускники и сотрудники факультета управления ТНУ в университетах Эстонии, Литвы, Норвегии, Франции. Одним из результатов является работа преподавателей факультета управления в качестве приглашенных профессоров в университете Алабамы (США) в 2002 г., университете Париж–13 в 2004–2011 гг., в университете Хельсинки (Финляндия) в 2006 г., в университете Векши (Швеция) в 2006 г.

## ***ИНТЕГРАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ОПЫТА...***

За двадцатилетний период активной международной образовательной деятельности, с 1994 по 2014 гг., общее количество стажировок студентов, аспирантов и преподавателей факультета управления ТНУ составило более 500 человек.

### **УДЕРЖАНИЕ И ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИЗ-ЗА РУБЕЖА ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ**

Вопрос сохранения высококвалифицированных преподавателей в своем коллективе имеет в основе ответа преимущественно материальные факторы. Выпускники факультета управления ТНУ сегодня работают в Париже, Ницце, Версале, Люксембурге, Берлине, Будо, Люксембурге, Тиране, в других городах Европы, Австралии и Америки. С одной стороны, это результат правильной образовательной политики факультета. С другой стороны, следует акцентировать внимание на том, что они работают или продолжают обучение не в нашем коллективе, уровень международной активности которого снизилась. Можно ли упрекать преподавателей и аспирантов, уехавших работать в другие страны? Каждый из них в отдельности сегодня имеет там заработную плату выше в 3–6 раз, чем профессора, обеспечившие им здесь достаточный квалификационный уровень. Могут ли они вернуться сюда? Возможно, но маловероятно.

Международная деятельность коллектива только одного факультета внесла миллионы долларов и евро в результаты развития университета в виде сотен стажировок в зарубежные университеты студентов, аспирантов, преподавателей, десятка компьютерных классов для студентов, мультимедийной и издательской техники, сотен экземпляров современной учебной и научной литературы. Значимость этой деятельности для университета в целом велика. Но как такие результаты повлияли на мотивацию инициаторов и участников этих процессов?

Визиты зарубежных профессоров, организуемые для работы со студентами и преподавателями, завершались лишь оформлением отдельным из них почетных званий профессоров факультета управления, не оформляемых на уровне университета, что не мотивировало партнеров на продолжение сотрудничества.

Очевидно, создание комплексной системы материального и морального стимулирования инновационной учебной и научной деятельности коллективов подразделений университетов – это не только их внутренняя задача, это, скорее, общая проблема для всех вузов, которую желательно решать на уровне министерства образования и, возможно, с выделением финансирования для привлечения представителей университетов, имевших реальные результаты в этом направлении в последние 10–20 лет. Такую работу можно осуществить на основе анализа процессов инновационной деятельности, выполняемой в отечественных и зарубежных университетах как в периферийных регионах, так и в столицах стран и республик. Наверное, в такой системе должны быть предусмотрены примеры не только реализованных договоров и проектов, но и инициативы и этапы деятельности по разработанным, поданным несколько раз на конкурс, но несостоявшимся проектам в целях стимулирования таких инициатив в дальнейшем. В практике международной деятельности достаточно таких примеров,

невоплотившихся в действующие проекты, либо, в случае их повторения и улучшения, выигравших конкурс с третьей–четвертой попытки. В таких инициативах, как правило, участвуют как отечественные, так и зарубежные профессора, обычно не поощряемые на этой стадии ни материально, ни морально, а движимые личным интересом.

#### **ПОДДЕРЖКА КООПЕРАЦИИ ВУЗОВ С КОМПАНИЯМИ ИННОВАЦИОННОГО СЕКТОРА БЮДЖЕТНЫМ ФИНАНСИРОВАНИЕМ ПРОЕКТОВ**

Кооперация вузов с компаниями инновационного сектора – это совершенно конкретная и управляемая позиция формирования компетенций инновационной деятельности в процессах реализации Стратегии инновационного развития России по 2020 и последующие годы. В основе ее осуществления лежит выполнение намеченных этапов реализации стратегии по конкретным для каждого из них мероприятиям (рис. 2) в осуществлении решения основных задач достижения главной цели Стратегии (рис. 1).

Вместе с тем все эти целеопределенные мероприятия (рис. 2) могут остаться благими пожеланиями на уровне государства и послужить основой такого же «утешительного» анализа, который здесь выше изложен, на примере реальной инновационной деятельности целого коллектива, никому не нужной, по большому счету, кроме его отдельных исполнителей, давно его покинувших. Что же еще можно и нужно сделать?

Очевидно, Правительство имеет право вовлечь в процессы реализации утвержденной им Стратегии весь цвет образовательной академической и отраслевой науки, организовав из них путем независимого объективного отбора на конкурсных началах 2 группы ученых: разработчиков вариантов проектов эффективной реализации упомянутых мероприятий и экспертов по отбору наиболее прогрессивных вариантов разрабатываемых проектов. В современных условиях вполне возможен отбор необходимых кандидатур на основе обработки веб-сайтов университетов, научно-исследовательских и проектно-конструкторских институтов по параметрам возраста, ученых степеней, количества и объема публикаций, значимости их направлений и близости к тематике мероприятий (рис. 2). В группе разработчиков предпочтительней увидеть молодых ученых, а в группе экспертов – профессоров и академиков без возрастных ограничений, но активно работающих. Здесь важно вовлечение непосредственно ученых, а не организаций, в которых они работают, чтобы обойти безрезультативные амбиции их непосредственных административных руководителей, зачастую очень далеких от научных поисков.

Именно через созданные таким путем рабочие группы ученых можно будет осуществить реальную кооперацию науки с инновационным сектором в нужном для государства и его регионов направлении. При этом процедуру отбора ученых в рабочую и экспертные группы может проводить специальное подразделение Правительства, ответственное за мониторинг основных параметров социально-экономического развития страны, а может и виртуальное подразделение экспертно-

координационного характера, функционирующее без отрыва от своей основной работы за счет бюджетных средств на контрактной основе.

**ФИНАНСИРОВАНИЕ ГОСУДАРСТВОМ ТОЛЬКО ИННОВАЦИОННО АКТИВНЫХ ВУЗОВ С УЧЕТОМ ИХ НАУЧНЫХ ЗАДЕЛОВ И РЕЙТИНГА**

В основе успехов любого вуза лежат, прежде всего, инициатива, целеустремленность, усилия, успех и результаты отдельных преподавателей, постоянных или временных коллективов, формируемых в виде проектных команд. Поэтому решение о финансировании государством инновационно активных вузов целесообразно делегировать на уровень отдельных преподавателей, исполнителей и руководителей исследовательских и образовательных проектов, научно-исследовательских работ.

При наличии решений о финансировании деятельности инновационно активных ученых, подтвержденной в динамике за 5–10 лет соответствующими результатами в виде законченных НИР и проектов, индивидуальных и коллективных монографий и учебных пособий, сборников результатов исследований и учебно-методических модулей, вполне реально можно формировать новые или продолжать поддерживать функционирующие творческие коллективы ученых и преподавателей.

Вместе с тем все большее значение для результативности социально-экономического развития России и ее регионов приобретает повышение целеопределенности этого развития и, соответственно, обеспечивающих его научных исследований и инновационной деятельности, позволяющих реализовать в реальной экономике новые технологии и технику. Для решения совокупности перечисленных задач все большую роль начинает играть повышение результативности управления этими процессами.

Сложность этой проблемы уже достаточно полно идентифицирована, что позволяет утверждать о необходимости привлечения для ее дальнейшего решения высококвалифицированных ученых и объединения их усилий с руководителями реальной экономики, концентрации усилий на приоритетных направлениях социально-экономического развития страны и ее регионов [29].

**СТАНДАРТИЗОВАННОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ И ЭКЗАМЕНЫ ПО РАЗНЫМ ПРЕДМЕТАМ ВЫПУСКНИКОВ БАКАЛАВРИАТА**

В связи с поставленной ранее задачей по реализации модели прикладного бакалавриата по экономическим и управленческим направлениям и нашими эскизными предложениями по ее решению вполне реально по тем же группам учебных дисциплин, намечаемых на каждый семестр обучения, сформировать стандартные тесты для текущего контроля и для экзаменов. Именно эти тесты позволят обеспечить ежесеместровую выдачу профессиональных сертификатов и в укрупненном виде оценить по итогам бакалавриата уровень умений и навыков каждого бакалавра. Преждевременно пытаться представить здесь детали – они должны проявиться в процессе подготовки, аттестации студентов на право

получения предложенных ранее сертификатов профессиональной должности после каждого семестра обучения.

#### **ЭФФЕКТИВНОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ИНТЕГРАЦИИ АКАДЕМИЧЕСКОЙ МОБИЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ И ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ, ОТРАЖЕНИЕ ИХ В РЕЙТИНГЕ**

Система рейтинга должна быть объединена с системой оплаты труда. Как отмечалось ранее, вся международная деятельность преподавателей при всей ее дополнительной сложности с иностранными языками, с новым видением учебных дисциплин, техникой и технологией их освоения и изложения студентам почти никак не оценивались в результатах работы и не стимулировалась (если не считать более высокую оплату суточных расходов за рубежом в сравнении с ее полным отсутствием на месте).

Приведенные ранее предложения по стимулированию международной деятельности по 17 позициям через премии к основному окладу во многом устроят отмеченные недостатки и могут положительно сказаться на стабильности кадрового состава преподавателей. Важным условием решения этой задачи является обязательность для вуза такой системы оплаты труда, принятой на уровне министерства образования и науки всей страны.

#### **СОЗДАНИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ КАФЕДР И ЛАБОРАТОРИЙ ВУЗАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ И В ВУЗАХ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ИХ ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА**

Это направление деятельности в стране функционировало еще во времена СССР. Более результативно его можно реализовать в вузах, имеющих ярко выраженную технологическую либо отраслевую ориентацию в подготовке кадров их образовательными подразделениями. Это могут быть направления сельскохозяйственные, строительные, транспортные, промышленные, сферы услуг. Здесь возникает вопрос – по чьей инициативе должны создаваться эти кафедры или лаборатории? Однозначно ответить на этот вопрос сложно, поскольку низкая результативность в управлении социально-экономическим развитием страны и ее регионов зависит от малой доли инициативных и квалифицированных руководителей в их общей массе с обеих сторон как в вузах, так и в государственном и муниципальном управлении.

По логике инициатива должна исходить от того уровня, в чьих руках финансы, но при этом их распределение должно происходить совершенно обоснованно на ключевые направления развития экономики. В основе целенаправленной работы по открытию кафедр и лабораторий и обоснования сфер их деятельности должны быть государственные документы, начиная от Концепции социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. (от 17.11.2008 г. № 1662-р). И если создание отмеченных выше отраслевых лабораторий или кафедр может быть четко ориентировано на цикл нерешенных и актуальных в этих отраслях для страны и регионов проблем силами отраслевых НИИ, ПКИ и технологических вузов, то по

проблемам социально-экономического развития страны и регионов, т. е. по межотраслевым проблемам, такую четкость требуется еще найти и обосновать, но опять же на уровне государственного или территориального руководства.

Имеющийся опыт создания и пятилетнего функционирования при кафедре менеджмента и маркетинга факультета управления ТНУ исследовательской лаборатории по проблемам маркетинга, завершился выселением этой лаборатории вместе с ее сотрудниками за пределы университета и разрывом договора об аренде помещения, использовавшегося также и для практики студентов. Аналогично в 2015 г. были закрыты «Центр международной кооперации в экономике и менеджменте» и «Центр опережающего развития», созданные на кафедре менеджмента и маркетинга, на счету которых были десятки международных образовательных проектов, а также проведение серии международных научно-практических конференций по проблемам опережающего развития и управления с изданием сборников материалов конференций и коллективных монографий. Поскольку в результате реформирования университета и освобождения специализированных помещений руководители этих центров получили возможность иметь в распоряжении стол и стул на кафедре, все материалы были утрачены. Попытки открыть новую НИР по проблемам опережающего развития территорий в регионе, по созданию научно-исследовательской лаборатории интеллектуальной поддержки социально-экономических проектов, по созданию совместного с НИИ научно-образовательного центра благосостояния и занятости населения не поддержаны в 2015 г. Приведенные примеры не единичны, не характеризуют общую тенденцию в университетах страны, непонимание значимости для экономики исследования рассмотренных выше предложений. Но именно такая ситуация лежит в основе инерционного варианта технологического развития экономики (рис. 2).

Поэтому в целях недопущения игнорирования на местах стоящих перед страной задач ускорения социально-экономического развития всех ее звеньев, очевидно, следует централизованно создавать такие лаборатории и центры с последующим мониторингом результативности их деятельности. Возможно, здесь будет также эффективным подход централизованного объективного выбора участников и руководителей таких подразделений среди результативных ученых и организаторов науки и инновационной деятельности, как было предложено ранее.

#### **АККРЕДИТАЦИЯ ВУЗОВ И АТТЕСТАЦИЯ КАДРОВ С УЧЕТОМ ОБЪЕМОВ И ЭФФЕКТИВНОСТИ УЧАСТИЯ В НИР И ОКР (ОПЫТНО-КОНСТРУКТОРСКИЕ РАБОТЫ) ПО ЗАКАЗАМ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО РЕЙТИНГУ**

Безусловно, каждый вуз должен иметь основу для ответа на вопрос: «Кому нужны ваши результаты?». Вместе с тем здесь есть опасность скатывания вузов во вчерашний день вместо работы на перспективные, опережающие даже сегодняшний день потребности. Конечно, и инициатива в этих вопросах нужна как со стороны предприятий, так и со стороны вузов, однако ее можно и не дожидаться. Вторая и главная проблема – отсутствие у предприятий специальных источников финансирования выполнения для них НИР.



Вместе с тем нельзя забывать главное предназначение вузов – подготовка и переподготовка кадров для отечественной экономики. В этом направлении, прежде всего, должны сотрудничать вузы с предприятиями. Предложения по обеспечению взаимодействия вузов, предприятий и органов местной власти для решения проблемы роста эффективности социально-экономического развития региона на основе постоянной актуализации компетенций персонала предприятий, расположенных на его территории, разработаны [16, с. 505–517]. Они могут быть реализованы через функции региональных органов налогообложения, экономики, труда и социальной защиты населения, включая центры занятости. Ключевую роль призваны сыграть вузы региона, возрождающие систему непрерывного образования.

#### **ПЕРЕПОДГОТОВКА ПЕРСПЕКТИВНЫХ КАДРОВ ВЫСШЕГО ЗВЕНА УПРАВЛЕНИЯ УНИВЕРСИТЕТОВ В ЗАРУБЕЖНЫХ ВУЗАХ НА УРОВНЕ МАГИСТРАТУРЫ И АСПИРАНТУРЫ**

Перспективным подходом для наших вузов является прохождение предметно ориентированных зарубежных стажировок перспективными кадрами высшего звена управления университетов с разработкой по результатам таких стажировок проекта реструктуризации сферы своей деятельности с учетом опыта зарубежных университетов, с оценкой экспертной комиссии реальности, эффективности и перспективности проекта.

#### **ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ И ПЕРЕПОДГОТОВКА УПРАВЛЕНЦЕВ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ, ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ, ИХ МОТИВАЦИЯ ЧЕРЕЗ ЦЕНТРЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

В условиях современных реалий руководители всех звеньев управления имеют возможность повысить квалификацию как за рубежом, так и в своей стране. Важнее вопрос эффективности и результативности каждого мероприятия по повышению квалификации. Поэтому в каждом звене управления руководители должны взять под свой контроль, но с помощью специально создаваемой экспертной комиссии, результативность таких стажировок. Методы оценки эффективности функций по управлению страной и ее регионами давно используются в экономических исследованиях, поэтому обучить им руководителей всех звеньев руководства экономикой при повышении квалификации – это вполне реальная задача [16, с. 206–208, 585–587]. Поскольку группа таких методов охватывает целый комплекс взаимосвязанных аспектов, возможна разработка методических и инструктивных положений для всех звеньев экономики по оценке эффективности их функционирования и результативности управления ими. Главное, найти в стране заинтересованную в этом организацию, которая сможет мобилизовать коллектив ученых или практиков, способных выполнить такую работу, профинансировать ее и реализовать. Возможно, здесь же должен быть сформирован механизм мотивации всего этого процесса. Чья это функция? Кто этот специалист? Это должно быть

звено в Правительстве, ответственное за реализацию Стратегии инновационного развития России.

**РАЗВИТИЕ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ НА БАЗЕ СЕТИ ИНТЕРНЕТ, ЭЛЕКТРОННЫХ БИБЛИОТЕК, ГОСУДАРСТВЕННОГО, МУНИЦИПАЛЬНОГО И УНИВЕРСИТЕТСКОГО УРОВНЕЙ**

В настоящее время непрерывное образование существует преимущественно в очно-заочной форме как второе высшее образование. На этой основе достаточно легко можно сформировать его развитие в дистанционной форме на базе сети Интернет. Естественно, для этого потребуются большая подготовительная методическая работа, в рамках которой можно провести некоторую реорганизацию и совершенствование учебного процесса. К примеру, при решении задачи обучения в магистратуре можно четко выделить модули подготовки магистров производственной деятельности, научно-исследовательской и педагогической с соответствующей сертификацией каждого из этих модулей обучения.

**ВЫВОДЫ**

Совокупность мероприятий по обучению инновационной деятельности позволяет сформировать необходимые компетенции по ее осуществлению, что является важным условием осуществления стратегии инновационного развития. Анализ реальной деятельности коллектива преподавателей факультета управления ТНУ в период 1994–2015 гг. и ранее более чем в 20 международных образовательных проектах показал подготовленность большинства современных молодых и опытных преподавателей к условиям работы, а студентов и аспирантов – к обучению на уровне международных стандартов.

Стажировки преподавателей, аспирантов и студентов в университетах Хантсвилла, Ферфакса (США), Хельсинки, Ваассы (Финляндия), Ниццы, Перпиньяна, Лиона, Парижа (Франция), Коимбра (Португалия), Будо (Норвегия), Болоньи, Генуи, Рима (Италия), Кордобы (Испания), Берлина, Мерсебурга, Штутгарта (Германия), Бредфорда, Манчестера (Великобритания), Брюсселя, Намюра (Бельгия), Эйндховена (Голландия), Векша (Швеция), Вильнюса (Литва), Тарту (Эстония) и др. позволили подтвердить: достаточно высокий уровень организации и управления процессами международной деятельности на отдельно взятом факультете управления ТНУ; результативность мотивации преподавателей и сотрудников факультета управления в повышении уровня их компетенций; значимость и привлекательность факультета на международной образовательной арене. Все это позволило сотрудникам, преподавателям, аспирантам и студентам получить дополнительные умения и навыки международного общения и профессионального развития. Как результат, отдельные участники этих проектов сейчас работают в США, во Франции, в Норвегии, Италии, Люксембурге, Голландии и других странах мира. Преподаватели факультета управления несколько лет читали лекции студентам университетов Парижа (Франция), Хельсинки (Финляндия), Векши (Швеция), Хантсвилла (США).

Преподаватели, аспиранты и студенты, принимавшие участие в международных проектах, обычно с опережением на 2, 3 5 и более лет начинают применять в своей работе новые технические средства и современные образовательные технологии: от слайд-проекторов до мультимедийных проекторов, от презентаций результатов своих и коллективных исследований на семинарских и лекционных занятиях до межвузовских и международных веб-конференций, от публикаций скромных тезисов конференций до участия в формировании сборников материалов модулей учебных международных образовательных программ, от смарт-доски к 3D-принтеру [18, 23, 25, 26].

Освоение иностранных языков обычно ограничивалось индивидуальной работой с репетиторами либо курсами интенсивного изучения английского языка. На факультете управления ТНУ 15 лет велось преподавание деловых английского, французского, немецкого и испанского языков, функционировали клубы делового иностранного английского, французского, немецкого и испанского языков – всех четырех языков ЮНЕСКО.

Все перечисленное позволило осуществить приведенные ранее мероприятия по формированию компетенций инновационной деятельности (рис. 3) и сгруппировать их в 3 приоритетные направления.

Сложная проблема развития инфраструктуры общего и дополнительного образования для небольшого коллектива в 50–100 преподавателей и 1000 и более студентов вполне решаема только силами преподавателей – участников международных образовательных проектов. Так, с 1998 по 2013 г. благодаря постоянной активности всего лишь 7–8 человек на факультете управления ТНУ им. В. И. Вернадского были сформированы 5 компьютерных классов для студентов, укомплектованы компьютерами, мультимедийной и множительной техникой 7 кафедр, приобретены несколько тысяч томов современной учебной и научной литературы на русском, украинском, английском, французском, немецком и испанском языках, сформирована электронная библиотека университета.

Актуализация компетенций преподавателей, аспирантов и студентов возможна в течение каждых 3–5 лет на основе международных стажировок и обменов при выполнении соответствующих договоров и совместных с другими странами образовательных и исследовательских проектов, базирующихся на инициативе всего лишь 3–5 человек. Так, в 1994–2000 гг. число зарубежных стажировок составило 96, в 2000–2004 гг. – 137, в 2005–2009 гг. – 92, 2010–2014 гг. – 103. Кроме того, в эти же периоды студентам, аспирантам и преподавателям были прочитаны лекции, проведены мастер-классы и круглые столы силами зарубежных профессоров численностью более 100 человек за каждый период. Благодаря этому актуализация компетенций происходила не только во время отмеченных выше наших зарубежных стажировок, но и во время приезда зарубежных профессоров к нам в процессе их встреч с нашими студентами и преподавателями.

Также благодаря активности все тех же 3–5 человек с учетом международного опыта за последние 12–13 лет были разработаны 5 вариантов содержания и проведена апробация организации функционирования системы непрерывного

образования для работающего и неработающего экономически активного населения [16, 22, 23].

Именно это три группы мероприятий позволили подчеркнуть определяющую роль человеческого фактора в инновационном развитии образовательных процессов, в подготовке современных управленцев для предприятий и организаций. Известно, что всего лишь 2–3 % населения в мире повлияли на ключевые моменты развития человечества. Аналогично и в анализируемых реальных примерах деятельности образовательного коллектива за 25 лет его существования инновационно активными в направлении развития международной кооперации факультета были также только 3–4 % сотрудников, ведущих за собой весь факультет. Из нескольких сотен вовлеченных в международную деятельность аспирантов и сотрудников лишь 1 аспирантка проявила реальную инициативу в организации более десяти своих зарубежных стажировок в течение одного года, по результатам которых самостоятельно оформила договор о сотрудничестве между университетами и международный образовательно-исследовательский проект, функционировавший несколько лет даже без ее непосредственного участия. Остальные сотрудники либо добросовестно выполняли задачи проектов под руководством менеджеров и руководителей факультета, либо избегали их, не желая прилагать ни малейших усилий для выполнения интересной нетрадиционной развивающей работы.

Можно и нужно ли переломить такую объективную тенденцию проявления низкой доли инновационно активного населения на примере образовательных коллективов в научно-исследовательских организациях, в реальной экономике? Что порождает инновационную пассивность основной массы населения?

Ответы на эти вопросы можно найти в ряде намеченных Правительством России мероприятий, обеспечивающих формирование компетенций инновационной деятельности в образовательных процессах (рис. 3). Основой реализации большинства из этих мероприятий служат приоритетные из них: доведение уровня оплаты труда и его условий на уровень международных стандартов для преподавателей, ведущих на мировом уровне исследовательскую деятельность; эффективное стимулирование международной интеграции, академической мобильности студентов и преподавателей, отражение их в рейтинге; создание стимулов и условий непрерывного образования на основе переподготовки и повышения квалификации экономически активного населения; стимулирование удержания своих и привлечения зарубежных специалистов. Нерешенность этих четырех приоритетных мероприятий приводит в итоге к частичному или полному разрушению результатов по остальным 18 мероприятиям (рис. 3).

Кто может взять на себя ответственность за такой исход событий? Инновационно активные 3–4 % работников или остальные 96–97 %? Или всем нужно ждать, когда правительство централизованно само все решит и будет управлять этими процессами по всем 22 мероприятиям во всех отраслях деятельности в конкретных организациях?

В этой связи в сознании всплывает лозунг времен перестройки: «Критикуешь – предлагай! Предлагаешь – выполняй!». Также вспоминается эпизод того периода

времени, когда доцент вуза предложил директору НИИ для внедрения в практику десятков придуманных им формул в виду своей занятости преподавательской работой.

Сегодня это 2 самостоятельных, но взаимосвязанных направления – научно-исследовательская и опытно-конструкторская работа и инновационная деятельность по внедрению в жизнь результатов НИР и ОКР. На каком уровне их можно объединить, и могут ли одни и те же исполнители быть одновременно в этих двух направлениях деятельности? Ведь, если курица регулярно несет яйца, можно ли от нее ожидать дальнейшего их применения в кулинарии?

Ответы на все эти вопросы нужны и важны для поступательного развития экономики, но они требуют дополнительного исследования, в котором человеческий фактор и потенциал должны стать частью системы инновационного развития, а не эпизодом случайного проявления всеобщей закономерности низкой доли инновационно активной части населения.

Современная сложная, динамичная и противоречивая экономика требует постоянной актуализации человеческого потенциала, его инновационного развития как при обучении в университете, так и в последующем в любой сфере деятельности. Как показывает опыт международной деятельности, чем интенсивнее решается эта задача в университетах разных стран мира, тем эффективнее развивается их экономика, опережая другие страны.

Стажировки авторов статьи в университетах передовых стран мира по социально-экономическому развитию (Бельгия, Великобритания, Германия, Италия, Испания, Литва, Нидерланды, Норвегия, Португалия, США, Финляндия, Франция, Швеция и др.) позволили изучить их опыт непрерывной актуализации знаний и компетенций и максимально его использовать в университетах Крыма. Чтобы устойчиво и результативно реализовать в опережающем развитии отечественной экономики инновационную актуализацию человеческого потенциала, возникает потребность в осуществлении ряда рекомендаций, выходящих за пределы текущей деятельности преподавателей университетов.

К числу таких рекомендаций в первую очередь следует отнести необходимость создания при каждой кафедре университета одной или нескольких совместных с бизнесом или властью базовых научно-прикладных лабораторий. К их задачам можно отнести проведение практик студентов, повышение квалификации работников бизнеса и власти, проведение совместных научных исследований для решения остро актуальных проблем социально-экономического развития.

В целях реализации модели прикладного бакалавриата рекомендовать по всем экономическим и управленческим направлениям разработать для завершения каждого учебного семестра предложения по сертификации полученного студентами объема знаний и умений как низовой профессии служащего предприятий и органов местного самоуправления (от секретаря до референта руководителя).

Рекомендовать Министерству образования и науки на конкурсных условиях создать виртуальный НИИ проблем инновационного развития и актуализации компетенций профессорско-преподавательского состава Высшей школы субъектов федерации России и поставить во главу исследований этого НИИ формирование

бюджетных вариантов модели опережающего социально-экономического развития России и ее регионов.

**Список литературы**

1. Бузни А. Н. Инновационная стратегия в научных организациях. К.: Нива, 1998. 167 с.
2. Бузни А. Н. Формирование инновационной стратегии в условиях региональной экономики. Донецк: НАН Украины, Ин-т экономико-правовых исследований, 1999. 51 с.
3. Бузни А. Н., Карлова А. И. О концепции опережающего развития общества // Учёные записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия: Экономика и управление. 2013. Т. 26 (65). № 2. С. 9–16.
4. Бузни А. Н. О модели интеграции науки, образования и производства // Сучасні проблеми науки та освіти. Матеріали 2-ї міжнародної міждисциплінарної науково-практичної конференції 27 червня – 4 липня 2001 р., м. Керч. В 2-х частинах. Частина 1. Харків: Українська Асоціація «Жінки в науці та освіті». 2001. С. 57–58.
5. Бузни А. Н., Ткаченко О. В. Инновации и инвестиции как взаимосвязанные составляющие экономической стратегии предприятия // Актуальные вопросы развития инновационной деятельности. Материалы VI международной научно-практической конференции. Симферополь: Сонат, 2002. С. 94–95.
6. Бузни А. Н. Классификация составляющих инновационной предпринимательской деятельности в туризме // Опережающее управление социально-экономическим развитием регионов – инновационное обеспечение: материалы Международной научно-практической конференции / науч. ред. В. А. Подсолонко. Симферополь: ДИАЙПИ, 2011. С. 217–219.
7. Бузни А. Н. Национальная инновационная система как инструмент повышения эффективности экономики Украины // Пути и механизмы управления эффективным развитием национальной экономики в современных условиях: материалы междунар.-пр. конф. / под ред. О. П. Добровольской. Симферополь: Доля, 2012. С. 117–120.
8. Василенко В. А. Упреждающий менеджмент и управление изменениями в экономических системах // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. Вып. 30. Экономические науки. Симферополь: НИЦ КИПУ, 2011. С. 91–97.
9. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А., Подсолонко М. В. Государственные инициативы по развитию в Украине информационного общества // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. 2012. Т. 2. № 25 (64). С. 96–108.
10. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А., Подсолонко М. В. Индикаторы влияния занятости населения на эффективность развития экономики в регионах // Учёные записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия: Экономика и управление. 2011. Т. 3. № 24 (63). С. 78–101.
11. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А. Интеграция международного образовательного потенциала в формирование деловых и исследовательских умений и навыков магистров менеджмента // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2013. Т. 2. № 3. С. 286–293.
12. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А. Концептуальные основы кластерной организации развития крымского рекреационного макрорегиона // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. Т. 10. № 1. С. 83–94.
13. Podsolonko V. A., Podsolonko E. A. Conceptual foundations of cluster organization of Crimean recreational macroregion // Modern problems of service and tourism. 2016. V. 10. № 1. P. 83–94.
14. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А., Осипова С. С. Обеспечение опережающего развития экономики на основе усиления ее инновационной компоненты // Учёные записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия: Экономика и управление. 2011. Т. 4. № 24 (63). С. 225–232.

15. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А. Стратегия роста конкурентоспособности экономики Украины и ее регионов // Учёные записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия: Экономика и управление. 2013. Т.2. № 26 (65). С. 88–98.
16. Подсолонко Е. А. Региональная экономика: конкурентоспособность и управление компетенциями. Симферополь: Крымучпедгиз, 2007. 642 с.
17. Подсолонко В. А. Опережающее управление устойчивым развитием экономики: монография. Симферополь: ДИАЙПИ, 2012. 400 с.
18. Подсолонко В. А. Опережающее управление развитием экономики. Симферополь: Крымучпедгиз, 2007. 680 с.
19. Устойчивое развитие экономики: инновационное обеспечение: сб. материалов науч. исслед. / Под ред. В. А. Подсолонко. Симферополь: ДИАЙПИ, 2012. 400 с.
20. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А., Башта А. И. Опережающее управление развитием экономики: монография. Симферополь: Таврия, 1995. 230 с.
21. Крымские ситуационные задачи по менеджменту: учебное пособие / Под ред. Е. А. Подсолонко; 2-е изд., испр. и доп. Симферополь: СОНАТ, 2000. 232 с.
22. Управление человеческими ресурсами. Хрестоматия специализации: учебное пособие / Под ред. Подсолонко Е. А. Симферополь: Доля, 2005. 976 с.
23. Устойчивое развитие экономики: опережающее управление: коллективная монография / Под ред. В. А. Подсолонко. Симферополь: ДИАЙПИ, 2013. 698 с.
24. Устойчивое развитие экономики: электронное управление: сб. материалов научн. исследований / Под ред. В. А. Подсолонко, А. Бурмистрова, А. Г. Штеренхарца. Симферополь: ДИАЙПИ, 2013. 588 с.
25. SYLLABI COLLECTION. International Master Degree Program «Crisis Analysis and Decision Making in Ukraine», Editorial Board : Podsolonko V. A., Martovoy A. V. TNU. Simferopol. 2009. P 103.
26. Устойчивый менеджмент: сб. материалов учебн. модулей, методов и исследований / Под ред. В. А. Подсолонко, А. Бурмистрова. Симферополь: ДИАЙПИ, 2012. 734 с.
27. Электронная коммерция и электронное управления: учеб. пособие: сб. материалов учебн. модулей, методов и исследований. Проект Tempus ECOMMIS / Под ред. В. А. Подсолонко и А. Г. Штеренхарца. Симферополь: ДИАЙПИ, 2012. 730 с.
28. Подсолонко Е. А. Информационное обеспечение государственного регулирования экономики регионов Украины. Симферополь: Таврия, 1996. 246 с.
29. Экономика окружающей среды на Юге Украины (обучение менеджменту туризма и окружающей среды в Таврическом национальном университете имени В. И. Вернадского). Руководитель проекта профессор Н. Аггиа. Научные основы обучения менеджменту туризма и окружающей среды // Культура народов Причерноморья. 2001. Т. 1. № 18.
30. Подсолонко В. А., Подсолонко В. А. Устойчивое развитие экономики: результативность управления: монография. Симферополь: ДИАЙПИ, 2013. 592 с.
31. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А. Менеджмент: электронные коммуникации, консалтинг: учебное пособие. Симферополь: ДИАЙПИ, 2013. 394 с.

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 339.13

## **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ УНИВЕРСИТЕТА И ОБЩЕСТВА: ОБУЧЕНИЕ И ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ЭЛЕКТРОННОГО УПРАВЛЕНИЯ И ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ**

*Подсолонко Е. А.<sup>1</sup>, Буц Т. М.<sup>1</sup>, Идрисова Э. Р.<sup>1</sup>, Кертова К. А.<sup>1</sup>, Котьяш А. В.<sup>1</sup>,  
Петриловская Р.<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> *Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация*

<sup>2</sup> *Вильнюсский технический университет им. Гедиминаса, Вильнюс, Литва*  
E-mail: [epodsolonko@gmail.com](mailto:epodsolonko@gmail.com)

В статье представлен механизм процесса организации и выполнения тренингов, организованных в рамках международного образовательного проекта по интеграции общественности в процессы электронной коммерции. Выявлены проблемы и перспективы вовлечения целевых групп в процессы обучения и практического применения возможностей электронного управления.

**Ключевые слова:** проект, тренинг, электронная коммерция, целевая группа.

### **ВВЕДЕНИЕ**

Для жителей государств постсоветского пространства понятие «электронная коммерция» уже не новое. Тем не менее, большинство «электронно-неактивного населения» воспринимают это благо цивилизации как что-то еще мало изведенное, даже несмотря на то, что за последнее десятилетие в мире совершились громадные изменения, в результате которых электронная коммерция оказывает все большее влияние на жизнь человечества. Сегодня интерес к сети Интернет и, в частности, к вопросам, связанным с электронной коммерцией, не просто растет, а становится неотъемлемой частью жизни активного населения.

В целях расширения количества осознанных пользователей услуг, предоставляемых благодаря электронной коммерции, необходимо проведение официальных, прозрачных, информативных мероприятий, участие в которых позволит заинтересованным, но еще не вошедшим в круг активных пользователей достижений электронного управления и электронной коммерции жителей, практическим способом и на собственном опыте оценить существующие возможности и интегрировать их в повседневную жизнь.

### **ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ**

В рамках проекта «TEMPUS ECOMMIS» «Двухуровневые программы обучения электронной коммерции для развития информационного общества в России, Украине, Израиле», который выполнялся факультетом управления ТНУ [1, 2], группа студентов-магистров организовала и провела серию тренингов для жителей Крыма, среди которых можно выделить серию обучающих программ для трех целевых групп: школьники, домохозяйки, пенсионеры. Каждая целевая группа имеет свои особенности, которые выражаются, прежде всего, в потребностях,



степени восприятия новой информации, готовности к обучению, способности быстро и качественно реагировать на изменяющиеся условия внешней среды. Кроме этого для организации эффективного обучения организаторы тренингов должны обладать определенным набором личностных качеств, уметь использовать различные методики обучения, а главное – располагать необходимой актуальной информацией. Следовательно, процесс обучения в рамках данных тренингов происходит двояко – обучение участников и повышение уровня компетенций организаторов – исполнителей мероприятий. На основе данных, поступающих в процессе подготовки и реализации проектов, а также на основе практического опыта необходимо сформировать систематизированный материал, позволяющий оценить слабые и сильные стороны, выявить закономерности и, что самое главное, предложить пути оптимизации и повышения эффективности дальнейшего осуществления данной деятельности.

Согласно данным Киевского международного института социологии (КМИС), в сентябре 2013 г. 49,8 % взрослого населения Украины пользовались Интернетом. По сравнению с развитыми странами Западной Европы и Северной Америки проникновение Интернета в Украине распространяется несколько медленнее. Например, сравнимый с Украиной уровень проникновения Интернета (56 %) был в США в мае 2013 г., только не среди всего взрослого населения, а в возрастной группе 65 лет и старше [3].

#### **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Цель исследования – систематизировать и проанализировать информацию, полученную в ходе организации и реализации тренингов, осуществленных в рамках проекта «TEMPUS ECOMMIS».

Для достижения цели необходимо решить ряд задач:

- выявление особенностей теоретической подготовки, необходимой для осуществления проектов;
- изучение особенностей осуществления проектов;
- анализ потенциальных проблем проектной деятельности с целью повышения ее эффективности.

В рамках курса «Управление инновационными проектами» под руководством д. э. н., профессора Подсолонко Е. А. были изучены работы, отражающие современные аспекты электронной коммерции: Рави Калакота «E-Business 2.0: road map for success» [4], Дон Тэпскотт «WIKINOMICS – How mass collaboration changes everything» [5], Филлипа Котлера [6]. Ключевой работой для успешного выполнения проектов была принята «Теория и практика электронной коммерции» Данна [7]. Большую роль сыграли труды [9–12], отражающие современные научные, методические и практические аспекты выполняемой деятельности в рамках проекта.

#### **1. ТРЕНИНГИ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ**

Серия индивидуальных тренингов, проведенных для целевой группы «школьники», осуществлялась в начале работы с целевыми группами. В рамках

данного проекта возникла идея создать информационную платформу под названием «Lifehacker для студентов и школьников» в самой популярной социальной сети на территории СНГ.

Для выявления уровня осведомленности о возможностях современных технологий сети Интернет и степени заинтересованности в использовании улучшения и оптимизации качества учебного процесса было проведено предварительное анкетирование школьников 8–11 классов. Как показала статистика проведенного опроса, ученики все чаще используют Интернет не для учебных целей, а в большей мере проводят время в социальных сетях. Именно эта информация подтолкнула к созданию бесплатной информационной платформы в социальной сети «ВКонтакте». На социальные сети приходится более 19 % всего времени, которое пользователи тратят в Интернете [8]. Это решение позволяет совмещать приятное времяпрепровождение с полезным, регулярно получая ценную информацию ненавязчивым способом.

Основная цель проекта – повысить осведомленность молодых людей (школьного возраста) о наличии в сети Интернет бесплатных ресурсов и программного обеспечения, полезного для обогащения процесса обучения.

Как показало предварительное анкетирование, учеников старшей школы в значительной мере интересует изучение иностранных языков, а также актуальная информация о получении грантов и стипендий для обучения в зарубежных учебных заведениях.

Внутри группы с самого начала реализации проекта была создана четкая иерархическая структура в соответствии со степенью ответственности, а также система контроля качества выполняемых заданий, что впоследствии облегчило оценку работы каждого члена команды.

Привлечение целевой аудитории к участию в тренинге и присоединению к группе «Lifehacker для студентов и школьников» происходило как с помощью личных знакомств, так и посредством Интернета.

Было проведено четыре индивидуальных тренинга с теоретической и практической частью для тех, кто откликнулся и высказал желание получить более подробную и детальную информацию по интересующим темам. Длительность тренинга составляла 75–90 минут.

В основе проекта лежал принцип «обучая других, обучаешься сам», авторство данной концепции различные источники приписывают чешскому педагогу-гуманисту Яну Амосу Каменскому. Многая информация представляла новизну для членов команды, и необходимо было детально вникнуть в суть вопроса, чтобы предоставить качественную и актуальную информацию молодым людям. Таким образом, помимо развития своих управленческих и организаторских способностей, организаторы тренинга осваивали дополнительные знания из различных областей.

Создание информационной онлайн-платформы в перспективе предполагает следующие результаты:

- 1) повышение осведомленности молодежи о преимуществах использования сети Интернет в целях обучения и достижения поставленных целей;
- 2) улучшение навыков и знаний школьников в сфере иностранных языков;

3) создание бесплатной информационной онлайн-платформы «Lifehacker для студентов и школьников»;

4) обеспечение участников обратной связью в режиме онлайн и выполнение запросов в поиске необходимой информации;

5) обновление контента в сообществе об актуальных международных программах, обучающем программном обеспечении, полезных сайтах для изучения иностранных языков, бесплатных онлайн-курсах на различных языках, статистической инфографике, нестандартных путеводителях, полезной информации для тех, кто любит путешествовать, опыте международных студентов.

В результате серии индивидуальных тренингов были достигнуты следующие результаты:

1. Все участники индивидуальных тренингов легко овладели навыками работы с онлайн-ресурсом Prezi.com и рассчитывают в дальнейшем пользоваться его преимуществами.

2. Все участники индивидуальных тренингов получили информационные буклеты и электронную версию тренинга.

3. Многие из участников сообщества посоветовали своим друзьям присоединиться к группе.

4. Некоторые участники группы принимали участие в обновлении информации в группе, добавляя полезную информацию или подборки проверенных полезных онлайн-сервисов.

Сложности, с которыми столкнулась команда во время подготовки и реализации проекта:

- Сложность в формировании единой группы школьников на тренинг из-за разницы в расписании и наличия факультативных занятий.

- Небольшая численность группы.

- Частичная непричастность к организации деятельности группы некоторых ее членов.

Для преодоления вышеуказанных сложностей были предприняты следующие меры:

- Проведение серии индивидуальных тренингов.

- Четкое распределение обязанностей и сроки выполнения заданий.

- Оценка деятельности каждого члена команды всеми участниками.

Изучение иностранных языков и получение международного опыта в области обучения являются актуальными, особенно во время глобализации, когда у молодежи есть многочисленные возможности. Однако без наличия определенных информационных ресурсов вышеуказанные процессы могут оказаться в значительной мере дорогостоящими. Именно по этой причине проект под названием «Lifehacker для студентов и школьников» является ценным ресурсом для молодежи, стремящейся к знаниям. В сообществе находится систематизированная информация на тему изучения иностранных языков с помощью бесплатных и нестандартных ресурсов, актуальная информация по получению грантов и стипендий в зарубежных университетах, а также занимательные статистические данные, которые расширяют кругозор учеников старшей школы. Будущее страны

находится в прямой зависимости от уровня знаний нынешних учеников, которым следует повышать свою конкурентоспособность со школьной скамьи.

## **2. ТРЕНИНГИ ДЛЯ ПЕНСИОНЕРОВ**

Целевая группа следующего тренинга была представлена пенсионерами. Проведенное анкетирование определило возрастную категорию от 55 до 70 лет. Данная социальная категория имеет ряд особенностей в силу определенных социальных, материальных и физических факторов.

Группа участников тренинга была сформирована по следующим принципам: по возрастному признаку; по территории поиска и формирования (места наиболее частого пребывания пенсионеров); по навыкам работы на компьютере и с банкоматами; на основе анкетирования (основная задача анкеты – определить уровень осведомленности респондентов о возможностях электронной коммерции и их готовность обучаться).

При помощи предварительного анкетирования были получены данные, опираясь на которые можно сделать вывод о том, что большинство лиц пенсионного возраста имеет доступ к компьютеру, меньшая часть респондентов имеет возможность пользоваться Интернетом. Кроме этого можно отметить, что у исследуемой категории населения имеется явная потребность в осуществлении некоторых операций более легким путем, чем предварительное прохождение ряда инстанций, ожидание в очередях, документационная волокита и т. д. Тем не менее, несмотря на эту положительную статистику, большинство пенсионеров не предпринимает решительные шаги в освоении новых технологий. Более того, значительная часть респондентов преднамеренно игнорирует их. Из этого следует, что для решения данной проблемы необходимо предпринимать такие меры, которые будут предоставлять возможность напрямую, непосредственно обучать и воспитывать более рациональный тип мышления у пенсионеров.

С помощью данной работы пожилым людям была предоставлена возможность попробовать себя в сфере электронной коммерции для облегчения повседневной жизни, т. е. главная цель данного проекта – повысить компьютерную грамотность и помочь людям старшего поколения избавиться от страха пользования банкоматами, терминалами, персональными компьютерами, возможностями, предоставляемыми через Интернет.

Также можно выделить конкретные специфические цели:

- анализ знаний и умений работы целевой аудитории со средствами платежа и выдачи наличных денег, с компьютерами;
- обоснование целей данного проекта, определение его важности, предоставление базовых понятий в сфере электронной коммерции, подготовка участников к практической части тренинга;
- освоение навыков работы с электронными средствами на практике;
- закрепление полученных знаний и самостоятельная работа.

Главная цель и подцели данного проекта сводятся к выполнению следующих задач, требующих практической реализации – осуществить все поставленные цели,

а именно донести, объяснить и показать целевой аудитории теоретическую и практическую части тренинга:

- Теоретические задачи: исследовать особенности целевой аудитории, выявить интересы и определить оптимальный способ взаимодействия с ней; подготовить наглядный материал.

- Методические задачи: выявить психологические пути воздействия на участников с целью достижения максимального эффекта от тренинга; установить зависимость между результатами анкетирования и реальными количественными и качественными показателями.

- Практические задачи: научить участников тренинга пользоваться основными видами услуг электронной коммерции путем наглядного примера, научить пользоваться банкоматами и терминалами быстрой оплаты, познакомить с некоторыми полезными интернет-ресурсами для пенсионеров.

В процессе подготовки и реализации проекта организаторы столкнулись с рядом проблем и недостатков:

1. Недоверие аудитории к теме тренинга. Электронная коммерция у пенсионеров может вызывать ассоциации с мошенничеством, т. к. они не обладают достаточным количеством информации о ее преимуществах и безопасности.

2. Непосредственно поиск аудитории. Возникла сложность в мотивации пенсионеров принять участие в тренинге.

3. Проблема с доступным объяснением механизма работы электронной коммерции для начинающих пользователей ПК и систем массового обслуживания.

4. Ограниченность во времени проведения тренинга. Пришлось сжать преподносимый материал и опустить некоторые важные моменты тренинга.

Меры, направленные на улучшение процесса:

1. В момент приглашения потенциальных участников на тренинг организаторы максимально точно старались выразить, насколько он будет полезен в дальнейшем. Данная задача была успешно выполнена.

2. На каждом этапе проекта проводились совещания с целью выяснения мнения членов группы о недостатках проводимых процессов, учет предложений к совершенствованию.

3. По окончании проекта каждому участнику были выданы буклеты (в виде пособия для дальнейшего пользования), а также сертификат, подтверждающий участие в проекте.

Резервы:

1. Проект был проведен успешно. Осталось время для закрепления материала, выявления интересующих проблем, определения направлений следующих тренингов для данной аудитории.

2. Бюджет проекта позволил реализовать запланированные мероприятия, все затраты были обоснованы.

3. Участники проекта работали эффективно. Загруженность каждого из организаторов была полной и функциональные обязанности каждого были обоснованы.

В процессе проведения тренинга организаторы столкнулись с рядом психологических проблем, большинство из которых возникали на почве разницы в возрасте с участниками. Однако желание выполнить процесс на высоком уровне, хорошая подготовка, гибкость и адаптивность позволили организаторам проекта преодолеть все трудности и успешно выполнить запланированные мероприятия. Кроме этого, от многих респондентов (участников анкетирования) и непосредственных участников тренинга поступили выражения благодарности. Участники были довольны полезно проведенным временем и польщены вниманием к их проблемам со стороны молодежи. Организаторы обменялись координатами с участниками для дальнейшего сотрудничества, поиска новых тем для сотрудничества и решения возможных проблем.

### **3. ТРЕНИНГ ДЛЯ ДОМОХОЗЯЕК**

Следующий тренинг был организован для домохозяек (от 20 лет) – лиц, которые постоянно или временно не трудоустроены, находятся в декретном отпуске, отпуске по уходу за ребенком, либо по другим причинам вынуждены находиться дома.

Ключевая цель данного тренинга – повысить уровень осведомленности целевой аудитории о наличии полезных в быту интернет-ресурсов, а также научить участников пользоваться ими. Основная задача – предоставить возможность получить практический опыт пользования необходимыми сайтами, индивидуально помочь каждому участнику. Организаторы поставили перед собой задачу получить опыт практического обучения данной целевой аудитории и научиться результативно работать в команде.

Для того, чтобы собрать целевую аудиторию, команда воспользовалась несколькими методами: привлечение знакомых, поиск участников через СМИ (объявления в сети Интернет и в периодических изданиях г. Симферополя), а именно:

- на сайте ТНУ (раздел новостей, графа «Анонс»): информирование о предстоящем тренинге с приглашением всех желающих;
- в СМИ: заметки в газетах «Крымская газета» и «Комсомольская правда. Крымский выпуск», раздел «Афиша»;
- в социальной сети «ВКонтакте»: объявления в сообществе «Новости Симферополя» и других создано мероприятие, в котором можно было узнать дополнительную информацию о тренинге;
- на портале «В городе», г. Симферополь, в разделе «Афиша»;
- на портале «События Крыма», г. Симферополь.

Самым эффективным способом информирования общественности о предстоящем тренинге оказались бесплатная публикация заметки о тренинге в газетах «Крымская газета» и «Комсомольская правда. Крымский выпуск», так как большинство участников тренинга узнали о нем из этих газет, в свою очередь создание мероприятия в социальной сети «ВКонтакте» стало первоначальным шагом по продвижению тренинга. Благодаря этому журналисты некоторых

Симферопольских интернет-порталов узнали о предстоящем тренинге и представили информацию в СМИ.

В результате проведения тренинга участники получили навыки:

1. покупок и продаж в Интернете;
2. поиска вакансий в Интернете;
3. поиска новых кулинарных рецептов;
4. скачивания, хранения, получения и передачи данных мультимедиа;
5. пользования средствами электронной коммерции и электронного управления.

По окончании тренинга участниками были заполнены анкеты эффективности. Результаты данного опроса таковы:

- 62 % опрошенных ответили, что узнали для себя много нового и полезного, 38 % признали, что лишь часть информации была полезна;
- 100 % участников ответили, что тренинг был информативный, полезный и понятный;
- 100 % респондентов будут применять полученные знания и умения;
- 77 % теперь смогут совершать покупки через интернет, для 23 % пока недостаточно информации для данных действий;
- Для 46 % тренинг был достаточно информативен, но для 54 % необходим дополнительный тренинг по данной тематике;
- 93 % опрошенных считают, что проведение подобных мероприятий полезно и необходимо, 7 % – что информация понятна и легкодоступна с первого раза;
- участники дали высокую оценку тренингу.

Проблемы и недостатки, с которыми столкнулись организаторы проекта:

1. проблематичность нахождения контакта с целевой группой при ее формировании;
2. различный уровень знаний и навыков пользования компьютером и сетью Интернет среди участников тренинга;
3. трудности, связанные с техническим оснащением.

Идея тренинга и материалы, которые были подготовлены, могут быть использованы в дальнейшем как студентами, которые будут в будущем проводить подобные тренинги, так и в рамках профессиональной деятельности организаторов проекта. Получив опыт проведения тренингов, работы в команде и дополнительные знания в области электронной коммерции, группа организаторов может проводить подобные мероприятия на более высоком уровне и для других целевых аудиторий (обучая других, студенты обучаются сами). Слушатели, принявшие участие в тренинге, повысили уровень знаний и получили навыки пользования компьютером, возможностями электронного управления и электронной коммерции.

## **ВЫВОДЫ**

Как показывает статистика, скорость распространения доступа к Интернет в России и Украине подобна скорости распространения Интернета среди пенсионеров в США. Главные проблемы в проникновении Интернета в образ жизни жителей

Украины и России остаются неизменными – это возраст и тип поселения. По-прежнему прослеживается линейная обратная зависимость между возрастом и использованием Интернета. Чем моложе группа населения, тем выше проникновение Интернета. Подобные разногласия существенно влияют не только на формы потребления информации, а и на ее содержание. Такое положение вещей является своеобразной угрозой углубления непонимания между поколениями.

Таким образом, проведя за один семестр три тренинга, участники проектной группы могут выделить несколько важных моментов:

1. Тренинг сложно провести одному человеку, т. к. уровень владения компьютерной грамотностью может отличаться в значительной мере даже среди участников одной целевой аудитории. Наиболее эффективными являются тренинги, когда имеется как минимум один тренер на двух участников.

2. До сих пор большая часть старшего поколения от 50 и старше не доверяет преимуществам пользования возможностями электронной коммерции в повседневной жизни. Данный вывод подтверждается тем, что объявление в газете о предстоящем тренинге оказалось в несколько раз эффективней, чем размещение анонсов в СМИ и в сети Интернет.

3. Поскольку во время проведения одного из тренингов группа организаторов столкнулась с технической проблемой (периодическое отсутствие соединения с сетью Интернет), то необходимо перед проведением всегда предусматривать все возможные риски и угрозы для того, чтобы заранее предотвратить их. Например, участники проектной команды на каждое выступление подготовили запасную презентацию в Microsoft Power Point, независящую от состояния Интернета.

4. Для проведения качественного тренинга необходимо, чтобы, кроме лектора, по определенной теме каждый член команды был ознакомлен в значительной мере со всем материалом, поскольку могут возникнуть совершенно разные вопросы у аудитории. На данном пункте работает принцип «обучая других, обучаюсь сам».

5. Опираясь на данные, полученные в ходе планирования, подготовки, организации, проведения и анализа трех реализованных проектов, можно сделать следующие выводы. Во-первых, общество явно нуждается в обучении и получении новых теоретических и практических знаний и навыков в разных областях, в частности, в сфере возможностей электронной коммерции.

Выполненные тренинги соответствовали интересам каждой целевой аудитории. Итоговые опросы показали актуальность, полезность и необходимость продолжения работы с населением. Выявленные проблемы, возникающие в процессе подготовки и реализации тренингов, позволили сформировать пути минимизации рисков и эффективного использования ресурсов.

### **Список литературы**

1. The official webpage of the Tempus project ECOMMIS [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ecommis.eu/>
2. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А., Подсолонко М. В. Государственные инициативы по развитию в Украине информационного общества // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия: Экономика и управление. 2012. Т. 25 (64), № 2. С. 96–108.



**ПОДСОЛОНКО Е. А., БУЦ Т. М., ИДРИСОВА Э. Р., КЕРТОВА К. А.,  
КОТЯШ А. В., ПЕТРИЛОВСКАЯ Р.**

3. Ravi Kalakota, Marcia Robinson. e-Business 2.0: roadmap for success, Addison-Wesley Longman Publishing Co., Inc., Boston, MA, USA, 2001. 520 p.
4. Don Tapscott and Anthony D. Williams. Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything. New York: Penguin, 2007, 320 p.
5. Philip Kotler, Dipak Jain und Suvit Maesincee. Marketing Moves, Harvard Business School Publishing Corporation, 2002. 193 p.
6. Dann S., Dann S. E-marketing: theory and application. PalgraveMacmillan. 2011. 474 p.
7. People Spent 6.7 Billion Hours on Social Networks in October // ComscoreDatamine [Электронный ресурс]. URL: <http://www.comscoreDatamine.com/2012/01/people-spent-6-7-billion-hours-on-social-networks-in-october/>.
8. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А., Подсолонко М. В. Государственные инициативы по развитию в Украине информационного общества // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия: Экономика и управление. 2012. Т. 2. № 25 (64). С. 96–108.
9. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А., Подсолонко М. В. Индикаторы влияния занятости населения на эффективность развития экономики в регионах // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия: Экономика и управление. 2011. Т. 3. № 24 (63). С. 78–101.
10. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А. Интеграция международного образовательного потенциала в формирование деловых и исследовательских умений и навыков магистров менеджмента // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2013. Т. 2. № 3. С. 286–293.
11. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А. Стратегия роста конкурентоспособности экономики Украины и ее регионов // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия: Экономика и управление. 2013. Т. 2. № 26 (65). С. 88–98.

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016.*

УДК 338.48

## АНАЛИЗ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

*Святохо Н. В., Высочина М. В., Османова З. О.*

*Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация*

*E-mail: [svyatokho@yandex.ru](mailto:svyatokho@yandex.ru)*

Статья посвящена актуальной проблеме формирования системы экономической безопасности туристического бизнеса как приоритетной сферы экономики Республики Крым. Рассмотрены подходы к определению туристических ресурсов, приведена их классификация с точки зрения экономической безопасности туристического бизнеса, а также проведен комплексный анализ ресурсного обеспечения экономической безопасности туристического бизнеса Республики Крым в современных условиях.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, туристические ресурсы, туристический бизнес, ресурсное обеспечение экономической безопасности туристического бизнеса.

### ВВЕДЕНИЕ

В условиях перехода большинства экономик развитых стран к постиндустриальному типу в современном мире все большее значение приобретают отрасли, связанные с оказанием услуг и способствующие росту конкурентоспособности отдельных регионов, стран и даже континентов. Одной из таких отраслей является туризм. Он приобретает все большую важность с точки зрения экономической безопасности национальной экономики. Туризм в Российской Федерации признан одной из приоритетных сфер национальной экономики, для развития которой наше государство обладает целым рядом предпосылок: это наличие уникальных природных и культурно-исторических ресурсов, имеющийся платежеспособный спрос со стороны туристов, богатый опыт оказания туристических услуг и многое другое.

С момента воссоединения Республики Крым с Российской Федерацией в марте 2014 года началось активное развитие всех отраслей и сфер региональной экономики в рамках реализации Стратегии социально-экономического развития Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года. Этот документ провозглашал приоритетом развития экономики полуострова именно туризм. Основной задачей на сегодняшний день является создание современной индустрии туризма в регионе, способной привлечь иностранных и отечественных туристов. Решение целого ряда экономических, организационных, социальных, правовых проблем в условиях сложной геополитической ситуации и проводимой в отношении Республики Крым политики санкций со стороны европейских стран и США является сложной проблемой, решить которую невозможно без формирования системы

экономической безопасности туристического бизнеса. Изучение особенностей внутренней структуры туристического бизнеса Республики Крым, интересов его основных участников и стейкхолдеров, ресурсного обеспечения и внешнего окружения в контексте экономической безопасности позволит четко выделить ключевые элементы такой системы. В настоящее время в отечественной и зарубежной науке практически не изучены вопросы формирования системы экономической безопасности туристического бизнеса региона с точки зрения специфики данного вида деятельности, не рассматривается архитектура такой системы и направления обеспечения экономической безопасности туристического бизнеса как сложного межотраслевого комплекса, способного оказывать и позитивное, и негативное воздействие на экономику определенного региона, что актуализировало разработку методических основ формирования системы экономической безопасности туристического бизнеса Республики Крым.

Система экономической безопасности туристического бизнеса имеет сложную многокомпонентную структуру с множеством как внутренних связей и зависимостей, так и отношений с внешней средой. При формировании системы экономической безопасности данного бизнеса необходимо учесть не только ее внутреннюю структуру и внешние связи, но и тот аспект, что эффективность такой системы определяется единством трех составляющих: ресурсного обеспечения, согласованности интересов определенных субъектов и противодействия угрозам различной природы. Современная экономическая наука широко трактует понятие «ресурсы». Сущность ресурсов раскрывается в работах таких ученых-экономистов, как И. Т. Балабанов [1], С. А. Бороненкова [2], В. И. Кириленко [3], Л. Г. Огорокова [4], М. А. Комаров, А. Н. Романов [5], И. И. Мазур, В. Д. Шапиро [6] и др.

В отличие от понятия ресурсов, понятие ресурсного обеспечения туристического бизнеса не получило широкого распространения в специальной научной литературе.

**Целью статьи** является комплексный анализ текущего состояния ресурсного обеспечения туристического бизнеса Республики Крым с целью выявления имеющихся недостатков и формулировки предложений по формированию максимально эффективной системы экономической безопасности туристического бизнеса.

## **ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ**

Традиционно деятельность любого предприятия (организации), в том числе туристического, рассматривается как сложный процесс целенаправленного преобразования факторов производства в конечный продукт (товар, услугу). Важнейшим из таких факторов являются ресурсы, значение которых определяется ролью, выполняемой ими для достижения целей предприятия. Учитывая, что туристский бизнес есть не что иное, как совокупность субъектов

предпринимательства, то ресурсы отдельных предприятий помогают в достижении целей данного бизнеса в целом.

Ресурсы как экономическая категория имеют множество подходов к определению их сущности. Некоторые авторы определяют ресурсы как средства, ценности, запасы, возможности, источники средств, доходов. В экономической литературе часто встречается отождествление понятий «ресурсы» и «факторы производства». Не отрицая наличия определенного родства этих понятий, необходимо четко выявить их отличия.

По нашему мнению, под ресурсами следует понимать совокупность запасов, источников, средств и предметов труда, которые есть в наличии у определенного субъекта и могут быть мобилизованы, приведены в действие и использованы для достижения целей этого субъекта. Наличие достаточного количества ресурсов соответствующего качества является главным условием реализуемости его нормального функционирования для достижения поставленных целей.

Следует отметить, что не существует единого мнения и по поводу классификации ресурсов. Так, в экономической теории ресурсы принято делить на четыре группы: природные, материальные, трудовые и финансовые [4]. Принимая во внимание повышение уровня информатизации общества на современном этапе его развития, некоторые авторы [5] предлагают дополнить существующую классификацию информационными ресурсами. По нашему мнению, эта позиция является верной с той точки зрения, что, во-первых, деятельность туристского бизнеса осуществляется в условиях информационной экономики, во-вторых, ценность информации как ресурса постоянно возрастает, а для некоторых организаций информация становится определяющим ресурсом.

А. П. Вереvченко [7] предлагает под информационными ресурсами понимать всю накопленную информацию о среде, в которой функционирует предприятие, зафиксированную на материальных носителях или в какой-либо другой форме, обеспечивающей их передачу в пространстве и времени между разными потребителями для решения научных, производственных, управленческих и иных задач предприятия.

Заслуживает внимания точка зрения на ресурсы предприятия, предложенная С. Ф. Покропивным [8]. К ресурсам предприятия он относит персонал, капитал и производственные фонды, нематериальные ресурсы и активы, оборотные средства и инвестиции. С. А. Бороненкова [2] рассматривает ресурсы как объект управления и выделяет в их структуре средства и предметы труда, трудовые ресурсы, финансовые ресурсы. И. Т. Балабанов [1] разделяет ресурсы предприятия на технические, технологические, трудовые, пространственные (территория, помещения, коммуникации), различая при этом финансовые ресурсы и финансовые возможности предприятия. К составу ресурсов предприятия автор также относит организационную структуру управления, но при всей правомерности такого авторского подхода его практическое использование может столкнуться с

определенными трудностями, связанными с разнородностью выявленных количественных и качественных классификационных признаков ресурсов предприятия.

В управлении проектами ресурсы – это все, чем распоряжается проект, в частности, трудовые, финансовые, материально-технические ресурсы, команда проекта, время, информация, знания и технологии, используемые в проекте [9].

По степени принадлежности предприятию К. С. Борзенкова [10] выделяет внутренние ресурсы, которыми распоряжается предприятие, и внешние, которыми в конкретный момент времени предприятие еще или уже не распоряжается. Что касается производственного процесса, ресурсы предприятия подразделяют на функционирующие и потенциальные. Функционирующие ресурсы представляют активную часть общих ресурсов, используемую в хозяйственном обороте. Потенциальные ресурсы – это выявленные, но еще не вовлеченные в операционную деятельность предприятия ресурсы. На наш взгляд, с точки зрения ресурсного обеспечения системы экономической безопасности туристского бизнеса интерес представляет классификация ресурсов, предложенная Л. Г. Окороковой [4]. Она классифицирует ресурсы в зависимости от их альтернативной ценности на общие ресурсы (альтернативная ценность данных ресурсов одинакова как в рамках деятельности предприятия, так и вне их); специфические ресурсы (альтернативная ценность данных ресурсов в рамках деятельности предприятия выше, чем вне их); интерспецифические ресурсы (не имеют альтернативной ценности за пределами предприятия).

В отличие от понятия ресурсов, понятие ресурсного обеспечения предприятия, отраслей не получило широкого распространения в специальной научной литературе. Наиболее традиционное определение трактует ресурсное обеспечение как процесс формирования целенаправленных воздействий [11]. С позиции логистического подхода ресурсное обеспечение деятельности предприятия – это процесс закупки разных видов ресурсов, необходимых для его непрерывной деятельности [12]. Но, несмотря на широкую популярность данного определения среди отечественных и зарубежных ученых, считаем его слишком узким и несоответствующим сущности ресурсного обеспечения системы экономической безопасности туристского бизнеса.

В самом общем смысле «обеспечение» означает совокупность действий, направленных на то, чтобы сделать что-либо возможным, осуществимым. Следует четко различать понятия «обеспечение» и «обеспеченность». Обеспеченность является производной от обеспечения и его мерилом, т. е. может показывать или характеризовать уровень или степень обеспечения. Кроме того, в отличие от обеспечения, обеспеченность имеет не процессный, а результирующий характер, т. е. характеризует его конечный или промежуточный результат. Определение уровня обеспеченности предприятия и туристического бизнеса может быть как

## *АНАЛИЗ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ...*

отдельной научной задачей, так и тесно связанной с формированием ресурсного обеспечения системы экономической безопасности туристического бизнеса.

Рассмотренные выше подходы к пониманию сущности ресурсного обеспечения предприятия дают возможность сформулировать собственное определение ресурсного обеспечения системы экономической безопасности туристического бизнеса, используя два основных подхода к пониманию сущности экономической безопасности какого-либо субъекта: опирающийся на состояние корпоративных ресурсов и опирающийся на эффективное их использование.

При формулировании определения ресурсного обеспечения системы экономической безопасности туристического бизнеса мы будем исходить из следующих соображений: во-первых, ресурсное обеспечение носит процессный характер; во-вторых, оно целенаправленно и его основная цель – надежная защищенность жизненно важных интересов субъектов туристического бизнеса от внешних и внутренних угроз; в-третьих, ресурсное обеспечение должно охватывать все уровни системы экономической безопасности туристического бизнеса и обеспечивать не только нахождение ее элементов в том или ином состоянии экономической безопасности в конкретных условиях места и времени, но и фиксировать и улучшать это состояние в перспективе с учетом принципов устойчивого развития на основе оптимального сочетания количественных и качественных характеристик применяемых ресурсов.

Таким образом, с учетом вышесказанного, ресурсное обеспечение системы экономической безопасности туристического бизнеса – это процесс поиска, выбора и использования ресурсов, а также создания административно-правовых, организационно-управленческих, технико-технологических, морально-психологических, информационно-аналитических условий, необходимых для пребывания субъектов туристического бизнеса в целом в том или ином состоянии экономической безопасности, дающий возможность в перспективе фиксировать и улучшать это состояние с учетом принципов устойчивого развития на основе оптимального сочетания количественных и качественных характеристик используемых ресурсов.

Рассмотренные выше подходы к классификации ресурсов предприятия требуют уточнения с учетом специфики производственного процесса в туристическом бизнесе, предполагающего оказание туристской услуги или создание туристического продукта.

В формировании и потреблении турпродукта участвуют следующие элементы:

- туристы – непосредственные потребители туристического продукта, которые индивидуально или в группах прибывают в туристическую дестинацию, потребляют туристические ресурсы, оплачивают стоимость пребывания, а также формируют основные потребности в турпродукте;

- хозяйствующие субъекты, составляющие туристическую инфраструктуру (средства размещения, лечения, питания, развлечения) и представляющие созданный человеком компонент туристического продукта;
- туристические ресурсы как природного, так и антропогенного характера;
- органы управления – территориальные органы власти, профессиональные ассоциации и союзы, занимающиеся разрешительной работой, информированием, вопросами стандартизации основных компонентов туристического продукта, а также регулированием спорных вопросов между основными группами заинтересованных сторон;
- посредники – юридические и физические лица, участвующие в формировании туристического продукта, занимающиеся привлечением туристов, их доставкой в туристическую дестинацию, осуществляющие взаиморасчеты и обратную связь между сторонами продукта.

Схематически процесс формирования и реализации туристического продукта представлен на рис. 1.

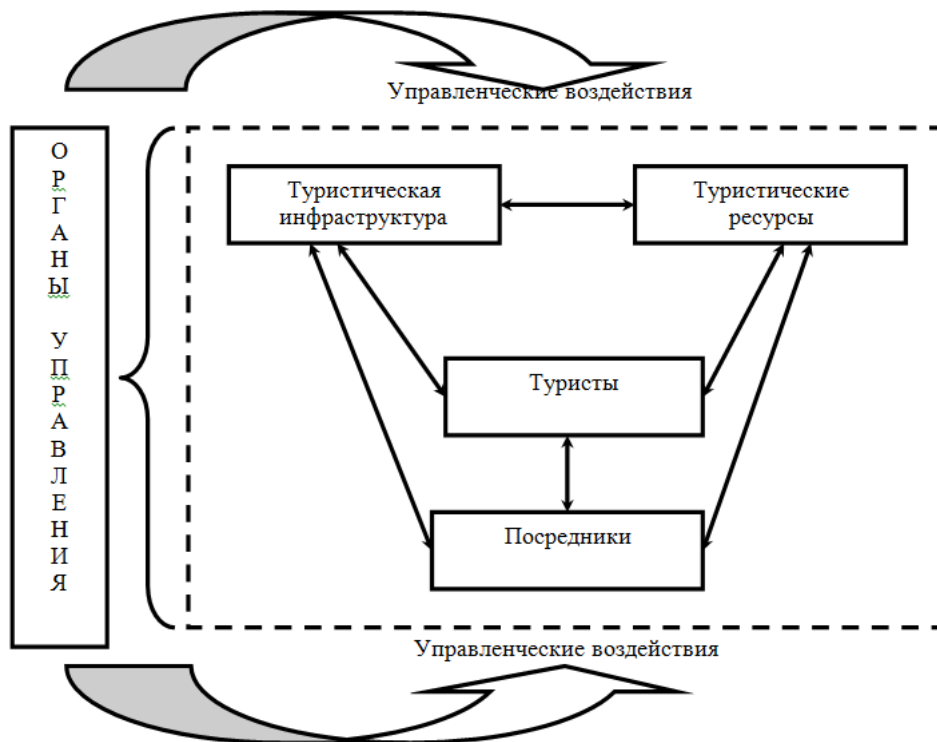


Рис. 1. Процесс формирования и реализации туристического продукта.  
Источник: составлено авторами.

## *АНАЛИЗ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ...*

Механизм взаимодействия субъектов туристического бизнеса в рамках туристской дестинации можно представить следующим образом: посредники привлекают туристов и организуют для них взаимодействие с хозяйствующими субъектами по поводу использования туристических ресурсов и инфраструктуры для потребления туристического продукта под контролем органов управления.

Следует отметить, что, в отличие от классических моделей В. С. Преображенского [13], мы ввели новых субъектов туристического бизнеса – посредников, которых в плановой экономике не существовало. В рыночной экономике данные субъекты необходимы, поскольку позволяют хозяйствующим субъектам туристического бизнеса сосредоточиться на обеспечении качества туристического продукта, а посредники занимаются привлечением потенциальных туристов в туристические дестинации, обеспечивают обратную связь туристов с турпредприятиями и хозяйствующими субъектами туристской инфраструктуры, а также организуют взаимодействие в рамках технологической подсистемы для усиления адаптивности турпродукта к потребностям туристов.

Туристский потенциал и туристские ресурсы дестинации определяют основные условия туристского предложения территории. При формировании различных видов туристского продукта в виде многообразных туристских услуг требуются соответствующие им туристские ресурсы. Для того, чтобы туризм начал развиваться в каком-либо регионе, необходимо наличие в этом регионе туристских ресурсов.

Существует несколько основных подходов к определению туристических ресурсов. По мнению Г. А. Карпового [14], туристские ресурсы – природно-климатические, социокультурные, исторические, архитектурные и археологические, научные и промышленные, зрелищные, культовые и иные объекты или явления, способные удовлетворить различные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил.

В источнике [15] под туристскими ресурсами понимают совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, которые можно использовать для создания туристского продукта.

Согласно Закону РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [16] природные, исторические, социально-культурные объекты включают объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил.

Туристские ресурсы можно разделить на следующие основные группы:

- 1) природно-географические (туристские территории, памятники природы, водные и воздушные ресурсы, флора и фауна);
- 2) культурно-исторические (объекты культурного и исторического наследия, музеи, памятники истории и архитектуры и пр. объекты культурного и исторического наследия, музеи, памятники истории и архитектуры и пр.);



3) социально-экономические (средства и условия осуществления туристской деятельности, в т. ч. финансовые ресурсы и инвестиции);

4) материально-технические (транспортные возможности, в т. ч. и инфраструктура, средства размещения, индустрия питания и развлечений, розничная торговля и т. д.);

5) трудовые ресурсы (кадры, работающие в туризме, и возможности их подготовки).

На наш взгляд, отдельным блоком следует выделить информационные ресурсы, включающие в себя нормативно-правовую базу, которая регулирует деятельность субъектов туристского бизнеса, статистическую информацию, базы данных, используемое специализированное программное обеспечение, интернет-технологии, реестры туристических ресурсов и т. д.

Первые две группы туристских ресурсов можно назвать основными, т. к. они являются первопричиной возникновения туристского спроса и, как следствие, создания туристского продукта, остальные – обеспечивающие, поскольку их основная функция состоит в освоении и использовании первых двух групп туристских ресурсов в ходе формирования и реализации турпродукта. На практике и основные, и обеспечивающие туристские ресурсы тесно связаны между собой и в ряде случаев трудноразделимы. В этом смысле их ценность (потребительская стоимость) состоит в удовлетворении разнообразных потребностей человека: духовных, познавательных, лечебно-оздоровительных и др. При этом важно отметить, что туристские ресурсы выполняют не только задачи текущего удовлетворения существующих потребностей личности, но и формируют новые потребности на различных этапах осуществления туристской деятельности.

Для анализа предпосылок формирования системы экономической безопасности туристического бизнеса Республики Крым считаем необходимым проанализировать текущее состояние его ресурсного обеспечения.

С момента воссоединения Крыма с Россией в марте 2014 г., что было оформлено Указом Президента Российской Федерации от 21 марта 2014 г. № 168 «Об образовании Крымского федерального округа» [17], перед полуостровом открылись новые перспективы развития, в том числе и в туристической сфере. Геоэкономическая характеристика произошедших процессов заключается в том, что наряду с курортами Сочи и Северного Кавказа Крым становится неотъемлемым элементом сформированного таким образом южного кластера гостеприимства РФ. Однако следует отметить, что развитие Республики Крым как курортно-рекреационного и туристического региона РФ, включая формирование системы экономической безопасности турбизнеса, требует несколько других подходов, чем для иных субъектов федерации с аналогичной специализацией, вследствие уникального географического и геополитического положения, сложившейся международной ситуации, политики санкций в отношении Крыма, особенностей туристско-рекреационного потенциала, неудовлетворительного состояния народного хозяйства в результате нахождения в составе Украины.

Среди природных туристских ресурсов Республики Крым можно выделить более 40 соляных озер, донные отложения которых сформированы грязевыми

## *АНАЛИЗ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ...*

залежами. В качестве перспективных месторождений для использования в санаторно-курортном лечении можно рассматривать 6 объектов (озера Сакское, Чокракское, Узунларское, Кояшское, Тобечикское, Джарылгачское), общие запасы лечебных грязей которых составляют 28,0 млн куб.м. В настоящее время на территории Республики Крым единственным разрабатываемым месторождением лечебных грязей является Сакское лечебное озеро.

Природные туристские ресурсы Крыма, наряду с благоприятными климатическими условиями и лечебными грязями, включают в себя также минеральные воды. Известно более 100 минеральных источников: хлоридные, кальциево-натриевые, термальные хлоридно-натриевые и другие. В настоящее время на территории Республики Крым эксплуатируются около 20 источников минеральных вод, в том числе в Саках, Евпатории, Ялте, Бахчисарайском районе (уникальные родоновые минеральные воды). Имеющиеся месторождения минеральных вод используются недостаточно, в основном для внутреннего и наружного применения в санаторно-курортных учреждениях. В Саках, Евпатории и Ялте оборудованы бюветы минеральной воды. Для промышленного розлива в настоящее время используется только скважина Сакского месторождения минеральных вод, расположенная на территории АО «Пивобезалкогольный комбинат «Крым» (минеральная вода известна под названием «Крымская») [18]. Помимо вышеперечисленного, к природным турресурсам Крыма относятся разнообразные ландшафты, Черное и Азовское моря, водные и лесные ресурсы. Например, общая протяженность береговой линии Республики Крым, пригодной для организации пляжного отдыха, составляет 452 км. Для массового отдыха людей на воде обустроено 560 пляжей. Протяженность береговой линии обустроенных пляжей Республики Крым составляет 103 км.

Что касается культурно-исторических туристических ресурсов, то на территории республики находится 11500 архитектурно-исторических и культурных памятников как местного, так и федерального значения. Таким образом, можно сделать вывод о высоком уровне обеспеченности Республики Крым основными туристскими ресурсами, что является положительным для формирования системы экономической безопасности регионального туристического бизнеса.

Обеспечивающие туристические ресурсы включают, прежде всего, средства размещения, туристические предприятия, санаторно-курортные учреждения, инфраструктуру (торговлю, развлекательные и досуговые центры, предприятия питания, транспорт и т. д.).

На территории Республики Крым расположено 770 коллективных средств размещения (санаторно-курортных и гостиничных учреждений) общей вместимостью 158,2 тыс. мест, из которых 144 учреждения предоставляют санаторно-курортное лечение, 216 объектов предоставляют услуги оздоровительного характера, остальные 410 учреждений – услуги по временному размещению. Таким образом, количество средств размещения, предоставляющих услуги лечения и оздоровления, составляет 361 объект.

Для круглогодичного функционирования предназначены 139 санаторно-курортных (в том числе 73 средства размещения государственной формы собственности Республики Крым) и 162 гостиничных учреждения.

Количество круглогодичных коллективных средств размещения недостаточно для реализации потенциала курортно-туристской сферы Республики Крым, работы туристско-рекреационных кластеров, постоянной занятости населения. Следовательно, для формирования эффективной системы экономической безопасности туристического бизнеса Республики Крым необходимо повысить уровень обеспеченности именно круглогодичными санаторно-курортными и гостиничными учреждениями для обеспечения стабильного туристского потока в течение года и получения доходов от данного вида деятельности за счет сглаживания негативного влияния фактора сезонности. Следует отметить, что помимо недостаточности ресурсной обеспеченности турбизнеса вышеуказанным видом обеспечивающих туристских ресурсов в количественном плане, их качественный уровень достаточно низок. Так, основные производственные фонды, включая медицинское оборудование, СКУ (в большинстве своем государственной (республиканской) формы собственности) изношены на 70–90 %, что требует разработки и реализации первоочередных мер по их модернизации.

С позиции развития туризма особый интерес представляет категория здравниц, в которых предоставляется санаторно-курортное лечение. Данная категория представлена следующими основными типами средств размещения: санатории, детские санатории, медицинские центры, пансионаты с лечением, гостиницы с лечением (рис. 2).

Отличительной особенностью территориального расположения специализированных санаториев является их концентрация в городском округе Ялта. При этом большинство детских санаториев сосредоточено в городском округе Евпатория.

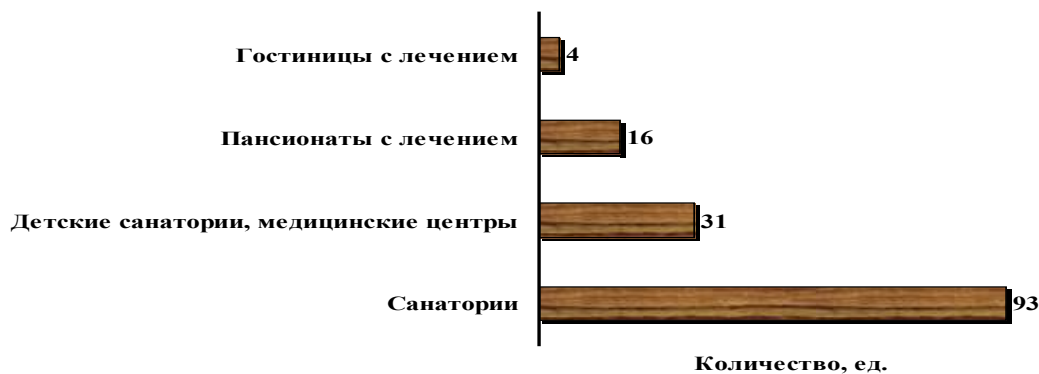


Рис. 2. Количество учреждений, предоставляющих санаторно-курортное лечение в Республике Крым.

Источник: сформировано авторами по материалам [18].

## *АНАЛИЗ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ...*

Категория учреждений, предоставляющих услуги оздоровительного характера, включает 216 объектов: пансионаты – 130, детские оздоровительные лагеря – 77, спортивно-оздоровительные комплексы – 8, образовательно-оздоровительный центр – 1 (предоставляются первичная консультация врача, SPA-услуги, программы диетического питания, есть пляж, бассейн, сауна и др.). В частности, SPA-услуги на территории Республики Крым предоставляют 42 учреждения. Кроме этого, на территории Республики Крым функционируют более 4,5 тыс. домовладений, предоставляющих услуги по временному размещению, и около 14 тыс. квартир-осдатчиков.

Делая общий вывод о ресурсной обеспеченности туристического бизнеса Республики Крым средствами размещения, можно сказать, что в целом оно достаточно, не считая круглогодичных SKU и гостиничных предприятий. Учитывая, что традиционно в коллективных средствах размещения за последние несколько лет размещалось в среднем 1,2 млн человек или 1454 человека на одно коллективное средство размещения в год (121 человек в месяц), то данные показатели свидетельствуют о недозагруженности имеющихся коллективных средств размещения [18]. Особое внимание при формировании системы экономической безопасности туристического бизнеса Республики Крым должно быть уделено улучшению качественных характеристик указанных объектов.

К материально-техническим туристическим ресурсам относятся также туристские предприятия – туроператоры и турагенты. В Республике Крым по состоянию на 01 июня 2015 года функционировало 354 субъекта туристской деятельности, из которых 88 туроператоров (внесены в Единый федеральный реестр туроператоров) и 266 турагентов (уведомили Роспотребнадзор о начале турагентской деятельности).

Анализируя другие материально-технические туристические ресурсы Республики Крым, следует отметить, что практически по всем из них в количественном измерении региональный туристический бизнес имеет достаточно высокий уровень ресурсного обеспечения и обеспеченности. Однако, например, вопросы обеспечения их приемлемого качественного уровня являются крайне актуальными на сегодняшний день.

Характеристика материально-технических ресурсов туристического бизнеса Республики Крым представлена в табл. 1.

Одной из основных трудностей ресурсного обеспечения туристического бизнеса Республики Крым некоторыми видами материально-технических ресурсов (в частности, полным спектром банковских и страховых услуг, которыми могут пользоваться туристы, жители региона, а также юридические лица и физические лица) является нынешний статус республики как субъекта Российской Федерации, который не признается большинством стран мирового сообщества, что стало причиной ввода ряда санкций, ограничивающих выход на крымский рынок многих крупных российских игроков. Для исправления сложившейся ситуации и в свете формирования системы экономической безопасности туристического бизнеса Республики Крым необходимо разработать и реализовать целый комплекс мероприятий в данном направлении.

Одним из важнейших ресурсов туристического бизнеса Республики Крым являются трудовые ресурсы. Вопросы формирования и использования трудовых ресурсов в Крыму имеют ряд специфических особенностей, определяемых географическим положением, возвращением депортированных народов, реформированием экономики и высвобождением квалифицированных рабочих и служащих из сферы материального производства [18].

Республика Крым – это трудоизбыточный регион. Среднегодовая численность населения Крыма в трудоспособном возрасте превышает 900 тыс. человек. Только треть общей численности экономически активного населения занята в реальном секторе экономики. Наибольший удельный вес экономически активного населения занято в торговле (почти 30 %) и в сельском хозяйстве (более 20 %). Всего в отраслях реального сектора экономики республики занято около 33 % всех работающих [18]. Численность экономически активного населения в возрасте от 15 до 70 лет в Республике Крым по итогам 2014 года составляет 878,1 тыс. человек. Уровень экономической активности населения в регионе составляет 60,3 %.

Республике Крым, которая совмещает в себе курортно-рекреационный, сельскохозяйственный и промышленный сектора экономики, присуща сезонная безработица, в основе которой лежит сезонный характер некоторых видов труда. Так, в 13 регионах Республики Крым, считающихся курортными (Раздольненский, Черноморский, Сакский, Симферопольский, Бахчисарайский и Ленинский районы, а также Евпаторийский, Ялтинский, Алуштинский, Судакский и Феодосийский регионы, города Саки и Керчь), анализ структуры квалификационного состава безработных показывает, что большая часть граждан, обратившихся в центр занятости, это обслуживающий персонал кафе, гостиниц, туристических баз и санаториев.

Таким образом, с точки зрения количественной обеспеченности туристического бизнеса региона трудовыми ресурсами наблюдается их избыток, однако качественный уровень специалистов данной сферы остается невысоким. Следует отметить, что стратегия развития образования Республики Крым провозгласила основной целью обеспечение конкурентоспособности на рынке труда выпускников учреждений среднего профессионального и высшего образования, в т.ч. специалистов турбизнеса. Для общественного питания и торговли готовят рабочие кадры в 21 учебном заведении среднего профессионального образования, для транспорта (автомобильный, водный, железнодорожный) – в 18, для сферы обслуживания – в 11 (парикмахеры, агенты по организации туризма и др.). Подготовку высококвалифицированных кадров на территории Республики Крым по состоянию на 01.05.2015 осуществляют 11 образовательных организаций высшего образования, в которых обучаются 42,8 тыс. чел. [18].

Ведущим научно-образовательным центром Республики Крым является Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», в

## АНАЛИЗ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ...

котором ведется подготовка менеджеров в гостиничном, курортном и туристическом бизнесе.

Таблица 1  
Характеристика материально-технических ресурсов туристического бизнеса  
Республики Крым

Наименование ресурса	Характеристика
1	2
Розничная торговля	<p>Функционирует 15062 стационарных объекта торговли, в том числе: 5174 объекта по реализации продовольственных товаров; 7377 объектов по реализации непродовольственных товаров; 2511 объектов по реализации смешанной группы товаров. В городах расположено 10306 объектов торговли (68,4 %), в сельской местности – 4756 (31,6 %).</p> <p>Общая торговая площадь стационарных объектов торговли – 1229,9 тыс. кв. м. Крупные торговые сети представлены супермаркетами «АТБ», «Фуршет», «Сельпо», «Яблоко», «Фоззи», «FM», Центром оптовой торговли «Метро», гипермаркетом «Ашан».</p> <p>В регионах республики функционирует 820 фирменных объектов торговли по реализации продукции крымских товаропроизводителей в рамках проекта «Покупай крымское». В период курортного сезона дополнительно открывается более 9 тыс. нестационарных объектов торговли. В регионах Республики Крым регулярно проводятся ярмарочные мероприятия.</p>
Транспорт	<p>Представляет собой развитую систему коммуникаций, в состав которой входят 6182,26 км автомобильных дорог общего пользования, 4 морских торговых порта (Керчь, Феодосия, Ялта, Евпатория), 2 паромные переправы, 2 гражданских аэропорта (в Симферополе и Керчи), развитая сеть железнодорожных путей, эксплуатационная длина которых составляет 645,3 км.</p> <p>В Республике Крым работает 173 пассажирских автоперевозчика, обслуживающих маршрутную сеть республики. Перевозки осуществляются на 732 автобусных маршрутах общего пользования, в т. ч. городских маршрутов – 203, пригородных – 275, междугородних – 254. Действуют 60 автостанций. Количество автобусов, используемых на пригородных и междугородних маршрутах общего пользования, невыходящих за границы республики, составляет 1096 ед., на городских маршрутах – 1366 ед. Структура автоперевозчиков, обслуживающих регулярные пригородные и междугородные автобусные маршруты регулярного сообщения насчитывает 112 ед., в т. ч. 68 предпринимателей – физических лиц и 44 юридических лица.</p>

Продолжение таблицы 1

1	2
	<p>В Республике Крым действует уникальный не только в стране, но и в Европе горный троллейбусный маршрут, соединяющий город Симферополь с городами Алуштой и Ялтой. Троллейбусные перевозки городского сообщения осуществляются в Симферополе, Алуште, Ялте, Керчи. Общая длина троллейбусных маршрутов Республики Крым – 368,2 км.</p> <p>Трамвайное движение в Республике Крым организовано в городе Евпатории. Трамвайная система включает в себя 5 маршрутов, в т. ч. один экскурсионный – «Трамвай желаний». Протяженность трамвайных линий составляет 20 км. На маршрутах работает 25 вагонов.</p>
Общественное питание	<p>Представлено большим количеством типов предприятий питания: рестораны, кафе, кафетерии, бары, шашлычные,пельменные, чебуречные, предприятия быстрого обслуживания и т. д., в т. ч. сезонного функционирования.</p>
Банковские учреждения и пункты обмена валют	<p>Всего на территории Крыма действуют 26 банков с 516 подразделениями. Из крупных банков в Крыму работает только акционерный банк «Россия». В Крымском федеральном округе количество внутренних структурных подразделений выросло со 188 (на 1 июня 2014 года) до 526 (на 1 декабря 2014 года). Функционируют такие российские банки: «Генбанк», «РНКБ», «Верхневолжский», «Крайинвестбанк», «Фиабанк», «Севастопольский морской банк», «Черноморский банк развития и реконструкции» и др.</p> <p>С 1 января 2015 года в Крыму закрылись все пункты обмена валют. Теперь обменом валюты в Крыму официально занимаются только банковские учреждения.</p>
Страхование	<p>На данный момент функционируют 6 резидентов-страховщиков: СК «Московия», «АльфаСтрахование», «Северная Казна», «Межбанковская Региональная Страховая Компания», «Русская Страховая Транспортная Компания» и «Центральное Страховое Общество».</p> <p>Автострахованием занимаются Российский Союз Автостраховщиков, который начал свою работу на полуострове с 5 мая 2014 года, открыв представительство, компании РСТК и «Северная казна». Сегодня в 16 городах полуострова открыты офисы продаж страховых полисов ОСАГО.</p>

Источник: составлено авторами по материалам [18]

Помимо этого, подготовкой кадров для туристического бизнеса республики занимаются ГБОУ ВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет», АНОО ВО «Крымский институт бизнеса», АНО ВО «Университет экономики и управления», НЧОУ ВПО «Феодосийская финансово-экономическая академия», ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской технологический университет», ГОАУ ВО РК «Таврический институт искусств и социокультурной деятельности» [18].

## АНАЛИЗ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ...

В соответствии с Законом Республики Крым от 14 августа 2014 года № 51–ЗРК «О туристской деятельности в Республике Крым» с 07 апреля 2015 года осуществляется предоставление государственной услуги «Аттестация экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников, осуществляющих деятельность на территории Республики Крым». По состоянию на 01 июня 2015 года аттестовано 9 инструкторов-проводников и 594 экскурсовода (гидов, гидов-переводчиков).

Что же касается социально-экономических ресурсов турбизнеса Республики Крым, необходимо отметить, что за девять месяцев 2014 года прямые иностранные инвестиции в экономику Крыма составили 26,2 млн долл. США, причем одним из приоритетных направлений вложений является туристический бизнес и санаторно-курортная сфера (рис. 3).

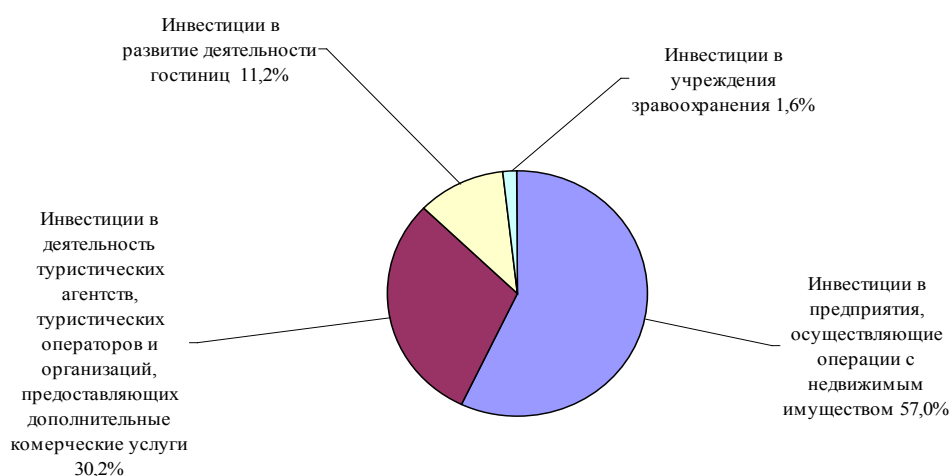


Рис. 3. Структура прямых иностранных инвестиций в Республику Крым за апрель–сентябрь 2014 г.

Источник: создано авторами по материалам [18].

В последние годы инвестиции в туристическую отрасль Крыма значительно возросли – в 2013 г. в строительство и реконструкцию отелей было вложено около 4,8 млрд руб., однако это все еще в 3 раза ниже валовых показателей Краснодарского края (13,3 млрд руб.). Как результат, сейчас Крым значительно отстает от курортов Краснодарского края по качеству инфраструктуры [18]. Одним из важнейших направлений инвестирования развития туристического бизнеса региона являются внутренние инвестиции субъектов предпринимательства в свою деятельность, однако



объемы таких вложений невысоки вследствие сложного финансового состояния инвесторов. Главным направлением внутренних инвестиций является модернизация основных производственных фондов. В целом, объемы внутренних и иностранных инвестиций в туристический бизнес недостаточны, однако они имеют тенденцию к росту, в том числе за счет реализации ряда государственных программ повышения инвестиционной привлекательности и улучшения инвестиционного климата Республики Крым.

Ресурсное обеспечение и уровень обеспеченности информационными ресурсами в Республике Крым можно признать удовлетворительным. Так, на территории региона функционирует оператор мобильной связи ООО «Ктелеком» (бренд Win Mobile), осуществляющий предоставление услуг подвижной радиотелефонной связи на всей территории. Основные предприятия в сфере информации и связи Республики Крым:

- ГУП РК «Крымтелеком», деятельность которого направлена на обеспечение стабильного и бесперебойного функционирования системы связи в Республике Крым, предоставление услуг фиксированной связи, доступа к сети Интернет населению, предприятиям, учреждениям, организациям всех форм собственности. Подразделения ГУП РК «Крымтелеком» имеются во всех городах, районах, районных центрах.

- ГБУ РК «Многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг Республики Крым», который позволяет гражданам получать самые разные услуги (получение паспорта, регистрация актов гражданского состояния, постановка на налоговый учет и пр.) в одном помещении и не взаимодействовать при этом с чиновниками непосредственно (открыты 46 «окон» территориальных структурных подразделений ГБУ РК «МФЦ», которые предоставляют 20 государственных и 14 муниципальных услуг).

Непосредственно информационные ресурсы в сфере туризма представлены 9 туристско-информационными центрами в 6 регионах (городские округа Евпатория, Саки, Судак, Феодосия, Черноморский и Ленинский районы). Кроме того, в Евпатории деятельность осуществляют 3 туристско-информационных пункта. Безусловно, качественная составляющая информационных ресурсов турбизнеса Республики Крым оставляет желать лучшего в связи с действиями таких внешних факторов, как санкции и нежелание в связи с этим выхода на крымский рынок коммуникационных услуг крупных российских операторов мобильной связи и интернет-провайдеров.

## **ВЫВОДЫ**

Подводя итоги, можно заключить, что количественные характеристики практически по всем видам используемых ресурсов в туристическом бизнесе Республики Крым могут быть признаны достаточными, однако уровень качества этих ресурсов в подавляющем большинстве случаев достаточно низок. Принимая во внимание данное обстоятельство, характер ресурсного обеспечения экономической безопасности турбизнеса Республики Крым может быть отнесен к граничному.

## **АНАЛИЗ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ...**

Учитывая, что количественные и качественные показатели ресурсного обеспечения экономической безопасности турбизнеса являются взаимосвязанными, но не взаимозаменяемыми, при формировании системы экономической безопасности регионального туристского бизнеса необходимо сконцентрироваться на улучшении качественных характеристик элементов ресурсного обеспечения для перехода к стабильному его характеру.

### **Список литературы**

1. Балабанов И. Т. Основы финансового менеджмента: учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2001. 526 с.
2. Бороненкова С. А. Управленческий анализ. М.: Финансы и статистика, 2001. 384 с.
3. Кириленко В. І. Мікроекономіка: навч. посібник для студентів економ. спец. вузів. К.: Таксон, 1998. 334 с.
4. Огорокова Л. Г. Ресурсный потенциал предприятий. СПб.: С-ПбГТУ, 2001. 293 с.
5. Ресурсный потенциал экономического роста / Под ред. М. А. Комарова, А. Н. Романова. М.: Путь России, 2002. 567 с.
6. Мазур И. И., Шапиро В. Д., Ольдерогге Н. Г. Эффективный менеджмент: учеб. пособие для вузов. М.: Высшая школа, 2003. 555 с.
7. Информационные ресурсы для принятия решений: учеб. Пособие / Под ред. А. П. Вереvченко. М.: Деловая книга, 2002. 560 с.
8. Економіка підприємства / За заг. ред. С. Ф. Покропивного. К.: КНЕУ, 2003. 608 с.
9. Управление проектами: справочное пособие / Под ред. И. И. Мазура и В. Д. Шапиро. М.: Высшая школа, 2001. 875 с.
10. Борзенкова К. С. Оценка экономического потенциала предприятия и повышение его использования: Автореф. дис... канд. экон. наук: 08.00.05. Белгород, 2003. 24 с.
11. Исаев А. В., Немчин А. М. Общая теория социально-экономических систем: учеб. пособие. СПб.: Бизнес-пресса, 2002. 176 с.
12. Ляшенко О. М. Концептуалізація управління економічною безпекою підприємства: монографія. Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2011. 400 с.
13. Преображенский В. С. Теория рекреологии и рекреационной географии. М., 1992. 352 с.
14. Карповой Г. А. Экономика и управление туристской деятельностью. Ч. 2: учеб. пособие [Электронный ресурс]. – URL: <http://studok.net/book/160-yekonomika-i-upravlenie-turistskoj-deyatelnosti-uchebnoe-posobie-karpovoj-ga/7-glava-4-turistskij-potencial-i-resursy-destinacii.html>.
15. Основные условия, факторы формирования и развития туристского региона [Электронный ресурс]. URL: <http://www.market-journal.com/problemieco/31.html>.
16. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 29.06.2015) [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12462/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/).
17. Указ Президента Российской Федерации от 21 марта 2014 г. №1 68 «Об образовании Крымского федерального округа» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rg.ru/2014/03/22/kfo-site-dok.html>.
18. Постановление Совета министров Республики Крым от 29 июня 2015 г. № 358 «О внесении изменений в постановление Совета министров Республики Крым от 09 декабря 2014 года № 501 «Об утверждении Государственной программы развития курортов и туризма в Республике Крым на 2015–2017 годы» [Электронный ресурс]. URL: [http://rk.gov.ru/rus/file/pub/pub\\_252243.pdf](http://rk.gov.ru/rus/file/pub/pub_252243.pdf).

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

UDC 336.6

## INVESTMENT SOURCES CHOICE

*Khrapko V. N.*

*V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russian Federation*  
*e-mail: [vkhrapko@yahoo.com](mailto:vkhrapko@yahoo.com)*

**Abstract:** When lump-sum investments made, the structure of firm capital is an important issue and different proportion equity and debt is possible. The profitability (NPV) of projects and market power of investor influences on the structure of investments.

**Key words:** capital structure, debt, equity, Miller-Modigliani theorem  
**JEL E22**

### INTRODUCTION

Economics as science is often defined as field that aims to understand the wealth creation and distribution efficiently when resources are scarce.

The standard economic theory is usually preconditioned by assumptions of a given system of preferences and complete knowledge of available means and ways to come to the best desirable result (Hayek (1945)) [1]. Apart from this classic theoretical approach, in the real economic life there are many issues that are related to imperfect knowledge of a situation esp. in the realm of investments. This imperfectness concerns actions of economic agents, their goals and ways to achieve them. As knowledge and information implicated in virtually all fields of economic actions, the research on the information impact is made in the different aspects.

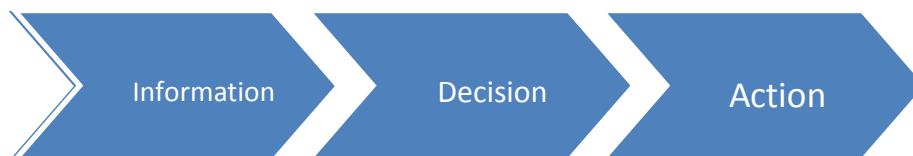


Exhibit 1. General decision schema

Informational economic issues traditionally deal with the following aspects of actions and interactions between economic agents:

- Price as informational signal (markets)
- Information and uncertainty (risk)
- Asymmetry of information (contracts)

When interacting economic agents send signals to each other and use a lot of ways to inform partners on their intentions, or (on the other hand) to hide what they want to do or to intent to do. The market prices are primary signals for market participants about goods and services proposed for sale. The price is observable, usually market participants knows current prices without problems, but the quality of goods or services circulating on market are difficult to perceive in some cases. When an entrepreneur wants to make a deal, his

private information may be of value for the counterpart but is hidden. Imperfect or asymmetric information situation explains inefficiencies of market and their failure.

Information pertains to the investment markets is an important issue because the result of investment decision heavily depends on the quality of investment projects and will be known only in the future. Securities market where investments goods circulate, asset prices may be a sufficient source of information for an investment decision only when markets are efficient (E. Fama, 1970) [2]. In other words, security prices are a signal of quality and reliability for investors and other sources are unnecessary.

There is still a question to discuss how information influences business choices of financial sources to be used. Let us outline some important issues that influence management choice when they decide what kind of finance to choose.

Miller and Modigliani (1958, 2011) [4] gave a variant of answer to the question. In particular, they argue that if preconditions listed below are fulfilled then the value of the assets is independent of investments structure that is the structure of capital has no importance. This assertion resides on these preliminary conditions:

- Security markets are efficient and well developed
- No uncertainty and no risks
- No taxes
- No barriers to get a loan, the same interest rate for all debts
- Absence of transaction costs and arbitrage is possible
- The goal of management is to maximize market value of the firm

Some of the listed above conditions are informational by their nature: market efficiency, known future profits, no risks, no uncertainty.

If one firm issued only shares, and another issued shares and bonds, in this case the value of both firms under consideration are equal and investors may invest without to take into the account the structure of firm capital. They may sell assets with higher prices and then buy cheaper assets with the same profitability making arbitrage.

So any proportion of debt and equity is appropriate as MM theorem allows, conditions are satisfied.

Usually if to take into consideration so called financial risk linked to debt and its tax exemption, then preferably debt is low.

From the point of view of investor, it is necessary to consider the effectiveness of new investment project. In a real economic situation, the conditions declared in the MM theorem usually are not fulfilled.

The difference between debt source and equity source exists and an investee knows about it. For example, in Russia as of 2008 the debt financing is about 12 %, far less comparing the 40 % of retained earnings and amortization source. In the table 1 the share of debt in investments changed from 17 % to 20 %, Total external funding became smaller: from 59 % in 2010 to 54,3 % in 2014.

## INVESTMENT SOURCES CHOICE

Table 1

Sources of capital funding in Russia (in percent)

Investments (in %)	2010 г	2012 г	2014 г
Equity (retained earnings etc.)	41,00	44,50	45,70
External fund sources	59,00	55,50	54,30
including			
Debt	17,40	15,70	20,50
Budget funding	19,50	17,90	17,00
Other sources	21,90	20,00	15,80
including in others			
Bonds issued	0,01	0,04	0,10
Shares issued	1,10	1,00	1,10

Source: Central Bank of Russian Federation

Myers (1993) asserts that there are several main stories explaining the structure of firm capital. In the discussion below the theory may explain at least the theory with NPV (static trade-off theory) as core concept and so called “pecking order theory” when internal sources are on the first place to choose.

**The goal of the article** is to define the conditions when the difference between investments sources matters using information about profit.

### MAIN PART

Basically, when comparing debt financing and equity financing, I use the planned future profit  $I$  of a project and investor’s desirable rate of return  $r$ . If an entrepreneur wants to start a new project, he has two possibilities to get a credit or issue additional shares inviting co-owners. For simplicity we fix the lump-sum investment equal to unity:  $I = 1$ .

We consider the market is efficient, so a firm value  $V$  is defined as product of profit  $\pi$  and discount factor  $1/(1 + r)$ :

$$V = \pi / (1 + r).$$

### *Equity financing*

When an investor chooses equity investment he gets a part of profit as a dividend and may get a share of value of the firm when selling his shares to others. In this case, the constraint to investment is the expected value must be more then invested money. If value consists of two projects – the assets in place (old project) that generates profit  $\pi_1$ , and a new project that generates profit  $\pi_2$ , then the total value will be  $V = V_1 + V_2$ . The participation condition for Investor is given below:

$$aV = a(V_2 + V_1) \geq I \quad (1)$$

where  $a$  is a share owned by the investor in the invested firm.

The share  $a$  has to comply with condition:  $\frac{(1+r)I}{\pi_1 + \pi_2} \leq a$  for the investor.

On the other hand, the investment recipient demands new value has to be

$$(1-a)V \geq V_1 \text{ or} \\ (1+a)V_1 \geq (1-a)V_2 + 1 \quad (2)$$

### ***Debt financing***

When the recipient prefers debt financing  $D = I$ , he demands the profit of new project has to cover both received debt  $D$  and interest  $i$ :

$$\pi_2 \geq D + i \quad (3)$$

The investor demand is more conservative: the value  $V_1$  of assets in place must cover both debt and interest  $i$ :

$$V_1 \geq D + i \quad (4)$$

### ***Mixed financing***

For the different condition existing on markets, there may be several situations. The investments of both kinds equity and debt exist in the area "E&D". There is also the area "E" where only equity financing is possible, and the area "D" where debt sourcing is available for the investee. In the area "N" no external financing exists at all. The cause of the last situation embedded in the insufficient level of the expected project profitability.

In the case the firm-recipient wants to get debt financing when its internal source is insufficient for the project and the project returns have to cover debt and percent payments.  $\rightarrow$

Here I demonstrate a decision process in the simplified situation with no taxes when the firm may obtain internal and external sources to fund its projects (the area "E&D"). The firm funds a new project by  $S$  (retained earnings) and  $B$  (debt funding from a bank as external source).

The recipient will try to find acceptable and possibly optimal partition of investment  $I$  into  $S$  and  $B$ :  $S + B = I$ . In this case the firm's profit  $\Pi$  for the new project presents:

$$\Pi(S, B) = (S + B)^\alpha - (1 + i)B = r \cdot V$$

The first additive  $I^\alpha = (S + B)^\alpha$  is the project production function - the source of profit, providing the unity price for the firm's product. The second one  $-(1 + i)B$  is the debt payment. As we use retained earnings, then we do not pay any price to the outside equity investor, then the cost is zero. Remark: in the classical financial management books

## *INVESTMENT SOURCES CHOICE*

the price of equity is equal to its market price, in our case we suppose that owners pay the price to themselves.

If the firm management decides to optimize profit, then  $B$  as the negative member must be minimized. In case of optimal debt  $B$ , the less debt  $B$  is made then the greater profit must be, hence  $B$  must be as low as possible and if the retained earnings are sufficient then debt  $B$  is zero. (cf. Myers (1993), [4]).

In the case when creditor has no sufficient information on the productivity level “ $\alpha$ ” he may propose several contracts with different levels of interest repayments providing auto selection conditions (see Khrapko (2009) [5]). In this case it is possible, that the firm recipient will not get debt investments at all, even the firm has need of credit for the project.

### **CONCLUSION**

If the conditions about information efficiency of the market are not applicable the decision on the structure matters for owners. In addition, if the firm is privately hold and has no shares trading on the market so the market price of equity is absent, then the firm profit is calculated using balance sheet. The use of retained earnings and amortization as the source for investments is free of charge and use of external debt funding is not attractive and necessary. In this case of “pecking order” investment story is more acceptable and the result of this may be illustrated by data in the table 1. The following algorithm may be recommended.

Algorithm for investment choice:

1. Use all internal sources for investment
2. If they cover the project funding, then start the project with own funds
3. If funds are not sufficient then try to find a creditor or issue bonds
4. If debt is insufficient then to invite new shareholders.

### **References**

1. Hayek F. The Use of Knowledge in Society // American Economic Review. XXXV, №. 4. P. 519.
2. Fama E. Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work // Journal of Finance, Vol. 25, May 1970, P. 383–417.
3. Myers S. C. Still Searching for Optimal Capital Structure // Journal of Applied Corporate Finance, 1993. Vol. 6, Issue 1, P. 4–14.
4. Миллер М., Модильяни Ф. Сколько стоит фирма? / Перевод с англ. 2-е изд. М.: Дело, 2001. 272 с.
5. Храпко В. Н. Моделирование кредитных отношений в условиях неопределенности кризис // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия: Экономика и управление. 2009. Т. 22 (61), № 2. С. 366–372.

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 65.01

## РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ КАДРОВЫХ РИСКОВ

*Цветкова И. И., Ботенко Т. А.*

*Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация*

*E-mail: [isandra@rambler.ru](mailto:isandra@rambler.ru)*

Проведен морфологический анализ понятий «кадровые риски» и «кадровая безопасность». Разработана методика, предназначенная как для оценки кадровых рисков в качестве самостоятельной задачи, так и для анализа вариантов возможных решений и выбора оптимальной альтернативы при формировании стратегии управления кадровой безопасностью предприятия. Определены стратегии кадровой безопасности, формируемые на основе предварительной оценки кадровых рисков.

**Ключевые слова:** кадровый риск, кадровая безопасность, оценка, вариант решения, стратегия управления кадровой безопасностью, ситуация неопределенности.

### ВВЕДЕНИЕ

На данном этапе развития экономики страны нерешенность многих проблем управления персоналом становится главным препятствием формирования рыночных отношений, порождает определенные деформации социально-трудовой сферы общества. Вместе с тем становится все более очевидным, что рост доходности и прибыльности бизнеса во многом обусловлен качеством стратегического управления персоналом предприятия. Изменение экономической и политической ситуации, деловые контакты организаций порождают все новые и новые виды рисков деятельности. Из всего многообразия рисков в целях исследования их влияния на стратегию управления персоналом организации важным представляется рассмотрение кадровых рисков и методов снижения их негативного воздействия.

Поэтому основной задачей в области управления персоналом становится разработка и реализация с учетом рисков внешней и внутренней среды и адекватной современным тенденциям развития экономики стратегии управления кадровой безопасностью, соответствующей специфике деятельности конкретного предприятия и целям его развития, согласованным с потребностями основных участников процесса управления.

Целью статьи является разработка методики, предназначенной как для оценки кадровых рисков в качестве самостоятельной задачи, так и для анализа вариантов возможных решений и выбора оптимальной альтернативы при формировании стратегии управления кадровой безопасностью предприятия.



## **ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ**

### **1. МОРФОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОНЯТИЙ «КАДРОВЫЕ РИСКИ» И «КАДРОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ»**

В настоящий момент существует множество определений кадрового риска, что связано с интеграцией этой категории практически во все сферы человеческой деятельности.

Так, Бадалова А. Г. понимает под кадровыми рисками такие операционные риски, которые лежат в человеческой природе каждой личности, но проявляются через поведение коллектива работников, объединенных в процессе производства [1]. По словам Копейкина Г. К. и Лапиной Н. А., кадровые риски – это риски, связанные с вероятностью реализации антропогенных угроз, то есть угроз, исходящих от людей [2]. Алавердов А. Г. считает, что кадровые риски – потенциальные потери или угрозы финансово-хозяйственной деятельности организации, связанные с деятельностью собственного персонала [3]. Пелих А. С. понимает кадровые риски как риски потерь, связанные с возможностью ошибки сотрудников, мошенничеством, недостаточной квалификацией, нестабильностью штата организации, как группу рисков, вытекающих из конфликта интересов управляющих и работников [4]. Цветкова И. И. рассматривает кадровые риски как любое действие или бездействие со стороны персонала предприятия; как степень опасности отклонения фактически реализованного уровня функционирования персонала от уровня, признанного адекватным поставленной цели организации, вследствие неэффективной работы по управлению персоналом; как явления или действия, приводящие к снижению ожидаемого эффекта от запланированных персоналом действий или отклонению от намеченных целей [5].

Таким образом, можно констатировать, что кадровые риски лежат в человеческой природе каждой личности, но проявляются через поведение коллектива работников, объединенных в процессе производства. Для более четкого определения понятия «кадровые риски» проведен морфологический анализ (табл. 1).

Из проведенного морфологического анализа термина «кадровые риски» можно сразу отметить, что четкого определения нет. Кадровые риски рассматриваются как собственно риски, как действие, мера и потери. Все определения с ключевым словом «риски» показывают, что причинами рисков является человек.

В качестве действия кадровые риски рассмотрел всего лишь один автор [5], который также считает, что причиной их возникновения являются проблемы, связанные с персоналом. Однако он говорит и об их последствиях: снижение ожидаемого эффекта от запланированных персоналом действий или отклонение от намеченных целей.

На основе проведенного анализа понятия «кадровых рисков» определим, что кадровые риски – это отклонение от намеченных целей или снижение ожидаемого эффекта от запланированного, которое происходит в результате любого действия или бездействия члена коллектива работников предприятия, объединенных в процессе производства.

## РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ КАДРОВЫХ РИСКОВ

Таблица 1  
Морфологический анализ сущности понятия «кадровые риски»

Ключевое слово	Интерпретация понятия
Риски	операционные, которые лежат в человеческой природе каждой личности, но проявляются через поведение коллектива работников, объединенных в процессе производства [1]
	связанные с вероятностью реализации антропогенных угроз, то есть угроз, исходящих от людей [2]
	потери, связанные с возможными ошибками сотрудников, мошенничеством, недостаточной квалификацией, нестабильностью штата организации [4]
	вытекающие из конфликта интересов управляющих и работников [4]
Действие	или бездействие со стороны персонала предприятия [5]
	или явление, приводящее к снижению ожидаемого эффекта от запланированных персоналом действий или отклонению от намеченных целей [5]
Мера	опасности отклонения фактически реализованного уровня функционирования персонала от уровня, признанного адекватным поставленной цели организации, вследствие неэффективной работы по управлению персоналом [5]
Потери	потенциальные или угрозы финансово-хозяйственной деятельности организации, связанные с деятельностью собственного персонала [3]

Далее рассмотрим понятие «кадровая безопасность». Детально данной проблемой занимались специалисты в области кадровой безопасности: Чумарин И. Г., Джобава А. А., Лапина Н. А., Кузнецова Н. В. и др. Наиболее четкое определение понятия «кадровая безопасность» принадлежит Чумарину И. Г., который утверждает, что кадровая безопасность – это процесс предотвращения негативных воздействий на экономическую безопасность предприятия за счет рисков и угроз, связанных с персоналом, его интеллектуальным потенциалом и трудовыми отношениями в целом [6]. Джобава А. А. под кадровой безопасностью понимает совокупность мероприятий, направленных на предотвращение противоправных действий или содействие им со стороны персонала предприятия [7]. Лапина Н. А. рассматривает кадровую безопасность как предотвращение негативных воздействий со стороны персонала компании на все элементы экономической безопасности [2]. Кузнецова Н. В. трактовала данное понятие с точки зрения сложной многоуровневой системы, в которой непрерывно происходят процессы взаимодействия и противоборства жизненно важных интересов работника, работодателя с угрозами этим интересам [8].

Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что не существует классического или единого понятия «кадровая безопасность». Данное определение

авторы рассматривают как процесс, как совокупность мероприятий и как направление. Однако все авторы подчеркивают, что главное, на что направлена кадровая безопасность – это предотвращение и ликвидация негативных воздействий на деятельность предприятия со стороны сотрудников.

Исходя из вышеперечисленных определений, можно констатировать, что кадровая безопасность – это состояние внутренней среды предприятия, при котором все негативные воздействия со стороны сотрудников предприятия сводятся к минимуму.

## **2. МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КАДРОВЫХ РИСКОВ**

В основе управления кадровой безопасностью предприятий лежит процедура оценки уровня кадровых рисков. При этом следует различать качественную и количественную оценку кадрового риска. Качественная оценка может быть сравнительно простой. Ее главная задача – определить возможные виды риска, а также факторы, влияющие на уровень риска при выполнении определенного вида деятельности. При определении степени влияния каждого фактора на результативный показатель впоследствии возможно управление данными факторами: поиск методов контроля, путей снижения риска.

Основными критериями при качественном анализе риска выступают значимость выделяемых факторов и их взаимная независимость. На практике выделить полностью независимые друг от друга факторы не представляется возможным, поэтому здесь берется некоторое допущение, условность, для того чтобы возможно было провести количественный факторный анализ.

Количественную оценку кадрового риска провести достаточно сложно. Трудности в определении количественных параметров кадровых рисков связаны, прежде всего, с невозможностью количественной оценки поведения людей. Однако в теории риск-менеджмента и иных исследованиях, посвященных проблемам риска, встречаются определенные подходы к определению критериев количественной оценки рисков, которые можно использовать и для оценки кадровых рисков.

Предлагаемая нами методика предназначается не только для оценки кадровых рисков как самостоятельной задачи, но и для анализа вариантов возможных решений и выбора оптимального варианта решения при формировании стратегии кадровой безопасности предприятия. Во втором случае она предполагает сравнение характеристик и степени риска по каждому из возможных вариантов решения и выбор того, в котором риск минимален. При этом имеющиеся альтернативы ранжируются с учетом содержащегося в них кадрового риска на приемлемые полностью, приемлемые условно и неприемлемые в принципе. Результаты ранжирования учитываются при выборе оптимального варианта решения. Оценка кадровых рисков именно на этапе принятия решений может принести наибольшую пользу и повысить эффективность принятия управленческих решений.

Анализ различных вариантов решения предполагает последовательное рассмотрение всех вариантов по определению их преимуществ и недостатков по всем возможным критериям, в том числе по фактору кадровых рисков. Поскольку принятие и реализация решения состоит из целого ряда мероприятий, охватывает различные

## **РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ КАДРОВЫХ РИСКОВ**

сферы деятельности предприятия и осуществляется в различных подразделениях, этот процесс целесообразно разделить на стадии и составить алгоритм реализации решения.

1 этап. Выявление отклонения фактического состояния системы от желаемого.

На этом этапе происходит осознание того, существуют ли в принципе кадровые риски при принятии данного варианта решения. Поскольку ситуации минимального кадрового риска при принятии любого, самого грамотного решения, избежать невозможно, на данном этапе, как правило, происходит констатация наличия кадровых рисков.

2 этап. Идентификация кадровых рисков.

Действия на этом этапе предполагают выявление источников и мест возникновения рисков с последующим отнесением выявленных рисков к определенным видам. Также определяются виды наиболее вероятных рисков.

3 этап. Получение и анализ информации по каждому из видов кадровых рисков.

Источниками информации могут быть организационно-распорядительные документы предприятия, результаты проведенных исследований (опросы, анкетирования, собеседования, наблюдения), заключения специалистов и экспертов в определенной области. На данном этапе следует собрать как можно больше информации о потенциальном кадровом риске, используя все доступные источники информации, что существенно повысит ее надежность, полноту и объективность. Полученная информация позволит установить уровень неопределенности в сфере кадровых рисков.

4 этап. Оценка уровня неопределенности.

Оценив качество полученной информации о кадровом риске (для чего можно ввести специальную шкалу, например, от 1 до 5), можно говорить об уровне неопределенности при принятии данного варианта решения. Чем выше качество информации, тем ниже будет уровень неопределенности. Поскольку абсолютной полноты, надежности и объективности информации о кадровых рисках достичь невозможно, ситуация отсутствия неопределенности не рассматривается даже при максимальных оценках. При высоком уровне неопределенности условий, связанных с кадровыми рисками, они не могут учитываться при анализе вариантов решения.

5 этап. Качественная оценка рисков.

При среднем и низком уровне неопределенности запускается процедура оценки кадровых рисков, которая включает качественную и количественную оценки, а также расчет интегрального показателя кадровой безопасности по каждому из вариантов решения. Для проведения качественной оценки необходимо определить условия возникновения и факторы, оказывающие влияние на риск.

6 этап. Количественная оценка рисков.

Прежде всего, определяются конкретные показатели, с помощью которых можно будет произвести оценку риска, а также оценивается уровень влияния данного вида риска на кадровую безопасность организации. Необходимо разработать шкалу для оценки, подходящую для всех видов оцениваемых рисков.

7 этап. Расчет интегрального показателя кадровых рисков организации по рассматриваемому варианту решения.

8 этап. Вывод о приемлемости данного варианта решения с учетом кадровых рисков.

Методика оценки кадровых рисков может использоваться также при формировании стратегии управления кадровой безопасностью предприятия.

### **3. СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ**

В теории риск-менеджмента выявлено несколько методов снижения рисков и неблагоприятных последствий, вызванных ими:

- упразднение риска (неосуществление действий с целью избежания потерь);
- реализация превентивных мероприятий (с целью уменьшения вероятности и величины отклонений, негативных последствий риска; это действия, направленные на предупреждение ситуации неопределенности и непредвиденных событий или снижение степени их влияния);
- поглощение риска (признание риска и его неблагоприятного воздействия, учет возможных убытков и их предотвращение без привлечения дополнительных ресурсов за счет потенциала самого хозяйствующего субъекта);
- контроль за риском (управление сложившейся ситуацией, измерение и учет рисков в производственно-хозяйственной деятельности, контроль вероятности наступления ситуации неопределенности и непредвиденных событий и способов снижения их влияния);
- самострахование (использование средств сберегательных фондов, специализированных резервных фондов, созданных с целью покрытия непредвиденных последствий сложившихся событий);
- хеджирование (ограждение от потерь, заключение долгосрочных контрактов на куплю-продажу товара с учетом строго оговоренной цены);
- страхование (распределение потерь от рисков среди большого количества участников и возмещение убытков за счет средств специализированных страховых фондов).

Частично данные методы положены в основу стратегий управления кадровой безопасностью, которая является ключевым элементом системы управления организацией и определяется как совокупность приоритетных целей управленческих подходов, реализация которых обеспечивает защиту организации от любых потенциальных угроз, связанных с функционированием кадрового направления ее деятельности [1, с. 54–55].

Можно выделить ряд стратегий управления кадровой безопасностью, которые предприятие может использовать в соответствии с проведенной оценкой кадровых рисков.

1. Стратегия упреждающего противодействия, включающая профилактические методы противодействия потенциальным угрозам.

2. Стратегия пассивной защиты от угроз, призванная обеспечить минимальный уровень безопасности и ориентированная на защиту со стороны государства (через правоохранительные и судебные органы), минимизацию затрат.

3. Стратегия адекватного ответа на угрозы, включающая создание и развитие блоков обеспечения, формирующих условия для эффективного управления, с дальнейшей оценкой эффективности управления кадровой безопасностью.

## **РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ КАДРОВЫХ РИСКОВ**

Мотивацией принятия того или иного решения по выходу из рискованной ситуации может быть достижение определенных целей:

- приобретение опыта риска;
- овладение знанием функционирования конкретной организации, создающей риски (отдельной системы);
- выявление особенностей поведения партнеров (оппонентов), оказавшихся в аналогичной ситуации;
- достижение конкретной материальной цели;
- обретение общественного статуса;
- укрепление деловых связей и т. д.

### **ВЫВОДЫ**

Таким образом, предложенная методика оценки альтернатив предполагает применение комплексной оценки рисков, связанных с персоналом, в качестве критерия. Выбор способа оценки рисков зависит от уровня неопределенности информационных условий по фактору кадровых рисков. Уровень неопределенности зависит от источников информации и от степени выраженности ее основных характеристик. Кроме того, данная методика позволяет оценить кадровые риски при формировании стратегии управления кадровой безопасностью предприятия.

Перспективы: разработка алгоритма выбора стратегии управления кадровой безопасностью на основе проведенной оценки кадровых рисков.

### **Список литературы**

1. Бадалова А. Г., Москвитин К. П. Управление кадровыми рисками предприятия // Российское предпринимательство. 2005. № 7 (67). С. 92–98.
2. Копейкин Г. К., Лапина Н. А. Квалификация персонала и обеспечения экономической безопасности: организационно-психологические проблемы // Защита информации. Конфидент. 2003. № 5. С. 12–16.
3. Алавердов А. Г. Управление персоналом. М: Маркет ДС, 2009. 304 с.
4. Пелих А. С. Организация предпринимательской деятельности. Ростов-на-Дону.: МарТ, 2002. 95 с.
5. Цветкова И. И. Классификация кадровых рисков // Экономика и управление. 2009. № 6. С. 38–43.
6. Чумарин И. Г. Что такое кадровая безопасность компании? [Электронный ресурс]. URL: <http://safetyfactor.narod.ru/doc/manpower.html>
7. Джобава А. А. Особенности подбора персонала. С.Петербург: ООО Селектиум, 2005. 196 с.
8. Кузнецова Н. В. Угрозы кадровой безопасности организации // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2014. № 2. С. 34–36.

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 338.48

## РАЗРАБОТКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ДЛЯ АПТЕЧНЫХ СЕТЕЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

*Цветкова И. И., Имамжанова К. Б.*

*Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация*

*E-mail: [isandra@rambler.ru](mailto:isandra@rambler.ru)*

В данной статье рассматриваются вопросы конкуренции, конкурентных преимуществ и их понимания в различные периоды времени. Также в статье описывается сложившаяся ситуация на фармацевтическом рынке Республики Крым и Российской Федерации в целом. Определены конкурентные преимущества для аптечных сетей Республики Крым.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентные преимущества, фармацевтический рынок Республики Крым, аптечные сети.

### ВВЕДЕНИЕ

Фармацевтическая отрасль является одной из важнейших в хозяйственной сфере каждой страны. Вхождение Республики Крым в состав Российской Федерации отразилось на различных отраслях хозяйствования, и фармацевтическая отрасль не является исключением. В сложившейся ситуации коммерческий сегмент фармрынка столкнулся с рядом проблем, препятствующих эффективной работе. Так как определенные факторы на данном этапе объективно влияют на каждую аптечную сеть и сдерживают потенциальное развитие, существуют сложности в нахождении исключительных конкурентных преимуществ для каждой из них. В такой ситуации предприятиям намного сложнее обеспечивать необходимый уровень конкурентоспособности.

Целью статьи является разработка конкурентных преимуществ для аптечных сетей Республики Крым.

Задачи:

- анализ понятий «конкуренция» и «конкурентные преимущества»;
- анализ фармацевтического рынка Республики Крым и Российской Федерации в целом;
- разработка конкурентных преимуществ аптечных сетей РК.

### ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Конкуренция заставляет компании бороться за своего потребителя, следовательно, стимулирует их развивать и улучшать свойства своего продукта, чтобы занять определенную долю на рынке и максимизировать прибыль. Конкуренция – свойство рынка, и чем выше конкуренция, тем качественнее его функционирование и тем меньше вероятность монополизации рынка.

Конкуренция как понятие прошла долгий этап формирования. Изначально в латыни термин «*conpugno/conpugnencia*» имел двусмысленное значение – «слияние,

взаимопроникновение/столкновение». «Современный термин «конкуренция» происходит от немецкого «konkurrenz»» [1]. Смит А. в труде «Исследование о природе и причинах богатства народов» описал конкуренцию как борьбу между участниками, которые заинтересованы в достижении одинаковых целей. Также он определил, что для эффективности требуется большое количество продавцов и покупателей на рынке. К положительным аспектам конкуренции Смит отнес оптимальное распределение ресурсов между участниками.

Классическая теория конкуренции (совершенная/атомистическая) говорит о том, что количество покупателей и продавцов настолько велико, что их доля незначительна на рынке и, как следствие, устанавливается «единая цена». Такая ситуация приводит к рыночному равновесию, что, в свою очередь, ведет к прекращению конкурентного процесса. Но врожденный человеческий эгоизм заставляет бороться за собственные интересы. Растущие потребности человечества заставляют создавать все новые товары и услуги, ведь именно спрос рождает предложение. Таким образом, можно сделать вывод, что процесс конкуренции динамичен, а в конкурентной борьбе выживает тот, кто более приспособлен к изменениям внешней среды.

Шумпетер Й., автор теории «созидательного разрушения», определял, что для того, чтобы выиграть конкурентную борьбу, предприятия выводят производственные процессы на новые качественные уровни, улучшают технологию и т. п. «Производитель, осуществляющий инновации, обладает большими возможностями получить прибыль». [1]. Цель внедрения инноваций – снижение себестоимости и возможность устанавливать более низкую цену. Когда производитель создает инновационный продукт, он является монополистом и может устанавливать высокие цены. Другие производители, стремясь улучшить положение собственных дел, пытаются осуществить собственную инновационную деятельность (изменение технологического процесса производства, модификация товара и т. д.): «Следовательно, новые товары или методы производства, требующие меньших издержек, возникают под давлением конкуренции» [1].

«Конкуренция – соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке» [2].

Потребности человека могут быть удовлетворены различными способами. В соответствии с этим выделяют следующие формы конкуренции:

- функциональная: имеет место, когда потребность может быть удовлетворена различными способами;
- видовая: товары удовлетворяют одну и ту же потребность, но имеют качественные отличия;
- предметная: компании производят идентичные товары, но их качество отлично друг от друга.

Котлер Ф. выделяет следующие направления конкуренции:



## **РАЗРАБОТКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ...**

1) конкуренция торговых марок – соперничество субъектов бизнеса, предлагающих идентичные товары одним и тем же целевым покупателям по сопоставимым ценам;

2) отраслевая конкуренция – соперничество фирм, производящих и реализующих однородные товары, при этом в качестве отрасли рассматривалась группа компаний, предлагающих потребителям идентичные товары;

3) формальная конкуренция – соперничество субъектов бизнеса, осуществляющих производство продукции, призванной обеспечить удовлетворение одних и тех же потребностей;

4) общая конкуренция – соперничество всех без исключения субъектов предпринимательского бизнеса [1].

«Конкурентное преимущество – это система, обладающая какой-либо эксклюзивной ценностью, дающая ей превосходство над конкурентами в экономической, технической и организационной сфере деятельности» [1].

В 1500–1800 гг. меркантилисты считали, что для достижения конкурентных преимуществ требуется субсидировать собственное производство своего государства и ограничивать импорт товаров других стран. Смит А. говорил о теории «абсолютных преимуществ», которая порождается естественным способом (климат, ресурсы, геоположение). Каждый регион может производить товар эффективнее остальных и, если не ограничивать торговлю, станет специализироваться в своей отрасли и будет обладать конкурентным преимуществом. Эту теорию поддерживал Рикардо Д. и, дополнив ее, развил собственную теорию «сравнительных преимуществ»: «Каждая страна должна специализироваться на тех продуктах, в производстве которых она обладает наибольшей относительной эффективностью или относительно меньшими издержками» [1].

Хекшер Э. и Олин Б. в своей теории опираются на факторы производства (труд, земля, капитал). Они обратили внимание на то, что каждая страна имеет определенный набор факторов. В этом случае конкурентным преимуществом будет обладать та отрасль или тот регион, который обладает большим количеством факторов.

В. Леонтьев в 50-е годы XX в. дополнил теорию Хекшера и Олина. Во-первых, требуется учитывать неоднородность факторов и их качественные различия. Во-вторых, государство может стимулировать отрасли, использующие дефицитные факторы. Кругман П. и Ланкастер К. разработали теорию «эффект масштаба». При определенной технологии производства увеличение масштаба производства ведет к снижению средних совокупных издержек на единицу изделия.

Портер М. создал модель «национального ромба» (рис. 1).

Конкурентное преимущество определяется путем взаимодействия параметров производства, стратегии фирм, спроса на продукцию, поддерживающих отраслей, влиянием государственного регулирования и случайных событий (изменения валютных курсов, резкого увеличения цен, обвала бирж, научных открытий и др.).

Треси М. и Вирсема Ф. советовали выделить сильные и слабые стороны предприятия и одну из сильных сторон превратить в свою стратегию. Но при этом

есть риск потерпеть поражение из-за нерационального выбора стратегии и неэффективного анализа.

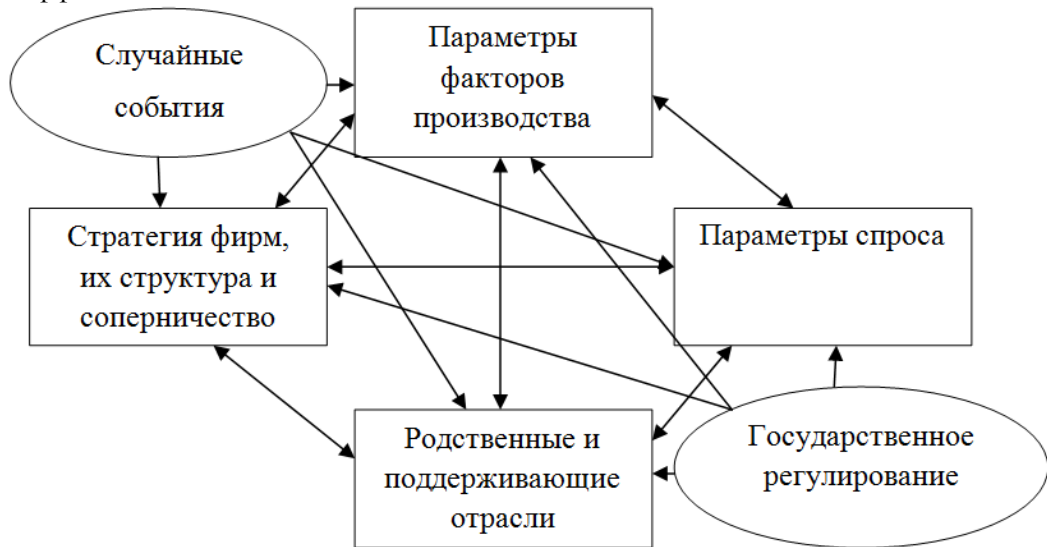


Рис. 1. «Национальный ромб» М. Портера [1].

Мур Дж. Ф. развил «теорию предпринимательских экосистем». [1]. Сравнивая бизнес-среду с эко-системой, он говорил, что компания должна уметь адаптироваться к изменениям внешней среды, и думать об интересах стейкхолдеров.

Бранденбургером А. и Нейлбаффом Б. Дж. была разработана теория «соконкуренции»: «В бизнесе нет фатальной неизбежности выигрыша одних и проигрыша других; получать выгоду могут многие участники» [1]. Теория игр в данном случае позволяет создавать различные комбинации для определения тактик «игры».

Хэмел Г. и Прахалад К. разработали концепцию «интеллектуального лидерства». Конкурентным преимуществом обладает тот, кто доминирует на будущих рынках. «Важнейшим условием интеллектуального лидерства Хэмел и Прахалад назвали умелое использование “базовых функциональностей продукта” и “ключевых компетенций”» [1]. Первое – это потенциальные возможности продукта, второе – знания и умения, которые шире их должностных обязанностей. В книге «Революция бизнеса» Хэмел отмечает, что «богатство и процветание принесут принципиально новые виды бизнеса, инновации и нестандартные решения» [3].

Конкурентные преимущества можно разделить по степени их устойчивости.

Низкая степень устойчивости имеет место, когда эти преимущества могут стать легкодоступными для конкурентов (дешевое или качественное сырье, законодательная база, климатические условия).

## **РАЗРАБОТКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ...**

К средней степени устойчивости относятся следующие конкурентные преимущества: патент, имидж фирмы, новый товар, налаженная дистрибьюторская сеть и т. д.

Конкурентные преимущества с высокой степенью устойчивости требуют значительных капиталовложений и инноваций. Большие преимущества получают те фирмы, которые сами разрабатывают новые технологии, а не те, кто покупают их.

Стратегические факторы, формирующие конкурентное преимущество:

- географическое расширение рынка (развитая сеть дистрибьюторов, качественная работа торговых представителей в других регионах, организация в регионах производственно-логистических центров);
- качественное предложение (расширение ассортиментной номенклатуры, создание новинок, улучшение качества продукции, повышение качества сервиса и т. д.);
- управление издержками (рациональная система закупок сырья, эффективная логистика);
- создание имиджа (увеличение количества торговых марок в компании, связи с общественностью, социальная ответственность, эффективная реклама);
- совершенствование технологий и повышение квалификации персонала.

Конкурентные преимущества подразделяются аналогично среде предприятия: на макро-, микросреду и внутреннюю среду.

Портер М. Э. выделял следующие стратегии реализации конкурентных преимуществ (базовые стратегии):

- лидерство по издержкам дает возможность устанавливать низкие цены и за счет низкой себестоимости выходить в больший плюс;
- широкая дифференциация дает возможность сбалансировать доход, если какая-то продукция «прогорит» на одном из рынков, есть вероятность получить прибыль за счет другой продукции или другого сегмента;
- стратегия рыночной ниши, основанная на низких издержках – компания не распыляет усилия на широкий круг потребителей, а, проведя оптимальные маркетинговые исследования, «бьет точечными ударами» и получает прибыль не за счет масштаба, а за счет соответствия «качество – цена»;
- сфокусированная стратегия дифференциации, целью которой является обеспечение рыночного сегмента своими товарами, наиболее полно отвечающими ожиданиям потребителей.
- стратегия оптимальных издержек – создание иллюзии получения большей ценности за те же деньги; наиболее эффективна, так как сочетает в себе выше перечисленные.

Фармацевтическая отрасль является одной из важнейших в хозяйственной сфере каждой страны. Фармрынок также функционирует в условиях конкуренции.

Фармацевтический рынок Российской Федерации в 2015 году изменил линию тренда. Объем рынка в 4 квартале 2015 года снизился на 9 % по сравнению с 4 кварталом 2014 года. По объему упаковок снижение составило 17 %. Коммерческий сегмент снизился на 8 %. Это обусловлено снижением покупательской активности и «теплой» осенью, которая не способствовала росту «сезонных» препаратов.

Коммерческий сегмент лекарственных препаратов показал в 2015 году один из минимальных увеличений за последние 5 лет. Потребление лекарственных препаратов через аптечный канал сокращается второй год подряд и достигло показателей 2004–2005 гг. [4].

Ситуация в Республике Крым сложилась следующим образом. По данным аналитической системы исследования рынка «Фармстандарт»/«PharmXplorer» компании «Proxima Research», объем продаж всех категорий товаров «аптечной корзины» с украинской и российской регистрацией составил 2026,83 млн руб. и увеличился на 17,7 % по итогам за 1 квартал 2015 г. В натуральном выражении объем продаж уменьшился на 48,9 % и составил 14,8 млн упаковок (рис. 2)

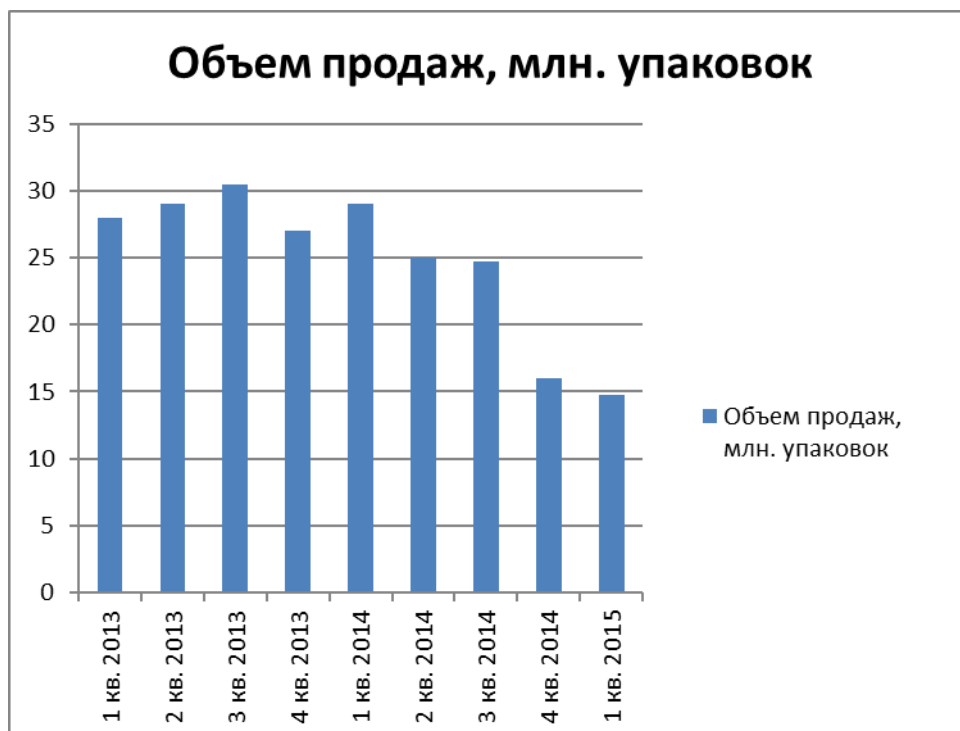


Рис. 2. Общий объем розничной реализации товаров «аптечной корзины», поставляемых российскими и украинскими дистрибьюторами в Республику Крым, в натуральном выражении за 2013–2015 гг.



Рис.3. Общий объем розничной реализации товаров «аптечной корзины», поставляемых российскими и украинскими дистрибьюторами в Республику Крым, в денежном выражении за 2013–2015 гг.

Также заметно снизились объемы продаж товаров, зарегистрированных на Украине. Отрицательная динамика объема продаж наблюдалась уже во 2-ом квартале 2014 года, а с 4-ого квартала происходит снижение объемов продаж в денежном выражении. Постепенное замещение лекарственных препаратов российскими являлось объективным следствием вхождения Крыма в состав Российской Федерации. Хотя некоторое время в топе дистрибьюторов аптечных товаров находилась украинская компания «БаДМ» (табл. 1).

Уже с 1.01.2015 года поставки украинских лекарственных препаратов запрещены на территорию Республики Крым. Остаток же лекарственных препаратов реализовывать не запрещалось. Крымские аптечные сети столкнулись с проблемой поиска поставщиков с континентальной части Российской Федерации, а также с налаживанием с ними связей.

В декабре 2015 года сложилась следующая ситуация: по сравнению с декабрем 2014 года в коммерческом сегменте фармарынка РФ увеличился объем лекарственных препаратов отечественного производителя. При этом доля зарубежных производителей составила 73 % в денежном выражении, хотя в натуральном выражении этот показатель равен 44 %. Соответственно, доля отечественных производителей составила 27 % и 56 %.

Таблица 1  
Позиции дистрибьюторов аптечных товаров на территории Республики Крым в 2014 г.

Дистрибьютор	Позиция
БадМ (Украина)	1
Протек (Россия)	2
СИА ИНТЕРНЕЙШНЛ ЛТД (Россия)	3
ЛЕСАН Фарма (Россия)	4
МедиаМед (Россия)	5
ФАРМКОМПЛЕКТ (Россия)	6
Органика ЮГ (Россия)	7
Пульс (Россия)	8
Катрен (Россия)	9
Аптека Холдинг (Россия)	10

В связи с политикой РФ, направленной на импортозамещение, правительство РФ выделяет 15–20 млрд руб. в поддержку отечественного фармбизнеса. Минпромторг и Минздрав также разрабатывают механизм поддержки производителей дешевых лекарственных препаратов. В связи с этим можно наблюдать существенную разницу в ценах на некоторые препараты. Например, есть препарат флуконазол. Самое дешевое российское лекарство стоит 26 рублей, а самый дорогой препарат точно такой же химической формулы производства Франции стоит 655 рублей [5]. Поэтому поддержка отечественных производителей положительно отразится на производстве лекарственных препаратов. Это позволит закупать аптечным сетям лекарственные препараты по более низким ценам.

Выделим проблемы в работе аптечных сетей, связанные с переходом в РФ:

- реорганизация предприятий и изучение новых законов. Это занимает определенное время, что не позволяет работать фирмам на полную мощность;
- резкое снижение количества украинских поставщиков, затем их уход с рынка;
- неналаженная связь с континентальной Россией;
- реорганизация лицензий;
- закупочная стоимость российских товаров в разы больше аналогичных украинских;
- паромная переправа работает нестабильно в связи с погодными условиями и, как следствие, приносит большие издержки;
- НДС в РФ на лекарственные препараты на 3 % больше, чем в Украине, и составляет 10 %, что также значительно влияет на отпускную цену;
- отсутствие дешевых лекарственных препаратов у поставщиков, работающих с Крымом.

Также нужно отметить, что цены на аптечные товары законодательно регулируются. Существуют максимальные наценки на определенные товары,

## ***РАЗРАБОТКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ...***

которые нельзя превышать, следовательно прибыль можно получать только исходя из низких издержек. Согласно Приказу Государственного комитета по ценам и тарифам Республики Крым от 7 августа 2014 г. № 4/1 «Об установлении предельных размеров оптовых надбавок и предельных размеров розничных надбавок к фактическим отпускным ценам, установленным производителями лекарственных препаратов, на лекарственные препараты, включенные в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов, на территории Республики Крым» и Приказу Государственного комитета по ценам и тарифам Республики Крым от 22.01.2015 № 3/1 «Об утверждении предельных размеров торговых надбавок к ценам на продукты детского питания, включая пищевые концентраты, на территории Республики Крым» наценки на жизненно важные фармацевтические товары и детское питание установлены в следующих пределах:

- ЖНВЛС – 25 %, если себестоимость товара до 50 руб; 22 %, если себестоимость товара от 50 до 500 руб; 16 %, если себестоимость товара свыше 500 руб;
- детское питание – 12 %.

На остальные лекарственные препараты и иные фармацевтические товары, не входящие в вышеперечисленные группы, наценки установлены в следующих размерах:

- лекарственные средства – 25 %;
- детское питание – 10 %;
- сопутствующие товары – 30 %.

Важнейшая задача для аптечных сетей в Крыму – наладить связь с поставщиками. Проблему с нерегулярной работой паромов можно решить с помощью эффективной логистики. Для своевременного удовлетворения спроса аптечные сети могут арендовать склад. Это позволит решить проблему с поставками, а также снизить издержки. Формирование такого конкурентного преимущества связано с затратами на основные средства и получением лицензии на оптовую торговлю.

Конкурентным преимуществом также может стать оптимальное размещение аптечных пунктов сети. Локализация аптек ориентирована на общественные места, где имеет место большое скопление людей и транспортная развязка. Хорошим вариантом является размещение аптек в спальных районах. В элитных районах есть вероятность получения большей выручки в основном из-за высокой покупательской способности потребителей.

Также конкурентные преимущества может давать диверсификация услуг. При аптеках можно ввести консультацию с врачом-терапевтом. Это позволит увеличить клиентскую базу, повысить лояльность уже существующих клиентов и способствует созданию имиджа.

В настоящее время конкурентным преимуществом может являться создание сайта. Это позволит поднять доверие покупателей к аптечной сети, а также повысить объем продаж посредством онлайн-продаж и онлайн-консультаций.

Важным конкурентным преимуществом является квалифицированный персонал и качественная работа с сотрудниками. Усовершенствование качества

приема сотрудников, курсы повышения квалификации и оптимальная мотивация сотрудников позволит увеличить качество работы.

Аптечным сетям Республики Крым можно расширять географию деятельности. Но для этого потребуются значительные капитальные вложения. В этой ситуации можно воспользоваться услугами франчайзинга аптечных сетей континентальной России.

### **ВЫВОДЫ**

Анализ фармацевтического рынка показал, что переход в новое политико-правовое поле значительно повлиял на фармрынок в целом и на работу аптечных сетей Крыма. Были описаны проблемы, касающиеся аптечных сетей в переходном периоде.

В процессе исследования была достигнута цель – разработаны конкурентные преимущества для аптечных сетей. Для этого были проанализированы понятия конкуренции и конкурентных преимуществ. Была представлена основная классификация конкурентных преимуществ и стратегий их использования.

Проведен анализ фармацевтического рынка РФ и Крыма, который показал тенденции к снижению. Несмотря на это, фармрынок всегда будет прибыльной отраслью.

### **Список литературы**

1. Мазилкина Е. И., Паничкина Г. Г. Управление конкурентоспособностью. М.: Омега-Л, 2009. 328 с.
2. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 05.10.2015) «О защите конкуренции»
3. Шопотов Б. О современных теориях конкурентных преимуществ и отраслевого лидерства // Проблемы теории и практики управления. 2001. № 3. С. 50–55.
4. Производители. Фармрынок. № 155. 2016 [Электронный ресурс]. URL: [http://www.pharmindex.ru/pdf/pharmmarket\\_155.pdf](http://www.pharmindex.ru/pdf/pharmmarket_155.pdf)
5. Производители. Фармрынок. № 156. 2016 [Электронный ресурс]. URL: [http://www.pharmindex.ru/pdf/pharmmarket\\_156.pdf](http://www.pharmindex.ru/pdf/pharmmarket_156.pdf)

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*



УДК 65.01

## ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ И ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ КАДРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Цветкова И. И., Сводцева И. А.*

*Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация*

*E-mail: [svodceva@rambler.ru](mailto:svodceva@rambler.ru)*

Данная статья посвящена вопросу организации кадровой безопасности предприятия. В статье приводится краткий анализ публикаций по проблеме, определяется субъект, его цель, роль и функциональные задачи в обеспечении кадровой безопасности предприятия, рассматриваются основные принципы и подходы к формированию и обеспечению кадровой безопасности в системе экономической безопасности предприятия.

**Ключевые слова:** кадровая безопасность, экономическая безопасность, система, субъект, управление персоналом, обеспечение, принципы, подходы.

### ВВЕДЕНИЕ

Одним из важнейших приоритетов любого предприятия является эффективная кадровая политика, направленная на создание единой профессиональной команды работников, имеющих необходимый потенциал для реализации стратегических целей, а также сохранение накопленного интеллектуального капитала. Поэтому для подавляющего числа заинтересованных руководителей стоит острая проблема по созданию и обеспечению такой кадровой безопасности, при которой индивидуальные и специфические запросы отдельно взятого предприятия смогут быть удовлетворены.

Вопросам стратегии и обеспечения системы кадровой безопасности занимались такие исследователи, как Кузнецова Н. В., Дорофеев К. Н., Гараева Е. В., Чумарин И. Г., Жижина М. В. и другие.

Как отмечает Кузнецова В. Н. в своей работе «Обеспечение кадровой безопасности как функция управления персоналом», первоначальным и обуславливающим звеном в формировании кадровой безопасности является стратегия кадровой безопасности предприятия [4].

Стратегия кадровой безопасности – это совокупность приоритетных целей и управленческих подходов, реализация которых обеспечивает защиту организации от любых угроз, связанных с функционированием кадрового направления ее деятельности [2].

Дорофеев К. Н. отметил: «Обеспечение кадровой безопасности – одна из важнейших систем современной организации. Система безопасности – это комплекс организационных и технических мер, направленных на выявление, отражение и ликвидацию последствий различных угроз деятельности организации» [3].

Вопросы, касающиеся основных принципов и подходов к созданию кадровой безопасности, в большей степени анализировал Зеркалов Д. В. в монографии

«Экономическая безопасность». Также на данную проблематику обращали внимание Власков А. С., Гусев В. С., Илларионов А. и другие.

Цель статьи состоит в анализе ключевых подходов и принципов создания надежной и устойчивой кадровой безопасности, результатом которой будет стабильное функционирование деятельности предприятия.

## **ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ**

Главным условием защищенности экономической безопасности предприятия выступает всестороннее воздействие на поступающие угрозы от внешней и внутренней среды, что является основным условием обеспечения стабильной деятельности предприятия, дающим ему возможность благополучно функционировать в условиях неопределенности и нестабильности рынка. Законом Российской Федерации № 2446–1 «О безопасности» определено, что безопасность – это состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз [1]. На сегодняшний день особое значение набирает проблема безопасности как индивида, так и организации в целом, с акцентом на экономическую безопасность.

С позиции предприятия под опасностью следует понимать реальное либо потенциальное событие, которое в состоянии нанести вред предприятию, нарушить его стабильность или привести к его ликвидации, приостановке деятельности либо банкротству.

Ранее было определено, что существуют следующие элементы экономической безопасности: финансовая, силовая, информационная, технико-технологическая, правовая и кадровая [5].

Исследователями в данной области выявлено, что в качестве наиболее непростого звена в системе безопасности фигурирует человек и человеческий фактор, который способен оказать отрицательный эффект на благополучие деятельности предприятия. Учитывая этот факт, можно констатировать, что именно кадровая безопасность занимает главное положение в системе экономической безопасности предприятия [7].

Субъектом кадровой безопасности на предприятии выступает служба управления персоналом, которая занимается исследованием и регулированием кадровых рисков, основной целью которой является обнаружение, контроль, ликвидация и мониторинг потенциальных угроз, исходящих от персонала предприятия.

Ключевым элементом в формировании безопасности предприятия можно считать наполненность службы управления персоналом высококвалифицированными, компетентными специалистами. Пренебрежение этим элементом может привести к рискованным ситуациям, как следствие ошибок при найме персонала, расстановке кадров, мотивации и стимулировании, контроле, а также увольнении сотрудников.

С точки зрения службы управления персоналом, все кандидаты на должность в компанию, вместе с настоящими сотрудниками, должны рассматриваться как потенциальная угроза кадровой безопасности.

## ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ И ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ...

Так как субъектом кадровой безопасности выступает служба по управлению персоналом, то кадровая безопасность в совокупности с остальными основными функциями этой системы находит свое место среди них и проходит через все этапы этого взаимодействия (рис.1). В связи с этим перед руководством организации и службой управления персоналом стоит задача обеспечения кадровой безопасности предприятия [4].

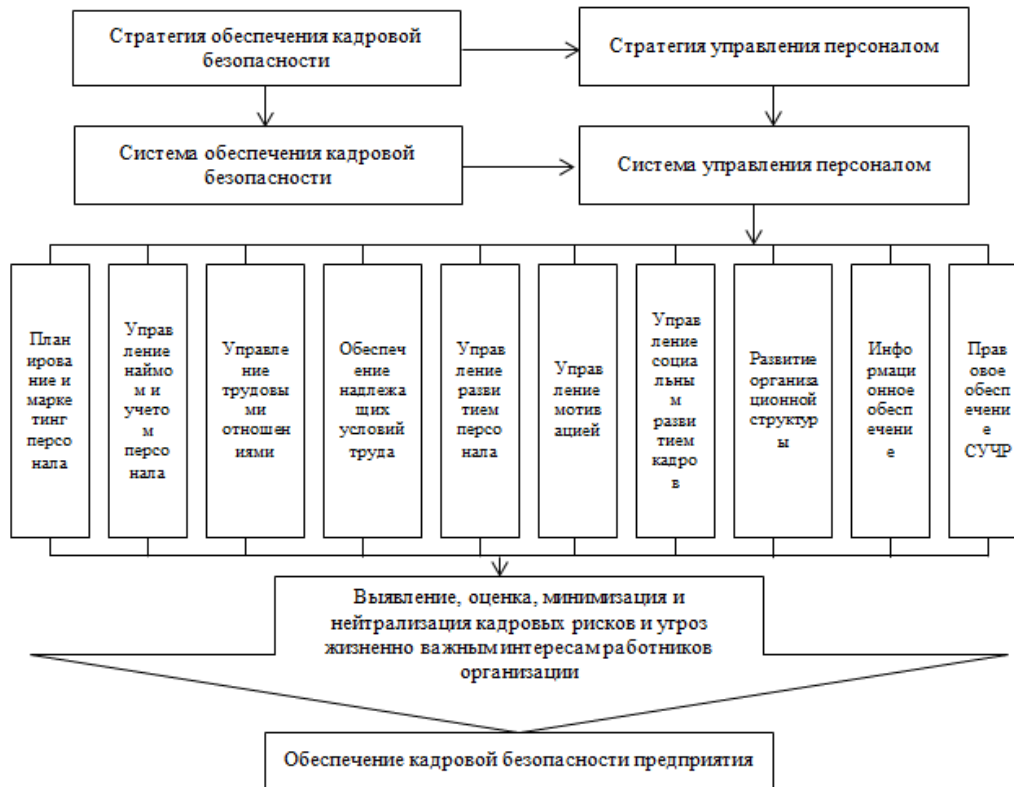


Рис. 1. Задачи обеспечения кадровой безопасности [4].

Отсюда следует, что обеспечение кадровой безопасности должно быть основным направлением в деятельности служб управления персоналом. Сущность функциональных задач служб управления персоналом раскрыта в табл.1.

Таблица 1  
Раскрытие сущности функциональных задач службы управления персоналом

1 Функциональные задачи	2 Сущность
Планирование и маркетинг персонала	Выявление тех должностей, которые наиболее опасны для экономических составляющих предприятия. Прогноз требуемого количества персонала для реализации целей и стратегии предприятия. Обоснованность и основательность затрат на обеспечение и коррекцию кадровой безопасности и т. д.
Управление наймом и учетом персонала	Оценка персонала при приеме на работу. Отказ либо увольнение сотрудников, чьи персональные данные, поведение, привычки вызывают сомнения в безопасности сотрудника. Разработка правил и норм поведения касательно безопасности и т. д.
Управление трудовыми отношениями	Урегулирование конфликтов и споров в коллективе. Формирование благоприятного морально-психологического климата в коллективе. Контроль за соблюдением правил и распоряжений, устава предприятия. Формирование у сотрудников предприятия чувства приверженности и преданности организации и т. д.
Обеспечение надлежащих условий труда	Создание и поддержание благоприятных условий для деятельности сотрудников, что минимизирует возможность переманивания работников конкурентами и т. д.
Управление развитием персонала	Обучение персонала личным правилам безопасности и безопасности в целом. Ознакомление сотрудников с действиями, предпринимаемыми в случае обнаружения угрозы предприятию и т. д.

## ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ И ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ...

Продолжение таблицы 1

1	2
Управление мотивацией	Формирование приверженности к предприятию путем стимулирования. Определение причин увольнения сотрудников и т. д.
Управление социальным развитием кадров	Формирование у сотрудников благонадежного отношения к организации. Оказание поддержки и помощи персоналу, попадающему под сокращение. Побуждение к инициативе сотрудников в разработке экономического развития предприятия. Формирование для них дополнительных опций компенсационного пакета и т. д.
Развитие организационной структуры	Разграничение обязанностей среди работников. Исключение дублирующих функций. Контроль за численностью персонала и т. д.
Информационное обеспечение	Предоставление точной и своевременной информации, необходимой для деятельности сотрудников. Проведение инструктажей с персоналом об обращении с конфиденциальной информацией; по проведению деловых переговоров, связанных с коммерческой тайной; по обучению методам поведения при попытке переманивания либо шантажа сотрудников и т. д.
Правовое обеспечение	Контроль за соблюдением сотрудниками гражданского и трудового кодексов. Разработка местных нормативных актов относительно кадровой безопасности. Исключение возможности потенциального обращения в суд со стороны персонала и т. д.

Поскольку в рыночной экономике все хозяйственные единицы обладают полной самостоятельностью и автономией, то обеспечение кадровой безопасности каждого отдельно взятого предприятия должно основываться на трех базовых, на наш взгляд, подходах к кадровой безопасности [6].

1. Уникальность. Система кадровой безопасности не должна быть стандартной либо универсальной. Она должна создаваться, основываясь на специфике каждого отдельного предприятия (как внешней, так и внутренней). Такой спецификой могут выступать: внутренние нормы и распорядки предприятия; морально-психологический климат в коллективе; специализация предприятия; нестабильность рынка и колебания окружающей среды; специфика отрасли производства и др.

2. Взаимодействие. Хотя кадровая безопасность и выступает самостоятельным и главным элементом в системе экономической безопасности предприятия, все же она должна быть согласована с остальными элементами экономической безопасности: правовой безопасностью, технико-технологической,

информационной, силовой и финансовой безопасностью. Только при их полном взаимодействии и согласованности можно обеспечить полную защиту предприятия от неблагоприятного воздействия.

3. Комплексность. Поскольку кадровая безопасность ориентирована на кадровый состав, то в ее систему необходимо включить уместные структуры, элементы, аппараты, механизмы и средства, обеспечивающие должный контроль за деятельностью персонала внутри предприятия.

Определим принципы, оказывающие влияние на систему кадровой безопасности:

1. Целостность.

Принцип целостности означает, что на предприятии должна функционировать система кадровой безопасности, при которой будет сохраняться режим защищенности для всех составляющих предприятия: персонала, информации и имущества от поступающих реальных либо потенциальных рисков и угроз, исходящих от персонала. Таким образом, система безопасности должна быть всесторонне удовлетворительной для того, чтобы гарантировать защиту организации как изнутри коллектива, так и за его пределами. В процессе поддержания кадровой безопасности должны участвовать не только списочные сотрудники и специальные службы, а абсолютно все сотрудники предприятия.

2. Срочность.

Принцип срочности предполагает, что система кадровой безопасности требует такого построения, при котором она могла бы различать на начальных этапах всевозможные аномальные отклонения в ходе деятельности предприятия, участвовать в процессе устранения их отрицательного влияния и, как следствие, причинения вреда организации. Внедрение принципа срочности намного экономичнее, чем устранение причиненного вреда.

3. Надежность или постоянность.

Принцип надежности подразумевает под собой, что система кадровой безопасности должна основываться на том, чтобы постоянно обеспечивать защиту интересам предприятия в условиях воспрепятствования недоброжелателям.

4. Правомерность.

Все принимаемые меры по обеспечению кадровой безопасности обязаны опираться на действующее законодательство государства. Все положения о средствах безопасности, принятые на самом предприятии, в свою очередь, также должны основываться и формироваться на основе действующих правовых актов.

5. Экономичность.

Принцип экономичности подразумевает рациональное распределение затрат на обеспечение кадровой безопасности таким образом, чтобы объем расходов был экономически рациональным и не выходил за пределы уровня экономического смысла его использования.

6. Коммуникативность или согласованность.

Для сохранения режима защищенности предприятия в интересах кадровой безопасности следует, чтобы усилия всех обеспечивающих ее лиц были

## **ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ И ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ...**

взаимосвязанными. То есть все субъекты этого процесса должны взаимодействовать друг с другом, точно знать свои обязанности и полномочия.

### **7. Совокупность открытости и приватности.**

Некоторые способы, методы и средства обеспечения кадровой безопасности должны быть негласными, с которыми может быть ознакомлен лишь тесный круг специалистов; как правило, эти специалисты работают с конфиденциальной информацией предприятия. Такие меры могут оказать кардинальное влияние на борьбу с внутренними и внешними угрозами, вовремя предотвращать негативное влияние, которое может привести к дестабилизации хозяйственной деятельности предприятия. Тем не менее, совокупность базовых мер должна быть известна всем служащим организации.

### **8. Профессионализм.**

Так как любое функционирующее предприятие часто подвергается риску как внешней, так и внутренней среды, вопросом обеспечения кадровой безопасности должны заниматься не любители, а компетентные специалисты, умеющие вовремя дать оценку происходящей обстановке, а также вынести верное решение [6].

## **ВЫВОДЫ**

В ходе исследования был проведен анализ, касающийся обеспечения кадровой безопасности. Определен субъект кадровой безопасности, проведен анализ основных исследований в этой области. Также были рассмотрены функциональные задачи субъекта кадровой безопасности, основные принципы и подходы по созданию и обеспечению кадровой безопасности.

Направление дальнейших исследований – разработка методики оценки кадровой безопасности в системе экономической безопасности предприятия, а также проведение апробации с помощью разработанной методики.

## **Список литературы**

1. Закон РФ от 05.03.1992 № 2446–1 (ред. от 26.06.2008) «О безопасности»
2. Долгов А. И., Прокопенко Е. А. Стратегический менеджмент: учеб. пособие. М.: Флинта: МПСИ, 2008. С. 11–20.
3. Дорофеев К. Н., Гараева Е. В. Кадровая безопасность в системе экономической оценки деятельности фирмы // Молодой ученый. 2013. № 6. С. 327–331.
4. Кузнецова Н. В. Обеспечение кадровой безопасности как функция управления персоналом // Известия: научный журнал № 4 [Электронный ресурс]. URL: <http://eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=13847> – (Дата обращения: 01.03.2016).
5. Чумарин И. Г. Что такое кадровая безопасность компании // Кадры предприятия. 2003. № 2 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bre.ru/security/20813.html>
6. Управление безопасностью предприятия в условиях рыночной экономики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bezopasnik.org/article/60.htm>.
7. Цветкова И. И. Формирование концепции оценки кадровой безопасности предприятия // Культура народов Причерноморья. 2014. Т. 1. С. 81–84.

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 338.48

## БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИИ: СУЩНОСТЬ И РАЗВИТИЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

*Цветкова И. И., Титяничко К. С.*

*Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация*

*E-mail: [isandra@rambler.ru](mailto:isandra@rambler.ru)*

В данной статье рассматриваются актуальные вопросы теории и практики брендинга территорий в Российской Федерации, освещены этапы становления территориального брендинга в России. Также мы описали проблемы и перспективы данной отрасли маркетинга, требующие дальнейшего детального изучения как в России в целом, так и в Республике Крым в частности.

**Ключевые слова:** бренд, брендинг территорий, территориальный маркетинг, факторы, реклама, продвижение.

### ВВЕДЕНИЕ

Современное социальное и экономическое развитие России говорит о том, что в скором времени российским территориям придется столкнуться с высокой конкуренцией за ресурсы и туристические потоки. Удачными будут те проекты, которые обеспечат устойчивое развитие вместе с традиционными факторами конкурентоспособности. В связи с этим маркетинг территории становится новым трендом в государственной стратегии устойчивого социально-экономического развития, мультипликатором роста отраслей и пополнения бюджета регионов [1, с. 204].

Территориальный маркетинг и брендинг мест изучаются многими иностранными и отечественными учеными, а также маркетологами. Самыми значимыми считаются работы Асплунда К., Хайдера Д., Котлера Ф., Рейна И. и др. [2, с. 162], впервые четко обосновавших использование маркетинга в качестве механизма всестороннего продвижения территорий, а также уделивших внимание вопросам специфики современного брендинга и роли брендов в условиях глобализации. Отдельным проблемам и аспектам маркетинга территорий посвящены публикации Траута Дж. [2, с. 164], Бейкера Б. Среди российских авторов можно выделить работы Галумова Э., Панкрухина А., Лаврова А. Н., Князевой И. В., Калюжной Н. Я., Савинова Г. Г., Родькина П., посвященные современным проблемам теории и практики отечественного территориального маркетинга, брендинга мест, стран и территорий [3, с. 34].

**Цель и задачи статьи.** Целью данной статьи является анализ использования брендинга территории в границах Российской Федерации.

Для достижения цели нами были поставлены следующие задачи:

- провести анализ становления территориального брендинга в России;
- рассмотреть случаи удачного использования брендинга территории в Российской Федерации;
- описать проблемы и перспективы данной отрасли маркетинга.



## **ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ**

Брендингом территорий называется стратегия повышения конкурентоспособности государств, регионов, областей и городов с целью завоевания внешних рынков, привлечения инвесторов, туристов, новых жителей и квалифицированных мигрантов. «Брендинг мест направлен на преодоление дефицита материальных и нематериальных ресурсов в регионе; в его основе лежит идея донесения до широкой общественности представления об уникальности территории» [6].

«С давних времен на Руси люди неосознанно занимались тем, что теперь принято называть территориальным брендингом и маркетингом: проводили ярмарки в самых посещаемых окрестным населением местах, возле монастырей и церквей. Монастыри иногда получали право частично оставлять себе ярмарочные и торговые пошлины, поэтому разными способами привлекали продавцов и покупателей. Постепенно торговцы селились возле монастырей, возникали города» [6]. Благодаря монастырям возникли города Сергиев Посад в Московской области, Жиздра в Калужской и Тихвин в Новгородской областях.

В XVI–XVII веках появляется первый бренд – вологодское кружевоплетение, к XVIII веку – ивановский ситец и гжельская керамика. Возникшие в царской России бренды увековечили названия территорий в произведениях фольклора: пословица «В Тулу со своим самоваром не ездят», песня «Оренбургский пуховый платок» [5]. В данных случаях брендинг территорий стал косвенным результатом создания уникальной, высококачественной продукции.

Первые попытки систематизации маркетинговых программ для регионов возникли в России во второй половине XX века вследствие ускорения процессов глобализации, прерванных двумя мировыми войнами и экономическим кризисом.

«Распад СССР поставил бывшие республики перед необходимостью поиска новой индивидуальности. Возник вопрос о критериях, которыми можно измерить эффективность использования брендинга территории. Задачу специалистов того времени сильно упрощал тот факт, что говорить об успехе или провале кампании можно только в долгосрочной перспективе, и даже десяти лет недостаточно, чтобы судить об успешности государственного бренда» [6]. В этот период в России еще не задумываются о важности территориального маркетинга.

В редком случае российский город может похвастаться успешным и ярким примером собственного брендинга. Бесспорно, практика разработки логотипов и фирменных стилей для городов России существует. Однако бренды российских городов не выдерживают конкуренции с зарубежными аналогами. Причиной этому послужило вовсе не отсутствие агентств, которые могут профессионально выполнить такую задачу. Основная причина – в характере связей между государственными органами и агентствами, которые не отлажены и слабо проработаны, а также в отсутствии единого подхода к созданию и усилению бренда города. Аналогичная ситуация складывается и с брендами регионов.

При этом брендинг регионов и стран становится одной из самых востребованных форм маркетинга во всём мире [7]. В XXI веке преимущества

брендинга территорий осознали и власти российских городов. Например, Ульяновская область избрала образ территории демографического возрождения. В 2007 году Сергей Морозов, губернатор Ульяновской области, впервые объявил ежегодную областную акцию «Роди патриота в День России», а 12 сентября был официально объявлен выходным днем – власти исходили из того, что ребенок, рожденный в День России, должен быть зачат 12 сентября. Семье, в которой ребенок рождается 12 июня, дарят автомобиль «УАЗ-Патриот». Традиция прижилась: по состоянию на 14 января 2010 года 716 беременных женщин изъявили желание принять участие в акции «Роди патриота в день России» [5].

Один из ведущих российских исследователей в области брендинга территорий и генеральный директор консалтинговой компании «Stas Marketing Partners» Андрей Стась считает, что в России есть два особенно удачных проекта брендинга мест – это города Мышкин и Суздаль. «В случае с Мышкиным, который расположен на берегу Волги на пути следования круизных теплоходов, туроператоры просто договорились причаливать на мышкинской пристани. В городе поняли, что туристам нравится атмосфера застывшего во времени уездного городка, и стали создавать подчеркнуто провинциальные музеи. С 1996 года в городе проводится Фестиваль мыши. Что касается Суздаля, то он просто удачно использовал свой исторически сложившийся образ и туристическую инфраструктуру, созданную в советское время. Для привлечения туристов в городе придумали собственные праздники, например, Неделю русалок, День птиц и День огурца, которые в основном финансирует город» [6].

«В связи с проведением XXII зимних Олимпийских игр в Сочи был создан удачный территориальный брендинг, который актуален по сей день. Одну из попыток удачного брендинга Санкт-Петербурга предприняло агентство “Волга-Волга”, рекламная кампания которого носит название “Никаких медведей. Только красота”. Вологодская область уверенно заявила о бренде “Душа Русского Севера” и начала внедрять его в социальные сети, сувенирную продукцию, документацию и официальные мероприятия. Республика Татарстан в декабре представила бренд культурно-исторического наследия региона и сразу стала внедрять тематику в новогодние мероприятия и сувениры. Коми продолжает активно развивать свой туристический бренд эко-республики» [4].

Усилившаяся в последние годы активизация территориального брендинга привела к возникновению ряда проблем:

1. Понятийная. Большинство специалистов по данному вопросу считает важным только разработку логотипа, обсуждая территориальный брендинг. Во многих проектах отсутствует позиционирование, ответ на вопрос, что же такое брендируемый город, чем он отличается от остальных?

2. Технологическая. Принципы успешного использования брендинга городов, связанные с чужим опытом изучения, отсутствуют, нет сформулированных и оформленных успешных практик и методик.

3. Кадровая. В нашей стране можно насчитать около десятка квалифицированных специалистов, которые готовы оказать услуги и по брендингу местности, наряду со стратегическим планированием, рекламой товаров, развитием

туризма и другими темами. Однако на практике часто результат оказывается неудовлетворительный.

4. Эффект территориальной матрешки. Большое количество городов России политически и экономически находятся под властью регионов. В таких условиях процесс брендинга региона с последующей репрезентацией бренда во всех муниципалитетах может показаться естественным. Однако развития и брендинга требуют конкретные города, а не регионы. Политический фактор при брендинге регионов всегда играет решающую роль, и это является большой проблемой для отрасли. Например, в Республике Крым стоит развивать бренд отдельных объектов, а не полуострова в целом.

Однако, несмотря на наличие проблем территориального брендинга, есть и перспективы его развития в Российской Федерации:

1. Матрешка «снизу-вверх». Такую «матрешку» можно рассмотреть и в другом ракурсе. Предоставление муниципалитетам больших ресурсов для самостоятельного развития – тема, обсуждаемая на уровне правительства. Городам необходимо предоставить больше стимулов для привлечения инвестиций, развития предпринимательства и туризма. Тогда брендинг как инструмент муниципального развития будет более востребованным.

2. Внутренняя коммерциализация. Для городов, которые уже разработали свой бренд, стоит задача его коммерциализации. К примеру, никто в Москве не купит сувенир с рекламой города Сасово, пока известность его бренда не достигнет определенного уровня. Туристы и инвесторы тоже не сразу приедут в город, как только он объявит о появлении бренда. Для его продвижения потребуется время и вложения, поэтому в условиях минимальных ресурсов и всеобщего экономического кризиса очень важно искать любую возможность продвижения бренда.

3. Вовлечение городских сообществ. Многие позитивные образцы территориального брендинга как в России, так и в мире, связаны с коллективными действиями горожан. Городское общество – главное лицо разработки, внедрения, продвижения бренда.

4. Клуб городов-брендов. «В большинстве случаев инициаторами новостей о территориальном брендинге являются не города, а агентства и дизайнеры. Зачастую их инициативы становятся новостью для горожан. Отрасль должна стремиться к тому, чтобы генераторами новостей становились сами города, а также к тому, чтобы развивалось взаимодействие между городами, решающими схожие задачи» [4].

Что касается Республики Крым, то в настоящее время как никогда стоит проблема его бренд-идентификации, что имеет общенациональное значение и требует привлечения высокопрофессиональных специалистов. Министерство курортов и туризма Республики Крым уже сделало попытку провести конкурсный отбор туристического логотипа и слогана республики среди профессиональных компаний и населения. Однако для создания сильного бренда, рассчитанного, в первую очередь, на российскую аудиторию, но с возможностью расширения на ближнее и дальнее зарубежье, этого явно недостаточно. Необходимо стимулировать спрос на туристские услуги посредством проведения промо-акций, просветительских кампаний. Нужно активно продвигать в массовом сознании

## **БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИИ: СУЩНОСТЬ И РАЗВИТИЕ...**

культурные и исторические сюжеты, связывающие воедино Россию и ее «новую старую» территорию [8]. Учитывая, что у Крыма достаточно богатая история, это можно с успехом использовать при брендировании данной территории.

### **ВЫВОДЫ**

Проведя анализ динамики становления маркетинга мест в России, можно сделать вывод, что наиболее перспективным направлением территориального маркетинга в условиях информационной экономики становится территориальный брендинг развития отдельных городов и регионов. При выполнении работы мы достигли своей цели, проанализировав использование брендинга территории в границах нашей страны – Российской Федерации. Для достижения цели проведен анализ становления территориального брендинга и сделан вывод о том, что в России брендинг осуществляется со времен Киевской Руси. Мы рассмотрели случаи удачного использования брендинга территории в Российской Федерации, среди которых рекламная кампания Олимпиады Сочи, г. Санкт-Петербурга, эко-республики Коми и другие. Также мы описали проблемы и перспективы данной отрасли маркетинга, требующие дальнейшего детального изучения как в России в целом, так и в Республике Крым в частности.

### **Список литературы**

1. Кукина Е. Н. // Известия Волгоградского государственного технического университета. 2011. Том 4. С.204–206.
2. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2005. 382 с.
3. Лавров А. М., Сурнин В. С. Региональный маркетинг и тенденции его развития. Реформирование экономики: региональные аспекты. Кемерово: Кузбассвуиздат, 2008. 146 с.
4. Брендинг территорий: Тренды 2014–2015. Главные проблемы и тенденции развития отрасли в России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sostav.ru/publication/brending-territorij-trendy-2014-2015-14265.html>
5. История возникновения бренда территорий [Электронный ресурс]. URL: <http://www.advertology.ru/print81687.htm>
6. Национальный брендинг и брендинг территорий [Электронный ресурс]. URL: [http://www.marketing.spb.ru/lib-special/regions/nation\\_branding.htm?printversion](http://www.marketing.spb.ru/lib-special/regions/nation_branding.htm?printversion)
7. Территориальный брендинг в России [Электронный ресурс]. URL: [http://www.simpo.biz/news/index.php?ELEMENT\\_ID=2340](http://www.simpo.biz/news/index.php?ELEMENT_ID=2340)
8. Лапшов А. Сделать Крым брендом // Мир и политика. 2014. № 5. С. 56.

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 338.49 ББК 60.56

## МОДЕРНИЗАЦИЯ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ И ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

*Ширихина Е. Ю.*

*Высшая школа экономики и управления, ФГАОУ ВО «Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова, Архангельск, Российская Федерация  
E-mail: e. [shirihina@narfu.ru](mailto:shirihina@narfu.ru)*

Процесс перехода общества от постиндустриальной стадии к стадии НБИКС-технологий требует от экономики страны совершенно новых подходов к производству, потреблению, образованию и науке. Инновационные процессы являются неотъемлемой частью этого развития. Инновации находят свое отражение не только в процессе производства товаров и услуг, но и в управленческой деятельности, образовательном процессе. Причем новые требования к обучению специалистов предъявляет бизнес, предприятия всех сфер деятельности. Высшая школа, стремясь удовлетворить эти потребности, проходит непростые стадии своего развития, сталкивается с рядом проблем, использует новые возможности. Целью высшей школы новой формации является подготовка компетентных специалистов, обладающих не только глубокими теоретическими знаниями, но и имеющих серьезную практическую подготовку, инновационный тип мышления.

**Ключевые слова:** модернизационные процессы, инновации, инновационное развитие, социально-экономическое развитие региона, высшая школа.

### ВВЕДЕНИЕ

Все современные страны мира направляют свои усилия на социально-экономическое развитие как в национальном, так и глобальном контексте.

Совершенно очевидно, что базисом для экономического роста является состояние инновационной составляющей, а именно динамика и уровень ее развития.

При этом необходимо особенно подчеркнуть тот факт, что человеческий потенциал любой системы – это ее ценность, которую невозможно недооценить.

Сейчас экономическая ситуация в мире, в частности, в России такова, что имеет место рост безработицы. По данным Росстата, в декабре 2015 года число официально зарегистрированных безработных граждан составило 993,1 тысяч человек, то есть наблюдается постоянная тенденция к его увеличению.

Несмотря на то, что существует в некотором роде переизбыток трудовых ресурсов, все же для того, чтобы быстрее выйти из кризисной ситуации, стране необходимы человеческие ресурсы гораздо более высокого уровня, это требование новой инновационной системы.

Поставщиком человеческих ресурсов такого уровня призвана стать именно высшая школа. Поэтому мы абсолютно уверенно утверждаем, что высшее образование является основной подсистемой в формировании инновационного потенциала страны, региона.

**Цели и задачи статьи.** Целью данной статьи является обзор современного состояния экономики Архангельской области, роли региона в формировании инновационного потенциала России.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- проанализировать экономический потенциал Архангельской области;
- рассмотреть проблемы, стоящие перед регионом в социально-экономическом аспекте;
- определить направления развития высшей школы по формированию инновационного типа личности как преподавателя, так и будущего специалиста.

## **ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ**

Архангельская область является крупнейшим субъектом федерации на европейском Севере нашей страны. Область включает также Ненецкий автономный округ и арктические архипелаги – Новая Земля и Земля Франца Иосифа. Берега Архангельской области омываются тремя морями Северного Ледовитого океана: Белым, Баренцевым и Карским. Население области насчитывает 1173763 человека, проживающих на площади 589913 квадратных километров. Таким образом, площадь Архангельской области сравнима с территориями крупных европейских государств, таких как Украина, Испания, Франция. Но при этом плотность населения 1,99 человек на километр квадратный.

Природа щедро наградила регион своими богатствами. В недрах Поморья находятся огромные месторождения бокситов, меди, алмазов, нефти, газа и других полезных ископаемых. Так, Ломоносовское алмазное месторождение является крупнейшим в мире.

Значительные месторождения нефти и газа были разведаны на шельфе Белого и Карского морей.

Традиционная отрасль промышленности Русского Севера – это лесная промышленность. Непосредственное отношение к лесному комплексу имеет работа крупнейших на Северо-Западе России целлюлозно-бумажных комбинатов: Архангельского и Котласского.

Другой традиционный и старейший сектор экономики Архангельской области – это рыболовство.

Центр атомного судостроения расположен в 35 км от Архангельска, в городе Северодвинске на берегу Белого моря. Это такие предприятия, как АО ПО «Севмаш» и Центр судоремонта «Звездочка».

В области расположен единственный в Европе космодром «Плесецк».

Сельское хозяйство области представлено несколькими комплексами, производящими молочную продукцию, выращивающими картофель, свеклу, морковь.

Существенными темпами развивается и туризм в Архангельской области, который обусловлен климатическими и географическими условиями региона. В частности, это приключенческий и экстремальный туризм, охота и рыбалка, круизный и событийный туризм, деловой и образовательный туризм.

Географическое положение региона является прочной основой для международного сотрудничества в сфере экономики, образования, культуры, спорта со странами Баренц-Арктического региона.

Значительная удаленность от центра России компенсируется развитой транспортной инфраструктурой: авиа- и железнодорожное сообщение, федеральная трасса соединяют Поморье и другими субъектами Федерации.

Все вышеперечисленное свидетельствует об огромном экономическом потенциале Архангельской области. Эффективно используемый экономический потенциал позволит Архангельской области обеспечивать население региона рабочими местами, ростом благосостояния, повышением уровня образования, улучшать показатели состояния здоровья северян и увеличивать продолжительность жизни в регионе.

При этом необходимо отметить, что инновации, в каких бы направлениях и отраслях они ни появлялись, на сегодняшний день являются актуальным составным элементом жизни общества. Совершенно очевиден тот факт, что инновации – это двигатель социального и экономического улучшения любой страны, любой территории.

Современные реалии таковы, что важность рационального использования ресурсов, особенно невозобновляемых, очень высока. Это существенно меняет и технологии производства.

Вторая половина XX века ознаменована переходом общества к новой стадии своего развития – к постиндустриальному обществу, явными признаками которого являются высокие технологии в производстве и информатике, инновации в управлении, мощная компьютеризация и автоматизация различных процессов. А сейчас явно прослеживается переход от постиндустриального общества к эпохе НБИКС-технологий.

«Инновационная экономика – это экономика общества, основанная на знаниях, инновациях, на доброжелательном восприятии новых идей, новых машин, систем и технологий, на готовности их практической реализации в различных сферах человеческой деятельности» [3].

В достижении высоких показателей устойчивого развития России на национальном и макроэкономическом уровне важнейшая роль отведена высшему образованию.

Современные социально-экономические условия предъявляют более высокие требования к подготовке специалистов различных отраслей народного хозяйства, к качеству их подготовки, к компетенциям и профессионализму преподавателей высшей школы.

Но невозможно на выходе из высшего учебного заведения получить хорошего специалиста до тех пор, пока не исчерпаны проблемы высшей школы, пока отсутствует системность в их решении.

Отрицательно на модернизации высшей школы и, следовательно, подготовке специалистов для инновационной экономики, сказывается отсутствие конкретных индикаторов для измерения результатов функционирования высших учебных заведений. Все стратегическое управление вузом должно базироваться на целостной, сбалансированной системе показателей, которые характеризуют реальные результаты деятельности учебного заведения высшего профессионального образования.

Внедрение в образовательный процесс современных информационно-коммуникационных технологий способствует модернизации высшей школы.

Российскому высшему образованию целесообразно обратиться к опыту зарубежных стран, где академический и вузовский секторы занимают главенствующие позиции на стадии научных разработок. Таким образом, четко прослеживается связь образования, науки, производства, бизнеса и потребностей общества.

Так, если принимать за аксиому утверждение о том, что в инновационной деятельности важная роль отводится малому и среднему бизнесу, то можно предположить, что сотрудничество таких компаний и вузов будет полезно обеим сторонам. Например, мелкие и средние фирмы в США, Западной Европе и Японии, занимающиеся исследованиями, всегда создаются рядом с университетскими центрами, арендуют их площади, оборудование. Так, рядом со Стэнфордским университетом (США) находится около 3 тысяч таких предприятий с числом работающих порядка 190 тысяч человек. Это отличная база для будущих специалистов для применения своих знаний, умений и навыков.

Особого внимания заслуживает и место профессорско-преподавательского состава (ППС) высшего учебного заведения в процессе модернизации высшей школы и экономики в целом. Удовлетворенность ППС своим положением, условиями труда, заработной платой, статусом в вузе, участием в научной деятельности играет важную роль как в формировании инновационного типа преподавателя, так и студента – будущего участника экономических отношений новой формы.

Современный рынок и общество предъявляют требования к модернизационным процессам в сфере высшего образования в России. Внедрение коммуникационных и информационных технологий в образовательную деятельность становится все более очевидным.

Все эти изменения позволяют высшему образованию стать базовым звеном в устойчивом развитии экономики. В настоящее время на рынке востребованы специалисты с определенными компетенциями, знаниями, навыками. Экономические условия выдвигают свои требования к качеству подготовки специалистов, бакалавров и магистров.

С учетом присоединения России к Болонскому процессу, интеграции российского высшего образования в глобальное пространство возникает необходимость качественных изменений инновационного характера российской высшей школы.

Примечателен тот факт, что высшая школа самостоятельно, без поддержки государства не сможет провести такой серьезный, всеобъемлющий модернизационный процесс. Но приходится признать, что политика российского государства в отношении поддержки этих процессов не столь эффективна, как хотелось бы, и основная трудность заключается в том, что нет системного подхода к решению проблем высшего образования. Кроме того, в качестве аспектов, тормозящих процесс модернизации высшей школы, можно назвать такие моменты, как отсутствие индикаторов оценки результатов деятельности университетов и институтов, отсутствие системы контроля, которая была бы помимо всего прочего прозрачной и понятной. Ведь именно наличие четких соразмеренных индикаторов может стать базой эффективного стратегического управления в вузе, основой для принятия корректных, безукоризненных управленческих решений.



Учитывая тот факт, что наша страна интегрирована в мировое сообщество во всех отраслях, выстраивает новые взаимоотношения между сферами деятельности, предъявляет новые требования как процессу производства, так и к процессу потребления, мы понимаем, что введение образовательных стандартов на основе компетентностного подхода является инновационным по своей сути. Кроме того, это требует от высшей школы применения широкого спектра различных инструментов, механизмов, методов для того, чтобы на выходе из университета или института экономика в лице предприятий, работодателей, органов государственной власти получила высокообразованных специалистов, которые, обладая не только теоретическими знаниями, но и обширной практикой, будут результативно работать в различных отраслях народного хозяйства.

## **ВЫВОДЫ**

Являясь промышленно развитым регионом и в то же время сильным образовательным и учебным центром, обладающим удобной транспортной инфраструктурой, Архангельская область имеет своей целью интенсивное инновационное развитие и международное сотрудничество в Арктике. Поэтому совершенно закономерной является подготовка высококвалифицированных кадров для всех отраслей экономики. Новые формы, новые подходы этого процесса заключаются в тесной взаимосвязи работодателей и образовательного учреждения (Северного (Арктического) федерального университета), практикоориентированном обучении, расширении сети лабораторий и научно-исследовательских центров на базе университета, в активном участии как преподавателей, так и студентов в научной деятельности, причем исследования должны носить прикладной характер.

Университет должен подготовить нового человека, который органично вольется в инновационный процесс, будет элементом этой мощной системы. Синергетика всех составляющих позволит вывести регион и страну в целом на новый уровень социально-экономического развития.

Для более эффективной модернизации в сфере высшего образования методичное выполнение определенных этапов, таких как разработка индикаторов оценки результатов, отчетливая постановка целей, применение системного подхода в процессе реализации целей, укрепление связей образовательных учреждений и предприятий может стать фундаментом дальнейшего экономического роста России.

На наш взгляд, только совместными усилиями общества, производства, науки и образования в условиях модернизации экономики на основе инновационной составляющей возможно достичь стабильного социально-экономического состояния страны и, таким образом, обеспечить существенный рост экономики.

## **Список литературы**

1. Данилова И. Ю. Проблемы модернизации высшего профессионального образования в России - [Электронный ресурс]. URL: [http://www.superinf.ru / view\\_helpstud.php?id=1041](http://www.superinf.ru/view_helpstud.php?id=1041) (дата обращения 02.03.2016)
2. Инновационная Россия – 2020 [Электронный ресурс]. URL: <http://innovation.gov.ru/taxonomy/term/586> (дата обращения 03.03.2016)

3. Каменева Н. А. Основные направления развития инноваций в России // Проблемы современной экономики. 2010. № 3 [Электронный ресурс]. URL:<http://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-napravleniya-razvitiya-innovatsiy-v-rossii> (дата обращения: 26.03.2016).
4. Официальный сайт Северного (Арктического) федерального университета [Электронный ресурс]. URL: <http://www.narfu.ru> (дата обращения 02.03.2016)
5. Официальный сайт Правительства Архангельской области [Электронный ресурс]. URL: <http://www.narfu.ru> (дата обращения 02.03.2016)
6. Стратегия социально-экономического развития Архангельской области до 2030 года [Электронный ресурс]. URL: <http://www.arhadm.gov.ru/economy/strategy> (дата обращения 01.03.2016)

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

УДК 005.52

## МЕТОДОЛОГІЯ АНАЛІТИЧНОЇ ПІДТРИМКИ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У ВИПЕРЕДЖАЛЬНОМУ УПРАВЛІННІ ЕКОНОМІКОЮ

*Шпанковська Н. Г.*

*Національна металургійна академія України, Дніпропетровськ, Україна*

*E-mail: [NinaShpancovsk@mail.ru](mailto:NinaShpancovsk@mail.ru)*

Проведено огляд і аналіз існуючих підходів щодо визначення сутності методології науки. Обґрунтовано склад елементів методології аналітичних досліджень випереджального управління, який доповнено видами забезпечення. Запропоновано визначення методології як загального підходу до аналітичного дослідження, що містить його теорію, методи, методики, принципи та всі види забезпечення.

**Ключові слова:** випереджальне управління, методологія, аналіз, технологія управлінських рішень.

### ВСТУП

Наукові пошуки щодо удосконалення аналітичних оцінок в умовах мінливості та невизначеності зовнішнього та внутрішнього середовищ складних соціально-економічних систем, первинною ланкою яких є підприємство, значно активізувались. Виокремились нові напрями: випереджальне управління економікою, економічна діагностика, відроджується вітчизняний досвід щодо стратегічних планування і аналізу з адаптацією їх до ринкових умов. Про що свідчать концепції і стратегії модернізації національної економіки України, галузеві та регіональні комплексні цільові програми розвитку. Тому набувають актуальності проблеми удосконалення понятійного апарату економічної та управлінської наук, серед яких провідне місце займає наукова категорія методологія аналізу, або аналітична підтримка, яка необхідна на кожному з етапів технології управлінських рішень.

Випереджальне управління економікою спрямоване на віддалений період часу функціонування об'єкту з невизначеними умовами, потребує урахування ризиків та тенденцій глобалізації й інтеграції економіки. Це обумовлює високі вимоги до стратегічних і тактичних управлінських рішень (УР), що підсилює необхідність практичного досягнення належних повноти, об'єктивності та точності аналітичного супроводження (або підтримки) УР при випереджальному розвитку методології.

Тому метою даного дослідження є удосконалення складу елементів методології аналітичної оцінки сучасних управлінських рішень. Для її досягнення знадобилось вирішення наступних завдань:

- провести аналіз існуючих поглядів щодо сутності методології аналітичної оцінки;
- визначити особливості аналітичного супроводження управлінських рішень;
- обґрунтувати склад елементів сучасної методології цього супроводження.

**1. Огляд і аналіз літературних джерел** свідчать, що в довідковій літературі минулого століття поняття «методологія» розглядалося в основному як вчення про

метод наукового дослідження, що містить сукупність вживаних в дослідженні способів [1–3].

У теперішній час увага теоретиків і практиків акцентується на аналізі системи методів дослідження, доповнених загальними принципами його проведення [4]. В науковій літературі існує багато думок щодо визначення сутності категорії «методологія», але діаметральною протилежністю, як і єдністю, вони не відрізняються. Одноставно відмічається визнання методології як вчення про методи пізнання та підпорядкованість її методів.

**2. Викладення основного матеріалу дослідження.** На підставі систематизації, узагальнення та аналізу існуючих поглядів на сутність методології проведена їх порівняльна оцінка для виявлення відмінностей, переваг і недоліків з метою визначення напрямів уточнення трактовки цієї базової наукової категорії, важливої для практичного застосування. Результати порівняльної оцінки наведені у таблиці 1.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика авторських підходів щодо визначення сутності методології науки

Визначення змісту методологій	Переваги	Недоліки
1	2	3
Методологія – вчення про метод наукового дослідження; сукупність методів, що застосовуються в дослідженні. Метод – спосіб дослідження явища, підхід до явищ, що вивчаються, планомірний шлях наукового пізнання і встановлення істини; взагалі – прийом, спосіб або образ дії; діалектичний метод – науковий метод пізнання світу і його революційного перетворення [1, с. 403].	Передбачає планомірність наукового дослідження та його динамізм. Акцент на необхідність перетворення або удосконалення.	Не враховуються особливості господарської діяльності (ГД). Обмеженість складових елементів методології способами.
Методологія – вчення про науковий метод пізнання; сукупність методів, вживаних в будь-якій науці. Метод – спосіб пізнання, дослідження явищ природи і громадського життя; прийом, спосіб або образ дії. Методика – сукупність методів і прийомів доцільного проведення будь-якої роботи [2, с. 307, 308].	Доповнення способів дослідження методикою проведення. Передбачає застосування сукупності методів дослідження.	Великий ступінь узагальнення, що вимагає адаптації до специфіки ГД. Обмеженість категорії лише способами і методикою дослідження.

Продовження таблиці 1

1	2	3
<p>Методологія – вчення про структуру, логічну організацію, методи і засоби діяльності. Методологія науки – вчення про принципи побудови, форми і способи наукового (теоретичного) пізнання і перетворення дійсності. Метод – спосіб досягнення будь-якої мети, рішення конкретної задачі; сукупність прийомів або операцій, практичного або теоретичного освоєння (пізнання) дійсності [3, с. 797].</p>	<p>Передбачає дослідження структури організацій, принципів і форм, задач; враховує необхідність удосконалення та освоєння</p>	<p>Загальний філософський підхід, що потребує визначення і врахування особливостей ГД.</p>
<p>Методологія науки – це систематизований аналіз методів, які застосовуються для отримання наукового знання, і тих загальних принципів, яких необхідно дотримуватися в науковому дослідженні [4, с. 492].</p>	<p>Передбачено систематизацію і аналіз методів і принципів.</p>	<p>Обмеженість категорій методами і принципами дослідження.</p>
<p>Визначення сутності і завдань економічного аналізу, їхнього взаємозв'язку з елементами методології є першочерговим при вивченні цієї дисципліни [5, с. 5]. Наведено без надання авторської трактовки змісту методології як категорії. Відмічена необхідність рейтингової оцінки значущості принципів, методик, видів економічного аналізу.</p>	<p>Глибокий аналіз існуючих підходів до визначення структури елементів методології. Визначені напрями удосконалення окремих елементів методології.</p>	<p>Ототожнення системи економічного аналізу з його методологією [5, с. 31]. Селективний підхід. Відсутність виокремлення головного елемента – способів дослідження.</p>
<p>Методологія розглядається як загальний підхід до оцінок, який містить теорію економічної діагностики, її види, принципи, мету, завдання, методи та види забезпечення [6, с. 735].</p>	<p>Системний підхід до визначення категорії з урахуванням зв'язків її елементів, надання характеристик і їхнього стану.</p>	<p>Спрямованість на різновид аналізу – економічну діагностику. Обмежений склад видів забезпечення аналітичної оцінки.</p>

1	2	3
Методологію будь-якої науки поділяють на дві складові: загальну та конкретну. Якщо загальна складова – це діалектика, теорія пізнання, то конкретна – це закони даної науки, особливості пізнання її предмета, тобто – передумови, принципи тощо, які пов'язані між собою згідно з певним порядком, що дає змогу вивчити (досліджувати) предмет [7, с. 50].	Відокремленість загальної та конкретної складових. Врахування таких компонент як закони, передумови і принципи дослідження.	Відсутність важливого для сучасних умов елемента – забезпечення. Обмеженість дослідження предметом.
Методологія складається з принципів та правил отримання, обробки, фіксації та передачі інформації, правил оцінки та ін. [8, с. 33].	Врахування особливостей конкретної науки (обліку). Деталізація правил.	Обмеженість складових елементів принципами та інформацією.
Методологія – це вчення про методи (способи) пізнання, за допомогою яких досліджуються об'єкти, що в сукупності формують його предмет [9, с. 57].	Взаємозв'язок методів, об'єкту і предмету .	Обмеженість категорії лише методами.
Конкретна методологія науки містить елементи методики. Особливості методу визначають особливості методології. Дослідження об'єктів науки, використання її принципів та методів здійснюються на рівні методології [10, с. 29].	Тісний зв'язок між категоріями «методологія», «методика» «метод».	Відсутність елементів предмету дослідження та його забезпечення.
Необхідно вдосконалювати методологічний інструментарій шляхом більш широкого використання прийомів візуалізації; сценарного аналізу; методик комплексного аналізу, узагальнюючої оцінки; використання прийомів оптимізації для пошуку найкращих управлінських рішень (УР) [11, с. 63].	Чітка спрямованість на конкретну методологію економічного аналізу та її удосконалення. Зв'язок з УР.	Відсутність трактовки змісту категорії «методологія». Обмеженість її елементів інструментарієм

Як видно з таблиці 1, при незмінній формі наукової категорії «методологія» її зміст змінювався в бік його ускладнення. Про це свідчить зростання кількості складових елементів та їхніх компонентів. В деяких підходах методологія розподіляється на загальну, окрему і конкретну [4]; загальну та конкретну [7, 10]; адаптовану до специфіки виокремленої науки [5–11], у тому числі, економічного аналізу [5, 6, 11].

Загальнофілософська методологія, як і всі без винятку філософські категорії, є основою, базою для розробки й удосконалення понятійного апарату будь-якої науки з адаптацією змісту до предмету науки з урахуванням її специфіки. Тому більшість авторів методологію не диференціюють на загальну і конкретну, і ми дотримуємось такої ж думки.

Аналітична підтримка управлінських рішень має свої особливості: складність цієї конкретної функції управління; одночасове поєднання її з усіма чотирма основними функціями менеджменту (плануванням, організацією, мотивацією і контролем) як основної їх підфункції, що супроводжує процес кожної з них; будь-яке управлінське рішення, яке вона теж супроводжує на всіх стадіях його технології, є кінцевим результатом управлінської роботи, що підвищує вимоги до точності, об'єктивності, гнучкості та оперативності аналітичної оцінки на кожній стадії технології управлінського рішення; випереджальне управління, яке є одним з головних його сучасних принципів, обґрунтованих у дослідженні [12, с. 23], підсилює необхідність аналітичної оцінки управлінських рішень з урахуванням теоретичних і практичних досягнень економічної науки і накопиченого досвіду господарювання.

Викладене свідчить про необхідність доповнення методології аналітичної підтримки управлінських рішень такими елементами, як види її забезпечення: нормативно-правове, організаційне, методичне, інформаційне, програмне та ресурсне. Компонентами ресурсного забезпечення є різновиди ресурсів, а саме: трудові, технічні, матеріальні, фінансові [13–15].

Важливим елементом методології аналітичної підтримки управлінських рішень є її методи. Точність і об'єктивність оцінки УР забезпечуються вибором і комплексним застосуванням системи методів: загальнонаукових (гіпотеза, аналогія, спостереження, експеримент та ін.), традиційних та економіко-математичних методів аналізу, основних методів менеджменту, експертних оцінок та імітаційного моделювання та ін. Для апробації управлінських рішень доцільно використання методу ділових ігор для виявлення слабких місць, недоліків, та протиріч з метою їх усунення до впровадження управлінського рішення. Це одночасно сприятиме підвищенню кваліфікації та компетентності як розробників управлінського рішення, так і управлінського персоналу, який буде його впроваджувати.

### **3. Висновки проведеного дослідження та напрям подальших розробок.**

Таким чином, методологія як наукова категорія є загальним підходом до аналітичного дослідження і супроводження управлінських рішень на всіх стадіях технології УР, який включає: теорію, понятійний апарат, методи і принципи та належне комплексне забезпечення (нормативно-правове, організаційне, методичне, інформаційне, програмне та ресурсне). Напрямом подальшого дослідження є удосконалення методичного забезпечення аналітичної підтримки рішень випереджального управління діяльністю підприємства. Методичне забезпечення – це комплекс методик (загальної, галузевої, конкретної або часткової) аналітичної підтримки управлінських рішень.

**Список літератури**

1. Словарь иностранных слов / Под ред. И. В. Лехина, С. М. Локшиной, Ф. Н. Петрова, Л. С. Шаумяна. М.: Советская энциклопедия, 1964. 784 с.
2. Словарь иностранных слов. 17-е изд. М.: Русский язык, 1988. 608 с.
3. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А. М. Прохоров. Изд-во четвертое. М.: Советская энциклопедия, 1986. 1600 с.
4. Философия: энциклопедич. словарь / Под. ред. А. А. Ивина. М.: Гардарики, 2004. 1072 с.
5. Лазаришина І. Д. Методологія та організація економічного аналізу: монографія. Рівне: УДУВГП, 2004. 112 с.
6. Шпанковська Н., Камеко Г., Ананьєва Т. Проблемні аспекти методологій економічної діагностики // Обліково-аналітичні системи суб'єктів господарської діяльності в Україні. Науковий збірник. Спецвипуск 15 (Частина 2). Львів: ЛНУ ім. Івана Франка. 2005. С. 734–738.
7. Сапко В. В. Бухгалтерський облік: навчальний посібник. К.: КНЕУ, 1998. 448 с.
8. Пушкар М. С. Тенденції та закономірності розвитку бухгалтерського обліку в Україні (теоретико-методологічні аспекти): монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2000. – 567 с.
9. Рудницький В. С., Лазаришина І. Д., Хомедюк В. О. Внутрішній аудит: монографія. Рівне: УДУВГП, 2003. 163 с.
10. Гура Н. О. Методологія та методика науки бухгалтерського обліку: спільне та відмінне // Роль і місце бухгалтерського обліку, контролю й аналізу в розвитку економічної науки і практики: Зб. матеріалів ІІ МНПК 6–7 грудня 2012 р. К. КНЕУ, 2012. С. 27–30.
11. Парасій-Вергуненко І. М. Перспективи та напрями подальшого розвитку методологій аналізу господарської діяльності економічних суб'єктів // Роль і місце бухгалтерського обліку, контролю й аналізу в розвитку економічної науки і практики: Зб. матеріалів ІІ МНПК 6–7 грудня 2012 р. К.: КНЕУ, 2012. С. 61–63.
12. Подсолонко В. А. Опережающее управление устойчивым развитием экономики: монография. Симферополь: ДИАЙПИ, 2012. 400 с.
13. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А., Осипова С. С. Обеспечение опережающего развития экономики на основе усиления ее инновационной компоненты // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». 2011. Т. 4. № 24 (63). С. 225–232.
14. Подсолонко В. А., Подсолонко М. В., Тарасюк В. Д. Стратегия инновационного повышения занятости населения в рекреационном регионе на основе развития малого предпринимательства // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». 2012. Т. 4. № 25 (64). С. 182–191.
15. Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А. Стратегия роста конкурентоспособности экономики Украины и ее регионов // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». 2013. Т. 2. № 26 (65). С. 88–98.

*Стаття надійшла до редакції 19.09.2016*



УДК 330.34

## СТРУКТУРНО-ЛОГИЧЕСКОЕ И КЛАСТЕРНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

*Штельцер М. С., Карташевская И. Ф.*

*Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация*

*E-mail: [kar.inessa@i.ua](mailto:kar.inessa@i.ua), [maxschteltser@yandex.ru](mailto:maxschteltser@yandex.ru)*

Рассмотрены теоретические аспекты праксиологического подхода в структурно-логическом моделировании, а также использования кластерного моделирования в туризме. Опираясь на метод аналогии, предложена классификация кластерных моделей применительно к туризму на иерархических уровнях.

**Ключевые слова:** праксиология, структурно-логическое моделирование, кластер, кластерное моделирование, туризм.

### ВВЕДЕНИЕ

При ретроспективном знакомстве с методами структурно-логического и кластерного моделирования обращает на себя внимание тот факт, что, несмотря на высокую эффективность, они пока не нашли должного применения в отечественном менеджменте туристической отрасли. В туризме, несмотря на популярное использование термина «кластер», структурно-логическое и кластерное моделирование применяется крайне редко. В связи с этим считаем предложенную тему исследования актуальной.

Цель: предложить авторский подход систематизации структурно-логических и кластерных моделей в туризме.

Задачи:

- используя праксиологический подход, классифицировать структурно-логические и кластерные модели в туризме;
- дать определение новому понятию «кластерная социально-экономическая модель туристской отрасли».

### ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Методологию праксиологии исследовали многие ученые: Карл Менгер, Ойген фон Бём-Баверк, Людвиг фон Мизес, Фридрих Август фон Хайек, Т. Котарбинский и др. Инструментом познания человеческой деятельности ими была избрана логика как отражение и продолжение мышления [1, с. 54].

В результате этих исследований подтверждена важность человеческой деятельности и её результатов в изменении бытия. В качестве концептуальной основы для формирования моделей социальных институтов предложен принцип равнозначности результатов деятельности людей [1, с. 78–79].

Деятельность общества рассматривается как совокупность деятельности отдельных индивидов, осуществляющейся в порядке:

- сотрудничества;
- стимуляции;
- подавления;
- разрешения.

Цели индивидуальной деятельности определяются моральными ценностями, а выбор средств для их достижения является результатом всех знаний индивида [1, с. 57–59, с. 65].

Праксиологический подход позволяет рассматривать человеческую деятельность с нескольких позиций:

- «результативность» – достижение запланированных результатов/целей;
- «правильность» – максимально приближаться к задаваемому образцу;
- «чистота» – избегать непредусмотренных последствий и ненужных включений;
- «надежность» – максимальная объективная возможность достижения намеченного результата;
- «последовательность» – этапность [2].

Структурно-логическое моделирование как компонент структурного анализа является одним из наиболее эффективных методов современного менеджмента, соответствующих критериям праксиологического подхода.

В структурно-логическом моделировании выделяют аналитическую фазу и фазу планирования.

Аналитическая фаза представлена:

- этап 1 – анализ заинтересованных сторон;
- этап 2 – анализ проблем;
- этап 3 – анализ целей.

Фаза планирования включает в себя:

- этап 4 – выделение логики участия;
- этап 5 – указание допущений и факторов риска;
- этап 6 – определение показателей;
- этап 7 – составление графика мероприятий;
- этап 8 – составление планов расходов.

Инструментальный аппарат структурно-логического моделирования представлен логической матрицей и различного рода диаграммами, формируемыми на её основе [3, с. 193].

Логическая матрица представляет собой логически структурированную совокупность связанных элементов (целей), функций (задач) и ресурсов, необходимых для построения модели и описания системы. В зависимости от применяемого подхода изменяются и характеристики логической матрицы.

Структурно-логические модели могут быть ориентированы на функции, объектно-конструктивные или функциональные части системы, либо иметь смешанную ориентацию [3, с. 186].

Соответственно выделяют методы:

1. структурного анализа и проектирования: SADT (D. Ross – 1969–1973) [4], DFD – Data Flow Diagrams (E. Yourdon – 1979) [5], DFD (K. Gane, T. Sarson,

De Marca) – построение моделей, представляющих совокупность диаграмм потоков информации. Диаграммы верхних уровней совокупности определяют основные процессы или подсистемы, которые анализируются при помощи диаграмм нижнего уровня, создавая иерархию диаграмм до тех пор, пока процессы не становятся элементарными и анализировать их далее невозможно [6];

2. объектно-ориентированные методы: OOD (Booch/Jacobson/Rumbaugh – 1991–1992), OOAD (P. Coad, E. Yourdon – 1979), OODLE (Shlaer-Mellor – 1988), Demeter, Henderson-Sellers [7, с. 4–5];

3. информационная инженерия: сначала моделирование данных, затем – процессов, Martin-Finkelshtein, Porter, Goldkuhl [3, с. 186–187].

Под термином «моделирование» (simulation) подразумевается имитация ситуации в целях ее исследования или исследование процессов и состояний системы при помощи их реальных и идеальных моделей [8].

В международной практике принято кластеры группировать в семь основных комбинаций, на каждой из которых базируется стратегия их экономического развития:

- географическая – включает пространственные кластеры с экономической активностью от сугубо местных (например, садоводство в Нидерландах) до глобальных (аэрокосмический кластер);
- горизонтальная – несколько отраслей (секторов) могут входить в более крупный кластер (например, система мегакластеров в экономике Нидерландов);
- вертикальная – в кластере могут присутствовать смежные этапы производственных процессов. При этом важно, кто из участников сети объявляет себя инициатором и конечным исполнителем в рамках кластера;
- латеральная – в кластер объединяются секторы, которые могут обеспечить экономию за счет эффекта масштаба, что приводит к новым комбинациям (например, мультипликации кластера);
- технологическая – совокупность отраслей, пользующихся одной и той же технологией (например, биотехнологический кластер);
- фокусная – кластер фирм, сосредоточенных вокруг одного центра – предприятия, НИИ, учебного заведения;
- качественная – существенным является не только факт сотрудничества фирмы, но и способы сотрудничества.

Кластеры варьируют по своим размерам, широте охвата, уровню развития в зависимости от отрасли.

Вопросы формирования кластерных моделей рассматривают отечественные и зарубежные ученые: З. П. Варнальный, М. П. Войнаренко, В. М. Гец, Н. П. Маракий, В. Савченко и другие. Однако данные публикации связаны с вопросами моделирования в производственной сфере. В индустрии туризма, так же как в других секторах сферы услуг, кластерные исследования немногочисленны. Между тем кластеры играют решающую роль в формировании туристских центров, привлечении в них посетителей и повышении их конкурентоспособности. Индустрия туризма имеет ряд особенностей, придающих актуальность кластерному подходу в развитии сферы отдыха. Одна из главных особенностей состоит в том,

что индустрия туризма тесно взаимосвязана с другими отраслями экономики. Промышленность и сельское хозяйство, строительство и торговля участвуют в удовлетворении многообразного и комплексного туристского спроса. По данным Министерства торговли США, в сферу обслуживания туристов вовлечено 24 отрасли экономики страны. В этой связи вычленив туристскую составляющую и провести четкие границы туристского сектора чрезвычайно сложно. В индустрии туризма находят подтверждение как общие закономерности образования и функционирования кластеров, так и специфика их проявления в этой сфере. Сущность кластера раскрывается через взаимосвязи входящих в него фирм, которые предстают в виде цепочек добавленной стоимости и системы накопления стоимости. Добавленная стоимость – это часть стоимости товаров, услуг, приращенная непосредственно на данном предприятии, в данной фирме. Каждый вид производительной деятельности на предприятии создает добавленную стоимость. Выстроенные в определенной последовательности один в продолжение другого, они образуют внутрифирменные цепочки добавленной стоимости. Для достижения конкурентного преимущества фирма должна оптимизировать как собственную цепочку добавленной стоимости, так и внешние цепочки, связывающие ее с поставщиками и потребителями. В туристском кластере система накопления стоимости включает четыре типа цепочек добавленной стоимости поставщиков (прежде всего транспортных компаний), средств размещения и развлечений, каналов сбыта туристских продуктов (туроператоры, турагенты), а также самих покупателей – туристов. Например, во время семидневного пребывания посетителя в отдаленном туристском центре работает от 10 до 20 цепочек. В них задействовано 30–50 разных фирм, от экскурсионного бюро, специализированных магазинов туристской литературы и страховых компаний до сувенирных лавок, пунктов обмена валюты, такси и т. п. Если применить к данной ситуации общепринятую уже в научном мире классификацию кластерных моделей, можно отнести ее к категории фокусной, т. е. кластер фирм, сосредоточенных вокруг одного центра, которым является фирма-туроператор.

Ко второму типу кластерной модели – географической – можно отнести модель сельского зеленого туризма. Кластерная модель включает пространственные кластеры с экономической активностью, например, садоводство, пчеловодство, виноделие, виноградарство, гончарное производство, гостиничное хозяйство и т. д.

Карташевской И. Ф. разработана авторская кластерная социально-экономическая модель туристской отрасли, дающая представление о реальном и прогнозируемом состоянии туристского комплекса. Представляет собой совокупность систем – кластеров, состоящих из моделей отдельных видов туризма, приоритетных для данного региона в данный исторический период. Каждый вид туризма в кластерной модели представлен своим набором туристских ресурсов, специализированных предприятий, специально подготовленным персоналом, инфраструктурой. Данная модель представляет третий тип моделей – горизонтальный, т. е. когда несколько отраслей (секторов) могут входить в более крупный кластер, например, курортно-рекреационный или туристский комплекс [8].

## **ВЫВОДЫ**

Таким образом, проведя исследование, приходим к выводам:

1. применение праксиологического подхода возможно при структурно-логическом моделировании – методе целенаправленного управления;
2. опираясь на метод аналогии, кластерные модели в туризме предлагаем классифицировать по видам:
  - фокусные: кластер фирм-поставщиков, сосредоточенных вокруг одного центра – фирмы-туроператора;
  - географические: включают пространственные кластеры с экономической активностью, например, кластер сельского зеленого туризма;
  - горизонтальные: несколько отраслей (секторов) могут входить в более крупный кластер, например, курортно-рекреационный или туристский комплекс.

## **Список литературы**

1. Ludwig von Mises. Человеческая деятельность // Московский Либертариум, 1994.
2. Грицанов А. А. Новейший философский словарь. Мн.: Книжный Дом, 2003. С. 2824.
3. Туккель И. Л., Сурина А. В., Культин Н. Б. Управление инновационными проектами: учебник / Под ред. И. Л. Туккеля. СПб.:БХВ-Петербург, 2011. 416 с.
4. Рубцов С. В. Методология структурного анализа и проектирования. М., 2000.
5. Yourdon E. Just Enough Structured Analysis. Ch.9, 2006 [Электронный ресурс]. URL: <http://static1.squarespace.com/static/50c9c50fe4b0a97682fac903/t/512878e6e4b02e5615b4c5ed/1361606886338/Yourdon+DFD.pdf>
6. Калянов Г. Н. Консалтинг при автоматизации предприятий. М., 2005.
7. James Rumbaugh, Ivar Jacobson, Grady Booch The Unified Modeling Language Reference Manual, 1999.
8. Карташевская И. Ф. Формирование эффективной системы управления в туризме на основе кластерного моделирования : монография. Симферополь: ДИАЙПИ, 2012. 444 с.

*Статья поступила в редакцию 19.09.2016*

## SUMMARIES

### COMPREHENSIVE ANALYSIS OF THE CRIMEAN TOURIST DESTINATION

**Bayandurova A. A., Rosenberg I. G., Shaytura S. V.**

In recent decades, international tourism is constantly developing, expanding its geography. Now tourism - this is one of the largest and fastest growing industries in the world. Increasing competition on a global scale. Win those destinations where the business is carefully thought out and organized. Maintaining a business requires constant analysis and monitoring.

Tourist destination decisive element of the tourist system. It can be characterized as a center (territory) with all kinds of amenities, for all kinds of tourist facilities and the needs of the services. In other words, a tourist destination includes the most important and crucial tourism elements necessary for tourists. Region tourist destination is one of the most important in the tourism system, as do tourist destination and attract tourists image, motivate visit, thus intensifying the whole tourist system. Under the destination geographical area is understood, has defined boundaries that can attract and meet the needs of a fairly wide group of tourists.

The aim of the paper is the development of methods of analysis of tourist destinations on the example of the Crimean region. The objectives of the study are: testing methods of cluster analysis of tourist destinations; the valuation of the various clusters of neural network method.

The authors interpret the concept of a cluster as a group of interrelated resources and factors of enterprises are concentrated in the same area, are necessary or desirable for the development of a certain type of tourism, contributing to the satisfaction of tourist needs, depending on the purpose of tourism. For the qualitative study authors developed a cluster mapping method taxonomy based on the cluster approach. Cartographic taxon - association of territorial units of the object, which contains a homogeneous tourism resource. The development of tourism in the region enables smooth contrasts model "center-periphery", which describes the interaction and geographic heterogeneity of socio-economic development within the system: the acceleration in the "center" and the lag in the "periphery".

Split region into clusters allows to generate intellectual market model destinations of Crimea, on the basis of neuro - network methods. Evaluation of tourist clusters is carried out in several stages: collection of baseline data; forming the base of scaled data; the creation of a mathematical model of real estate

valuation, appraisal model parameters based on non-parametric statistical methods, formulation of the problem in neural network basis, the analysis of the mathematical model parameters of real estate valuation, based on the results of the neural network training; choice architecture and training Kohonen maps; compilation of information on the basis of the atlas synthesis Kohonen maps and GIS kart destinations; the creation of a knowledge base in the form of linguistic control rules based on Kohonen maps and analysis of mathematical models for assessing tourist clusters.

The result of the study is to develop a tool for intellectual and analytical assessment destinations clusters. Developed algorithms and software description of this class of problems, methods of artificial neural networks and capabilities of GIS technology. the effectiveness of this solution is proved.

**Keywords:** international tourism, tourist destination, tourist cluster, the cluster approach, mapping taxon, real estate valuation, neuro - network method, geographic information systems.

## **AN INNOVATIVE COMPONENT OF THE ADVANCED DEVELOPMENT STRATEGY**

**Buzni A. N.**

The article is devoted to the increasing role of innovations in development of modern economy and some aspects of the National innovation system.

The advisability of implementation in the Russian Federation the strategy of advancing development by improving the National innovation system with vector orientation on the sixth and seventh technological structures of innovation development is substantiated.

The classification of the stages of the national innovation system of Russia development in their mating relationship to technological structures, formulated in the works by N. S. Kondratieff, J. Schumpeter, D. N. Lvov and S. Glazyev is proposed basing on a retrospective view on the development of the ancient science results and technological revolution in developed countries and in Russia since the beginning of its statehood formation, then on the stages of the pre-revolutionary growth of the economy in the first years of Soviet power, the restoration of the national economy in the postwar years, and its degradation in the period of formation of market relations.

The importance of innovation in the strategy of advanced development is proved basing on the analysis of statistical data for economic and innovation development of Russia. Some of the most common ways of strengthening the

National innovation system of the Russian Federation aiming to implementation the strategy of faster growth of the economy are proposed.

In particular, it was deemed necessary:

1. A fundamental change in the attitude of the state towards innovation activity and the transition from declarations to practical disposition to implementation of innovative development strategic programs aimed to strengthen the centralized science management tools, which has demonstrated its effectiveness in the Soviet period experience.
2. The change of the inertial nature of economic development on a proactive strategy of advanced development. Innovation activity must be a priority, providing funding for science in general not less than 3 % of GDP.
3. The creation of a system of propaganda, promotion and implementation at all levels of the management (enterprises, regions, sectors, States) of innovative approaches aimed at the use of leading technologies of the sixth and seventh technological structures. Only they should be given preferential financing in the form of subventions, privileges and other preferences.
4. Creation at the enterprises and in the management structures the sections of innovation activity (R&D centers, departments of researches and development, new products and technologies, etc.).
5. To create in the structure of public administration the Council of scientists, which would not consist of officials but of the most respected and active representatives of science with the aim of collectively justified scientific support of the country faster development strategy to be similar to the Council under the President of the Russian Federation on development of civil society and human rights.
6. There is a need to establish the international union of scientists, and to develop a model of the ideal society - that is the specific international Institute of scientists like the Club of Rome, but with the official status of International research organizations, such as UNESCO.

**Keywords:** strategy advancing development; National innovation system; technological structures.

## **IMPACT OF THE GOVERNMENT SUPPORT ON THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS IN CRIMEA**

**Gorovets N. A.**

The article is devoted to the role of small and medium business in the economy of the Crimean region. The advantages and disadvantages of small forms of entrepreneurship are addressed in this article. The paper studies the main



problems of small and medium-sized businesses after the accession of the Crimea to the legal framework of the Russian Federation. It reviews the main directions of the government support for businesses, aimed to increase their size, scale of operations, innovative development. Effective use of the potential of the business is the most important task for the sustainable development of the Republic of Crimea.

Development of the Crimean region and the Russian Federation as a whole depends on the economic condition of small and medium-sized businesses. The Crimea has significant natural, intellectual and labor resources. It is promising in terms of investment activity. The main task, of both government and residents of the peninsula, is the maximum use of this capability. The Government carries out an active state policy of regulation and stimulation of small and medium enterprises, creates a favorable climate, provides financial support for entrepreneurship. For the financial support of business three funds are established in the Crimea: Microfinance Entrepreneurship Fund of the Republic of Crimea, the Crimean Guarantee Fund for Entrepreneurship Support, Crimean State Entrepreneurship Support Fund. The main directions of financial support are microcredit provision, granting and provision of guarantees for loans from commercial banks, the organization of free of charge legal and accounting advising, training on business plans writing and the basics of business etc. The significant preferences for small and medium business are given due to established free economic zone (FEZ) in the Crimea.

Despite the difficulties of the transition period and the external factors, that complicate the development of the region, creation of FEZ, implementation of the state programs, funded from both the federal and regional budgets, begin to produce results. This is evidenced by the growth of the number of small and medium businesses, increase in the scale of their activities especially in the areas of priority such as health resort and tourism sector, agricultural activities, industrial production, the area of folk arts and crafts.

**Keywords:** small and medium-sized businesses, peculiarities and problems of small business in the Crimean region, government support of small business

## **TECHNOLOGICAL AND ORGANIZATIONAL VIRTUALIZATION COMPANIES IN THE INFORMATION SOCIETY**

**Dick V. V., Staroverova O. V., Urintsov A. I.**

The network economy segment development pace is far ahead of the theory management development pace now. The main reason for the rapid development of network economy is in joining the international community in the "information

space". It has influence on the control as feedback. International communications and the introduction of information technologies in the production and management processes, combining global information networks ensure the emergence of new management models. They are focused on the integration processes of economic entities operating using global network for business interactions. Globally, extraterritoriality, accessibility, interactivity, anonymity characterize business interaction network.

We can see virtual enterprises in our society. Under Virtual understand the company, which has no physical address, but having a legal address. According to another interpretation virtual enterprise is a common company, geographically distributed, but controlled on the basis of network interactions.

In an article for virtual enterprises considered to Sberbank example. The trend of technological "virtualisation" and virtualization management are based on modern IT trends: mobility of staff and users, the use of vending devices, internet banking, mobile banking and telephone banking, ATMs with recycling, blockchain technologies, while maintaining the central (vertical) organizational management structure.

The transfer of back office to data center changed branches into offices and additional offices, which are nothing more than a front end.

But all these technical innovations, expands the virtual presence of Sberbank, do not relate to one - a rigid vertical management architecture. Vertical hierarchical model continues now. It is used despite the obvious flaws.

**Keywords:** virtual enterprise, information space, management system, the information society, the types of virtual enterprises, network cooperation, Sberbank, Pochtobank, the Russian IT market, the crisis, management system, technology virtualization model, vertically-centralized management structure.

## SYSTEMIC ANALYSIS IN ENTERPRISE MANAGEMENT

**Zhuravlova T. O., Nazarkina L. I.**

System analysis, which fundamentals are rather old is still a relatively young science (comparable in age, for example, to cybernetics). Despite its active development its defining concepts and terms are not enough formalized (if there exist any possibility to carry it out). System analysis is applied in any subject area, and contains particles as well as common methods and procedures of the study. This science, like any other, is aimed to investigate new connections and relations of objects and phenomena. But, however, the main problem of our science is to investigate connections and relations in a way that objects under study would become more manageable, observable, and as a result of the research "revealed"

mechanism of interaction of objects would become more applicable to other objects and phenomena.

Tasks and principles of systematic approach do not depend on the nature of objects and phenomena. In describing the foundations of analysis, synthesis and system modeling, there are two main approaches: formal and conceptual and meaningful. Formal approach uses formal mathematical apparatus of various levels of rigor and commonality (from simple correlations to operators, functors, categories, algebras). Conceptual and meaningful approach is focused on basic notions, ideas, approaches, concepts, opportunities, on basic methodological principles, and uses "semi formal" introduction into the essence of ideas and concepts discussed. Many ideas and principles of system analysis, despite being more accurate, are rigorous by formal language of presentation; however, they remain valid, current, with possibility of effective usage and meaningful language. It should be noted that a successful understandable example is frequently more meaningful for understanding of these principles, than rigorous mathematical definitions. Regularities of relations between elements and structure, correlation of a part and the whole, interaction of structures within a single object are the main problems of system analysis as a methodology. The competence of the system analysis also concerns the research of isomorphisms notions, laws and models in various fields of science to their transfer from one discipline to another; and the problem of construction of adequate theoretical models for those fields of science in which they are absent. System engineering is developing at the foundation of general methodological grounds, we investigate the applicability of cybernetics, information theory, game theory, decision theory, factorial analysis, topology, that include the theory of networks and graph theory. This list is not complete and will be supplemented by courses that explore system, structural and element relations. System analysis is a special theoretical concept with variant of its applied usage, which was arranged in the twentieth century. System analysis is not something accidental, but a special invention of the twentieth century. In the system analysis there is only synthesized experience gained from philosophy and other sciences, in the construction and usage of scientific knowledge and other forms of knowledge.

**Keywords:** system, external and internal environment, situation, adjustment, adaptation, goals.

## MODERN METHODS OF IMPROVEMENT OF PERSONNEL POLICY OF THE ENTERPRISES IN THE SPHERE OF TOURISM

**Ilbesinova V. O., Vershitskaya E. R.**

This article discusses the current issues and problems of formation, implementation and improvement of personnel policy organizations of tourist sphere. The basic requirements of the federal target program "Development of domestic and inbound tourism in the Russian Federation (for 2011 – 2016 years)" are studied in the paper. The specifics and peculiarities of human resources in the field of tourism policy are also considered. The basic qualities of personnel in a tourist organization on the basis of the analysis of requirements and problems of personnel policy in the sphere of tourism are defined. In the field of tourism, it is very important to create such an atmosphere of effective cooperation in which each employee is interested in the fecundity and effective implementation of his or her skills and abilities. The interest and emotional involvement of every employee is directly reflected in the implementation of hospitality services. An important issue in the development of the tourism industry is providing services of import and sale of imported goods. The issues of hotel services quality and the provision of tourist services, cost of services and cost-effectiveness are also of great importance. Skills, knowledge and experience in resolving personnel placement problems, improve the regulatory system and the organization of work of employees of organizations in the services sector should also be taken into account. The provision and implementation of these services involves the use of imported equipment that improves the quality of guest service. This fact implies the presence of trained professionals in the field of foreign equipment and foreign experience. It also should be noted that recruitment equipping of tourism facilities comes from the main traditional sectors of the economy, including countryside. This fact makes it necessary to strengthen the training and re-training of potential employees in such areas as: geographical, historical, linguistic, cultural, spiritual and moral. It is necessary to take into account the specialization of tourist organizations, tourist age, gender and geographic region. One of the key directions in the personnel policy of tourism advocates a constant rotation of personnel. It means that young employees have the opportunity to gain experience working as guides, guides, logisticians, developers of tourist routes, tourist groups leaders, managers of large hotels and large international tourism organizations. Thus, consideration of problems and the study of the formation, implementation and improvement of personnel policy in organizations of tourism sector is a diversified and complex task.

**Keywords:** human resources policy, training, tourism industry, improving human resources policy.

## **MARKETING ANALYSIS OF THE TOURISM BUSINESS IN THE CRIMEA**

**Kozhaev Y. P., Shaytura S. V., Shangin A. I.**

The tourism business is tough competition. In order not to fail in the competition you must constantly produce marketing business analysis. Marketing analysis includes all categories of tourist business: transportation, housing, environment, attractions, advertisements, booking tours methods. The most effective means of promoting the sale of advertising is the Internet rounds.

The purpose of this article is to provide a method of creating information support of tourist business of the Crimean region. At the same time the following tasks:

- Developing methods of analysis of tourism business;
- Assesses the efficiency of the tourist sites;
- Assessed existing Internet - resources used in the tourism sector of the Crimean region.

The method of analysis of the tourist business is complex processing of incoming raw data: identification of patterns (free search); the use of the revealed laws to predict unknown values (predictive modeling); analysis of the exceptions, designed to identify and interpret patterns of anomalies found.

Conceptual architecture analysis of tourism data should include three components: a data access layer; layer user interaction; business logic. The results of marketing data mining are used in business applications by analysts and company executives. For these types of users developed a high-level tool that address the practical problems difficult enough without any special mathematical preparation.

An important part of the analysis is to evaluate the tourist sites. This assessment consists of four components: business, traffic, conversion and involving the audience. Based this technique was performed an analysis of the tourist sites of the Crimean region.

The article concluded that the process of organizing and conducting marketing research is a very important feature of modern management activity of travel companies and regional authorities. They allow you to significantly increase the efficiency and fairness of decisions.

It may be noted that there are new technologies Travel agencies and firms, which are widely used to achieve e-commerce and geographic information systems. However, the level and composition of tourism software is still very far from saturation. This contributes to the spontaneous nature of the control information of the progress of the Russian tourism industry.

The article analyzes the tourist sites of the Crimea. A method for evaluating the effectiveness of Internet sites.

**Keywords:** marketing, portals, geo-portals, GIS, GIS, geospatial data, tourism, transport, data mining, data processing, data processing technology, web analytics, key performance indicators.

## **STATISTICAL SUPPLY OF REGIONAL TOURISM DEVELOPMENT MANAGEMENT**

**Kolesnik V. I.**

The article presents methodological approaches to the construction of the system of statistical support of tourism development in the region. We propose the algorithm of identifying and solving organizational-methodological and practical issues of statistical researches of travel services market in the region. The informational resources of statistical analysis of travel services market were analyzed and the comprehensive system of indicators of statistical analysis of the tourist services market was developed. The conditions were developed, on which the implementation of the elements of regional tourist market is based, which demands improvement according to modern conditions of functioning of national tourism. Characteristics of grouping of indicators system of the tourism market statistical analysis were defined.

**Keywords:** statistical supply, statistical observation, statistical information, tourism, services, region, effective management, analysis, statistical monitoring.

## **TOWARDS NBICS CONVERGENCE (NANO- BIO- INFO- COGNITIVE- SOCIO) AND ‘KNOWLEDGE MARKETING’: THE BIOMEDICAL CASE**

**Curbatov O. Yu., Louyot-Gallicher M.**

Since the 2000s, researchers in Management Science and particularly the field of marketing, trying to determine the impact of new technologies on non-commercial and commercial trends in marketing. Through new technologies we mean the information and communications technology, but also bio-neuro-technologies (neuro-marketing, environmental technologies), as well as cognitive and persuasive technologies.

Many studies have focused on the need for convergence of science, especially NBIC (nanotechnology, biotechnology, information and cognitive sciences technologies). This was mentioned for the first time in 2002 in the work in the

United States. Since then, NBIC has evolved to a stage of convergence with the needs of society, which has led to the CKTS (Convergence Knowledge, Technology and Society) or Convergence knowledge and technologies for the benefit of society 'in 2009 in Europe and the NBICS Convergence with consideration of Humanities and Social Sciences in 2011 by Russia. Since 2013-2014, the European Commission supports projects geared towards convergence of nano-biology with applications especially in the field of health. What are the prospects of these technologies that are "converging" in the first stage of technological innovation and then "divergent" to various medical and non-medical.

This communication first relates to the theoretical framework of NBICS Convergence / CKTS and proposes the possible scopes according to a specific process: that of "Convergence-Divergence". From the existing works about this convergence widely studied within the framework of the improvement of the performances and the human skills, our works, coupled with those of 'Knowledge Marketing', can interest as well the specialists working on the emergence of new industrial processes, products and services for example in the biomedical domain, as the new lifestyles and consumption by 2020-2050 trend. Based on research into 'Knowledge Marketing', while trying to overcome them, we will try to explain how the new process the NBICS / CKTS (Convergence Knowledge, Technology and Society) will fit in a user logic / final consumer. This provision of socio-human component, knowledge / competence customer, drives us to explore this new process of convergence "Knowledge NBICS – Customer Knowledge" and present it as a new contribution to management science by "50 % technology – 50 % of user behavior". Indeed, work on biomedical applications aggregate and it could well take a new theoretical and practical impetus. By observing the technology development projects with experience in Biotechnology and drawing various reports and the work we have seen the similarities that might exist between the Management Science and NBICS. These similarities lead us to believe that they are of interest for marketing research on the concepts of knowledge and skills of individuals.

**Keywords:** international strategies, convergence, Knowledge Marketing, health, NBIC, NBICS, CKTS

## **FORMING THE MECHANISM OF THE SANATORIUM DEVELOPMENT MANAGEMENT**

**Matsova A. S.**

In the article one offers the mechanism of forming the sanatorium development stability, singles out its separate elements. There have been analyzed

the approaches to defining the notion «development management mechanism». One has explained the essence of the algorithm of calculating the diagnostics indexes of the realized potential and the one of the sanatorium development.

The structure of the nature and resource potential of Crimea, in particular, the presence of the unique recreation resources conditions the necessity of positioning the region as the center of the curative and recreational tourism and priority character of the development of the sanatorium and health resort complex.

At the level of each separately taken sanatorium one realizes the process of public product reproduction, which in the given case is represented by the curative and recreational service. As a result, by means of the curative and recreational services there are reproduced both production relations among economic subjects and material benefits, what demands for the adequate management mechanism.

The decrease of the number of the sanatorium and health resort establishments of Crimea and negative dynamics of their activities profitability can be the evidence of the unstable activities and weak adaptability under the current economic and legal conditions. That is why one considers it actual to form the mechanism of managing the stable sanatorium development.

The outcome of realizing the mechanism of managing the stable enterprise development should be the increase of the joint potential of the sanatorium development, conditioned by its constant planned quality and quantity changes; the development of both the object and subject of managing mechanism.

The research of the mechanism of managing the enterprise development allows to speak about the fact that its efficiency depends on the situation how strongly the elements are interconnected among themselves, that is, how adequately the content and outcomes of the planned activities reflect the functions and powers of the enterprise organization and management structures, and the latter reflect how they master and can use the system of the methods and principles of management, which must find its reflection and take an active part in the forecast and planned activities, formulating the enterprise development aims. The mechanism itself can and must constantly change under the influence of the achieved level of the enterprise development.

The sanatorium development stability is influenced by many factors: the presence and state of the natural and recreation resources, legal, political and international situation and others. However for the efficient enterprise functioning one considers important not only the character of the factors, but the availability of the inner mechanism, meant to resist and adopt to them and, moreover, to provide the development of the economic subject. The possibility of the estimation of the development stability allows to manage its level, adequately to the market situation to use its unrealized potential and to achieve the planned result.



**Keywords:** enterprise stable development; development management mechanism; development potential; sanatorium and health resort complex; curative and recreation establishment.

## **POTENTIAL OF THE EXTERNAL ECONOMIC COOPERATION IN BUSINESS ACTIVITY OF SUBJECTS OF THE RECREATIONAL SPHERE OF PERM REGION**

**Mingaleva Zh. A., Oborin M. S.**

Questions of development of the human capital, effective use of labor capacity of regions and the country in general everything more contact questions of quality of health of the population, technologies of a *zdorovyeberezhniye*. In this context the analysis of prospects of involvement of resources of the recreational sphere of each region is of considerable interest to the fullest satisfaction of needs of national and regional economy for qualitative labor and the healthy population. Purpose. To determine the possible directions of development of business activity by key sectors of functioning of the recreational sphere of Perm region.

In health resort of Perm region, as well as in any other production organization, there is a system aging of business assets and their wear. Quality of the rendered medical and improving services depends on a condition of production assets. In many resorts fixed assets of the Soviet period are used, and new structures are entered extremely seldom. Weaknesses of development of health resort can create a number of barriers which don't allow to seize the opportunities of this branch of economy fully.

The analysis has shown that now the management and enterprise structures of many Russian regions which were earlier paying weak attention to such activity as sanatorium services and recreational activity have begun to show the increasing interest in this sector of economy.

At the same time the accounting of national and regional peculiarities as only allocation and active positioning of regional features, "highlights" is capable to attract both the Russian, and foreign visitors is necessary for successful development of this direction.

Developers of target programs for formation of sustainable social and economic development of health resort of Perm region need to pay attention to the list of negative factors and to develop the concept at which almost not controlled possibilities of external environment of health resort will help to get rid of shortcomings of the internal environment. In turn it demands accurate establishment of purposes of development of cooperation of all subjects of economic activity in the key directions of business activity.

Inclusion in the regional concept of social and economic development of the independent section in the organization of foreign economic activity in the field of tourism, rendering sanatorium services or development of the independent concept, strategy and the program of tourist and sanatorium activity of the region is necessary.

Without development and deployment of innovative approaches to the organization of business activity in the field of tourism and rendering sanatorium services domestic subjects of this sphere won't be able to be competitive in the world market and effectively realize the programs of development.

Work is performed on the basis of a task for performance of the state works in the sphere of scientific activity within a basic unit of the state task of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation of PNIPU (a subject No. 1487 "Innovative development of the territory and the solution of key problems of urbanistics").

**Keywords:** territory development, subjects of entrepreneurial activity, recreational sphere of the region, spa services, internal and external tourism.

## **SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RESORT-RECREATIONAL COMPLEX OF RUSSIA**

**Oborin M. S.**

Health of the person depends on a set of factors, dependent and independent of his influence, – quality of life, a condition of health system, an ecological situation, the personal attitude towards own health and initiation of preventive actions, genetic factors, etc. The sanatorium organizations are directed to implementation of activities for increase quality of social indicators of the population. According to the scientific researches of World Health Organization which are been the basis for the state concepts of preservation of health of the population, extent of influence uncontrollable by the person of factors (generally genetic) on his health makes about 15 – 20 %. Thus, at the appendix the person of due preventive efforts, the possibility of deterioration in own health can be significantly minimized by him.

In the works Oborin of M.C. has considered features of formation of the strategic mechanism of a long-term sustainable development of the territorial market of sanatorium services, and also improvement of a control system and assessment of economic efficiency of sanatorium activity of the region.

As shows the analysis of data of the state statistics, negative universal (characteristic of all regions and districts) dynamics of separate key indicators of a condition of the Russian sanatorium industry is observed in recent years.

For many years sanatorium activity was organic part of the state health system in Russia that allowed to provide wide groups of the population with high-quality treatment-and-prophylactic, rehabilitation, improving and medical services and, thus, to support health of the nation. Today sanatorium activity, in fact is brought out of the state health system and gradually, according to long-term development plans for infrastructure in the appropriate state programs, "is dissolved" in the tourist sphere. In many respects, it is caused, insufficient competitiveness of the organizations of sanatorium activity of Russia which haven't adapted to implementation of primary activity in the conditions of the highly competitive market relations – in modern conditions, the specified organizations function in the conditions of the internal and external competition and are considered by the mass consumer only as one of alternatives of tourist rest. Meanwhile, the organization of sanatorium activity in Russia has the specifics and qualitatively differs from foreign – distinctions are shown first of all that in domestic practice of sanatorium treatment the methods of prevention, rehabilitation and improvement based on strict scientific approach are applied; while in foreign practice the main emphases are placed on a recreational (leisure) component of resort rest.

At the present stage there is an urgent need of the universal balanced, equilibrium development of sanatorium activity for Russia which is characterized by considerable regional differentiation. The organization of system of market researches can help to create general idea about work of the sanatorium organizations with identification of their problems and formation of effective functioning.

The measures for improvement of the structure of the regional market of sanatorium services and territorial health resort proposed on the example of Perm region can become model and the universal rule which to some variability, depending on local specifics of the structure of sanatorium systems, will be used for increase of competitiveness of regional health resorts that will allow to gain necessary economic effect.

**Keywords:** market, resort and recreational services, tourist and recreational complex, sustainable development, system.

## **FEATURES OF DEVELOPMENT OF SANATORIUM ACTIVITY OF THE REGION IN THE CONDITIONS OF SOCIAL AND ECONOMIC INSTABILITY**

**Oborin M. S.**

Sanatorium activity of the Kirov region is formed at the expense of certain social and economic conditions which are characterized by development of the industry, environmental pollution, the income, age and sex composition, incidence and mortality of the population, and also influences replenishment of budgets of different levels. All these factors in total will define prospects of development of tourist and recreational activity of the region. But It should be noted that as a material basis for development of sanatorium activity and medical and improving tourism it is possible to consider natural and medical resources.

On the basis of it, the main indicators of development of sanatorium activity – the loudspeaker of their quantity, the number of the placed persons, quantity of beds, the income and expenses of health resorts, and also level of expenses are allocated. As a result, on the basis of the provided data the problems explaining features of functioning of medical and improving tourism are formed. They are a basis for the offer of the program of development of sanatorium activity. In the Kirov region there is no such program that speaks about need of her creation.

Now decrease in growth rates of a tourist and recreational complex of the region is noted. The solution of this problem is effective functioning of a tourist and recreational complex – medical and improving, informative, sports, cultural and historical and event tourism. The tourist market of the Kirov region is at the stage of formation having a certain capacity for the organization of internal tourism though his development is complicated by a low level of quality of the rendered services.

For full functioning of health resort the region has mineral waters similar on a chemical composition with the known sources of Yessentuki and Kislovodsk, and also the field of dirt and peat, unique massifs of coniferous forests and water objects. As a result of creation of a cluster on development of resort and recreational activity the tourist stream to the Kirov region can increase, raise a tourism share in a gross regional product, reduction of unemployment will result from increase in workplaces, the allied industries supplementing sanatorium activity will develop, tax assignments will increase what to be reflected in development of cooperation between the neighboring regions and the countries.

Among the main reasons for reduction of the sanatorium organizations of the region the following is: lack of positive image of medical health resorts, a small amount, poorly developed network of resort and recreational establishments, defective use of natural and recreational and historical and cultural factors for the

organization of tourist activity. Existence of a large number of problems in development of branch reduces appeal of resort and recreational activity to tourists not only areas, but also from other regions of the country, and also from abroad. Comparing rates of a gain, it should be noted that in the Kirov region the positive gain of number of the placed persons is observed that speaks about the existing prospect in the organization of tourism.

**Keywords:** sanatorium, resort, health resort complex, medical and improving tourism, development indicators, regional economy.

## **SHIPBUILDING CLUSTER OF THE ARKHANGELSK REGION**

**Osipova E. E.**

Arkhangelsk shipbuilding cluster is today one of the leading Russian centers of shipbuilding and ship repair. The cluster is well positioned for the diversification of production, primarily to supply oil companies operating offshore. The activities of the shipbuilding cluster are associated with the strategic interests of the Russian Federation and the defense industry. Companies have solid experimental and research facilities, powerful computers and are composed of scientific and design departments, research and testing centers, design bureaus. Most of the funds for the development of the cluster is drawn from extra budgetary sources.

The purpose of the creation of a shipbuilding cluster in the Arkhangelsk region is to increase the competitiveness of the shipbuilding industry, improving of economic capacity, employment of highly skilled personnel and to reduce transaction costs.

The successful operation of shipbuilding cluster gives direction to the development of the basic directions of activity of the Arkhangelsk region, attracts intellectual, scientific, innovative, personnel potentials of other regions of the Russian Federation and increases the competitiveness of the shipbuilding industry of Russia in General.

**Keywords:** shipbuilding, ship repair, cluster, cluster approach, region, Arkhangelsk region, problems, shipbuilding products.

## **FORMATION AND DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE CRIMEA: RETROSPECT AND PROSPECT**

**Ostapchuk A. V.**

The article describes the development of tourism and recreation in the territory of Crimean Peninsula. First mention of the Crimea as a tourist destination can be attributed writings of the ancient historian Herodotus, Roman writer Elder Pliny, Greek astronomer and geographer Claudius Ptolemy.

Further describes joining the Crimea to the Russian Empire and the beginning of the aristocracy tourist travel. The travel of Empress Ekaterina II to Crimea became new start of history of travel and tourism in Russia Empire and gave new push and example for Russian aristocracy.

The XIX century became base to further developing tourist and travel in Russia, in Crimea was built many houses of noble people and explore large the territory. As in Europe in Russia opened new type of science societies - "Mountain clubs". In Crimea of one from first was open Mountain club, which developed many tourist directions by Crimea lands.

With the onset of the Great October Revolution, the Crimea became an all-union health-wellness resort, the new leadership was signed a lot of documents and has paid attention to the development of the Crimea. The period prior to the beginning of the Great Patriotic War, was a period of development and construction of a large part the tourism infrastructure.

After the war, during several years, all the tourist infrastructure of the Crimea was restored. In the postwar period and until the collapse of the Soviet Union was developing tourism in Crimea, increased number of tourists. As a part of Ukraine Crimea became an internal beach resorts and significantly reduced tourist flow.

Now again, joining Russian Crimea appeared a prospect of development the tourism industry, and access to the Soviet Union indicators on reception of tourists.

**Keywords:** tourism, vacation, Crimea peninsula, Russian Empire, USSR, tourist flow

## **INNOVATION ECOLOGY AS THEORETICAL BASIS OF MODERNIZATION OF ECOLOGICAL SYSTEM OF INTENSIVE TYPE**

**Pavlov K. V.**

**Importance.** Due to the necessity of modernization and innovative development of the Russian economy, as well as a speedy solution to the serious

environmental issues is very timely formation and development of scientific and academic discipline "Innovation Ecology", which also still can be a theoretical basis of implementation of modernization of ecological, nature protection system, especially intensive type.

**Objectives.** To identify major trends and to formulate the most important task of establishing a new scientific discipline "Innovation Ecology".

**Methods.** We used quantitative methods for assessing the impact on the application of intensive methods of use of productive resources, including natural resources on the effectiveness of economic processes.

**Results.** Work showed that due to the increased role of innovation in the life of modern society, like how to effectively use the results and conclusions of the scientific discipline "Innovative Economy" containing the description of the theoretical foundations of the innovation economy and practical approaches to the organization of innovation in market conditions, it is advisable to also develop the basics of scientific discipline "innovative environment", which is most closely associated with the innovation economy. One of the main problems addressed in an innovative environment, should be a study of the environmental problem of subsystems that must be contained in national and regional innovation systems. In addition, great importance is the study of financial and economic instruments and mechanisms, which are widely used in the system of state and municipal regulation of environmental innovation processes. Development of the main areas of research within the framework of a new scientific discipline "Innovation Ecology" will develop the optimal parameters for the use of technological processes and organizational conditions that meet environmental requirements and at the same time cost-effective.

**Conclusions and Relevance.** Formation and development of a new scientific discipline "innovative environment" is of great theoretical and practical significance, and its use results in economic practice will significantly improve the environmental and economic efficiency of the system of social reproduction.

**Keywords:** innovation economy, innovative environment, a new trend of environmental science, theoretical and practical aspects, scientific and academic discipline, modernization of ecological system

## **FEATURES OF FUNCTIONING AND DEVELOPMENT FOR SMALL INNOVATIVE ENTERPRISES AT THE BUDGET INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION**

**Panov B. N., Kibenko V. A., Seregin S. S., Lomakin P. D.**

Universities as institutions of higher education, have long been a factor in shaping the face of modern society. In recent years, universities in the Russian Federation are undergoing important changes that predetermine a qualitatively new perception of the university as a center of innovation.

Requirements for training in universities all the time increased, which is reflected in many legislative and normative acts regulating higher education.

The main difference between the modern university becomes the existence of stable relationships with industry, resulting in a need to revise the existing training and research activities of universities of technology. We are talking about the formation of scientific ideas and their experimental realization and commercial implementation of the designs in the production with the participation of university students.

Quality training of high school graduates to meet the requirements of a market economy, it is a prerequisite for successful development in all sectors of the national economy. Therefore, universities are now more actively involved in applied research.

Overcoming these challenges creates the preconditions for competition at the regional level, linked to the peculiarities of the distribution of productive forces in the region. In the business community a lot of examples of cooperation between commercial companies with universities on a very limited area. Local area characteristics create the preconditions for the development of competition.

Entering university, both in competition and in cooperation with the business contributes to regional industrial clusters of different types.

In practice, the expansion of the scope of research in universities motivate the acquisition of new management of knowledge and technology and helps to resolve economic and social problems.

At the same time requirements to the university as a business organization, and the university itself must demonstrate entrepreneurial behavior as an organization, its members need to be entrepreneurs, and university collaboration and production should be mutually beneficial, especially at the regional level.

The main feature of the entrepreneurial university is to create conditions for the commercialization of research results in the applied aspect.

The main impediments to the innovative potential of the University are - lack of an interdisciplinary, interdepartmental approach to solving the problems of



education and research, "bureaucratization" of education, fear of departments heads to take responsibility for a new university for innovation.

The university research should be a priori carried out systematically, continuously, so there is the possibility of permanent involvement of talented students from the students, in particular, of the Student Scientific Society, selection scientific topics through the business incubator, business plans, feasibility studies, and so on. Students should be involved in the implementation of scientific research and development (R & D) through research and development centers, research departments and research laboratories. Further, the most attractive ideas can be realized and commercialized through the creation of small innovative enterprises (SIE).

The procedure for creating the SIE at the university at this stage does not suggest clear guidelines for foreign investors, so the businessmen are in no hurry to invest in the enterprise data and SIE credits, to a greater extent, so it is unavailable due to the relatively high interest rates and relatively short crediting period.

Increase the attractiveness of the SIE business opportunities due to the extra effort of the University when the research includes innovative orientation of the Department, working in close, ensuring the success of research.

University should behave as an entrepreneur, taking their problems into opportunities by using the potential of "non-core" departments (especially economic), business incubators, lecturers and practitioners from a number of business executives, creating the foundations of innovation development in the long term.

The growth rate of the production of an innovative product can be defined as the weighted average of the growth rates of the various market segments in which the company operates, or is taken equal to the growth rate of gross domestic product. Relative market share is determined by dividing the share of the business market under consideration the share of the largest competitor.

The instruments of financial support (SIE) in the early stages of their development, as a rule, are:

- own funds of the founders;
- state funds or venture capital fund to support commercialization;
- funds from private investors - individuals (including students and university staff);
- non-government funds;
- bank loan;
- other forms of state support.

Tenders for the provision of equity financing, grants and awards now cover virtually the entire flow of new SIE projects.

The introduction of innovative products in the implementation of projects to create SIE on the basis of the budget of higher education institutions in modern conditions associated with many difficulties, which is one of the main negative motivation on the part of all stakeholders.

Implementation of SIE requires close interaction between the university founders and investors, involving in the process of creating as well as staff and students, observing all stages of the innovation of the product life cycle. Innovative design of educational institutions such as the business is seen as commodity whose consumption period may be terminated at the completion of investments on the part of the university.

Therefore, the basic directions of increase of efficiency of functioning of the SIE at universities are: promote research on directions of perfection of innovative technologies; an increase in the volume of investments made in the implementation of innovative projects; search for the target market segment; conduct market research implementation of innovative technologies prior to the creation of small innovative enterprises.

**Keywords:** innovative enterprise, product innovation, venture capital, university, lecturer, investments

## **INTEGRATION OF INTERNATIONAL EDUCATIONAL EXPERIENCE INTO THE DEVELOPMENT OF ADVANCED MANAGEMENT COMPETENCIES**

**Podsolonko V. A., Podsolonko E. A.**

The article highlights the competencies development mechanics of students of all levels, faculty and staff of the Management Department that promotes the principles of advanced management. The article includes the analysis of the experience of leading educational and scientific institutions of the world that and the ways of its integration into the processes of teaching innovative development of modern economics human potential. The implemented educational technics aligned with innovative development strategy were described.

The analysis of the faculty members' results within the framework of more than 10 international educational projects since 2010 has confirmed high level of readiness of the majority of both young and experienced faculty members to meet international standards of teaching. The students of all levels proved ready to study at the international level.

International traineeships and internships of faculty members, post-graduate and undergraduate students reaffirm the high level of organization and processes management at the Management Department of Taurida National V.I. Vernadsky

University. The international moves have also confirmed the high level of motivation of the faculty members and staff to improve their competencies and Department image on the international educational stage. Thanks to this experience the students and faculty members gained new knowledge and skills of international communications and professional development. The faculty members of Management Department have successfully taught students in the Universities of France, Finland, Sweden and USA.

Faculty members effectively integrated modern multimedia and educational technologies into the teaching process. The business language clubs had existed at the Management Department for 15 years, including English, French, German and Spanish chapters.

5 computer labs and 7 chairs were equipped with PCs, multimedia projectors and copy machines at the expense of international educational projects. They were also the source of financing the purchase of several thousand volumes of literature in Russian, Ukrainian, English, French, German and Spanish languages, as well as of development of the Electronic University Library.

Faculty members and students of all levels had an opportunity to develop and refresh their competencies each three-five years within the framework of international trainings and internships that were available in accordance to international cooperation agreements and international educational projects all of which were initiated and won by the same 5 members of the faculty. Over 500 persons have had training abroad during the period of 1994-2014. The international experience was used to form the grounds for continuous education options for the population of Crimea.

In order to stimulate the development of innovation competencies in education, the following steps should be taken: align the pay level and work conditions of faculty members that conduct research at international level with global standards; efficiently stimulate international integration, academic mobility of students and faculty members and reflect this activity in the ratings; introduction of conditions and incentives for continuous education and skills development of economically-active population; introduce faculty retention programs and programs to attract foreign specialists. Lack of action on these four main points leads to partial or complete loss of results of the other 18 action points.

Progressive development of economics requires additional research of human resources and potential as part of the innovational development system.

There are several prerequisites to a sustainable and effective human resources potential alignment with advanced economics development. The first is the introduction of joint applied research laboratories between all University chairs and business or the State for student internships and professional development of business and State employees, and scientific research. Develop and recommend

certification levels for each term of Management and Economics specialties. Advise the Ministry of Education to introduce a delocalized Research Institute for Innovational Development and Actualization of Competencies of higher educational institutions faculty members of the Russian Federation. The research of this Institute should focus on development of budget options of the model of advanced social-economic development of Russia and its regions.

**Keywords:** advanced management, innovational development, human resources potential, competencies development, international educational experience integration.

## **INTERACTION OF THE UNIVERSITY AND SOCIETY: LEARNING AND PRACTICAL APPLICATION OF ELECTRONIC COMPONENTS AND ELECTRONIC COMMERCE**

**Podsolonko E. A., Buts T. M., Idrisova E. R., Kertova K. A., Kotyash A. V., Petrilovskaya R.**

The paper presents the mechanism of the process of the organization and implementation of trainings organized within the framework of the international educational project on the public integration processes in e-commerce. The problems and prospects of involvement of target groups in the processes of learning and practical application of electronic control features.

An analysis of the information obtained in the process of preparation and implementation of several trainings organized to familiarize society with basic features of e-commerce is described in the article. Opportunities and difficulties associated with the implementation of the three projects are assessed. Projects not only differ in composition of target groups (students, housewives, pensioners), but in the approach of implementation and presenting the information within each of them. Besides, an analysis of the information obtained by the method of data collection in the form of a questionnaire survey is presented in this article. Ways to improve the effectiveness of the trainings in the future are narrated in the article and based on the processed data. The authors give a personal comment on existing advantages and drawbacks of the process of preparing and performing the drill. According to statistics the principal axes of differences (age and type of settlement) in the development of the Internet in Ukraine remain unalterable. A linear inverse relationship between the age and use of the Internet is still observed. The authors of the article have assessed the younger the target group, the greater the penetration of the Internet in their everyday lives. These differences significantly affect not only the patterns of projects, but also on its content and the scope of the content. The dissimilarity in the level of knowledge of target groups is

considered as a potential threat of deepening misunderstanding among the generations.

**Keywords:** project; training; e-commerce; target groups.

## **ANALYSIS OF RESOURCE PROVISION OF ECONOMIC SECURITY OF TOURIST BUSINESS OF THE CRIMEA REPUBLIC**

**Svyatokho N. V., Vysochina M. V., Osmanova Z. O.**

The article is devoted to the topical problem of formation of system of economic security of tourist business as a priority sphere of economy of the Republic of Crimea. The main task today is the creation of a modern tourism industry in the region, able to attract foreign and domestic tourists. A number of economic, institutional, social, legal problems in the conditions of difficult geopolitical situation and ongoing in respect of the Republic of Crimea the sanctions policy of the European countries and the United States is a complex problem to solve which is impossible without formation of system of economic security of tourist business. The study of the peculiarities of the internal structure of the tourist business of the Republic of Crimea, the interests of its principal actors and stakeholders, resource provision and external environment in the context of economic security allows to clearly highlight the key elements of such a system. Currently in domestic and foreign science has not been studied questions of formation of system of economic security of tourist business of the region from the point of view of the specificity of the activity, not the architecture of the system and directions of ensuring economic security of tourism business as a complex inter-branch complex, is able to provide both positive and negative impact on the economy of a certain region, what stimulated the development of methodical bases of formation of system of economic security of tourist business of Crimea.

The aim of the article is a comprehensive analysis of the current state of resource provision of tourist business of the Republic of Crimea with the aim of identifying shortcomings and formulating proposals on formation of efficient system of economic security of tourist business.

Approaches to the definition of tourism resources, their classification from the point of view of economic security of tourist business, as well as a comprehensive analysis of resource provision of economic security of tourist business of the Republic of Crimea in the current conditions are discussed.

**Keywords:** economic security, tourism resources, tourist business, resource provision of economic security of tourist business

## DEVELOPMENT OF METHODS FOR ASSESSMENT OF RISKS FOR HUMAN

**Tsvetkova I. I., Botenko T. O.**

Personnel risks – a deviation from the goals or reduce the expected effect of the plan, which occurs as a result of any act or omission of a member of the team of employees united in the production process.

Personnel security - a state of the internal environment of the enterprise, in which all of the negative impact from the company's employees are reduced to a minimum.

The safety of personnel management of enterprises is based on the procedure of assessing the level of personnel risks.

Our proposed method is intended for assessment of personnel risks as a separate task, and for the analysis of variants of possible solutions and select the best options to solve the formation of human resources of the enterprise security strategy.

Stage 1. Identification of deviations of the actual state of the system to be desired.

Stage 2. Identification of personnel risks.

Stage 3. Preparation and analysis of information on each type of personnel risks.

Stage 4. Assessment of the level of uncertainty.

Stage 5. Qualitative risk assessment.

Stage 6. Quantitative risk assessment.

Stage 7. The calculation of the integral index of personnel risks the organization of the subject solutions.

8 stage. Conclusion on the admissibility of this option taking into account the decisions of personnel risks.

Methods of assessing human risk may also be used in the formation of human resources of the enterprise security management strategy:

1. The strategy of pre-emptive counter, including preventive methods to counter potential threats.

2. The strategy of passive protection against threats, designed to ensure a minimum level of safety and focused on the protection of the State (through the law enforcement and judicial authorities), minimizing costs.

3. Strategy for an adequate response to the threat, including the creation and development of software blocks that form the conditions for good governance, to further assess the safety of personnel management.

**Keywords:** personnel risk, personnel security, assessment, candidate solution, personnel security management strategy, the situation is uncertain.

## DEVELOPMENT OF COMPETITIVE ADVANTAGES FOR PHARMACY NETWORK OF THE REPUBLIC OF CRIMEA

**Tsvetkova I. I., Imanzhanova K. B.**

The pharmaceutical industry is one of the most important in the economic sphere of each country. The entry of the Republic of Crimea to the Russian Federation reflected in the various sectors of economic activity and the pharmaceutical industry is not an exception. In this situation, the commercial segment of the pharmaceutical market faced a number of obstacles to efficient operation. The aim of the article is to provide a competitive advantage for the pharmacy of the ARC network. Competition – market property, and the higher the competition, the better its performance, and the less likely the monopolization of the market. We have analyzed the concept of competition in terms of various researchers: A. Smith, J. Schumpeter, Kotler F., D. Ricardo, Heckscher Olin E. and B. Leontyev, P. Krugman and Lancaster, K., M. Tracy and Virsema F., J. Moore. F., Brandenburger. A. and Nalebuff BJ., G. Hamel and Prahalad K.

Strategic factors determined on the basis of the analysis, forming a competitive advantage, as well as strategies for their implementation.

The pharmaceutical industry is one of the most important in the economic sphere of each country. Pharmaceutical market also operates in a competitive environment.

We single out the problems associated with the work of pharmacy networks of the Republic of Crimea in connection with the transition in Russia:

- Re-registration of enterprises and the study of new laws. It takes time, it does not allow companies to operate at full capacity;
- A sharp decline in the number of Ukrainian suppliers, then - their withdrawal from the market;
- Nenalazhenaya relationship with mainland Russia;
- Renewal of licenses;
- The purchase price of Russian goods in similar times more Ukrainian;
- Ferry is unstable due to the weather conditions and, as a consequence, brings high costs;
- VAT in the Russian Federation on preparations lekrstvennyye 3% more than in Ukraine is 10%, which also significantly affect the selling price;
- Otustvie cheap drugs from suppliers who work with the Crimea.

Identified competitive advantages Crimea pharmacy networks, the implementation of which will lead us to prosperity: communication with suppliers, optimal placement aptechnh points, diversification of services, website creation, qualified personnel and high-quality work with personnel, the expansion of geography of activity.

An analysis of the pharmaceutical market has shown that the transition to a new political and legal field significantly affected the pharmaceutical market as a whole and on the work of pharmacy networks Crimea.

**Keywords:** competition, competitive advantages, the pharmaceutical market of the Republic of Crimea, pharmacy chains.

## **BASIC PRINCIPLES AND APPROACHES TO THE FORMATION OF PERSONNEL SECURITY SYSTEM OF ECONOMIC SECURITY COMPANIES**

**Tsvetkova I. I., Svodceva I. A.**

One of the top priorities of any enterprise is an effective human resources policy, aimed at creating a single professional team of workers with the necessary capacity to implement the strategic objectives, as well as the preservation of the accumulated intellectual capital. Therefore, for the vast number of interested managers is an acute problem for the creation and maintenance of a personnel security, in which the individual and specific needs of a single enterprise can be met.

This article is dedicated to the organization of the personnel of the enterprise security. The article provides a brief analysis of publications on the subject, the subject is defined by its purpose and role of functional tasks in ensuring the safety of the personnel of the enterprise, the basic principles and approaches to the formation and maintenance personnel security in the economic security of the enterprise system.

During the introduction of the article reveals the basic concepts of the issue, a brief analysis of the main researchers in the works to ensure the safety of personnel. Just introduction reveals the main purpose of this work. The main part of the article is devoted to the disclosure, personnel security. We consider the subject of personnel security, its place and role in the economic security of the enterprise system, the functional tasks of personnel security subject. The second part of the article is devoted to the basic principles and approaches on the basis of which should be based on the personnel security company. The output of this work is analyzed the progress and future directions of research are recognized.

The study analysis was conducted concerning the provision of personnel security. Detected subject of personnel security, analyzes the major studies in this area. Also discussed were the functional tasks of personnel security of the subject, basic principles and approaches for the creation and maintenance personnel security.



**Keywords:** personnel safety, economic security, system, subject, human resources, security, principles and approaches.

## **BRANDING AREA: THE ESSENCE AND DEVELOPMENT IN THE RUSSIAN FEDERATION**

**Tsvetkova I. I., Tityanechko K.**

Modern social and economic development of Russia says that soon the Russian territory will be faced with strong competition for resources and tourist flows. Successful projects will be those that will ensure sustainable development, along with the traditional factors of competitiveness. In this regard, marketing territory is becoming a new trend in the government strategy for sustainable socio-economic development, a multiplier of growth industries and regions replenishment.

The purpose of this article is to analyze the use of branding in the territory of the Russian Federation borders.

Branding territories called strategy to increase the competitiveness of countries, regions, provinces and cities to conquer foreign markets, attract investors, tourists, new residents and skilled migrants. Branding places aimed at overcoming the shortage of material and non-material resources in the region; it is based on the idea of presenting to the public understanding of the uniqueness of the area.

Since ancient times in Russia, people unknowingly engaged in what is now referred to as regional branding and marketing: fairs were held in the most visited places of the surrounding population, outside monasteries and churches.

In the XXI century the advantages of branding territories and realized the power of the Russian cities.

We have seen cases of successful use of branding in the territory of the Russian Federation, including the Sochi Olympics advertising campaign in St. Petersburg, the Komi Republic, and the eco-other.

Efforts in recent years, the activation of territorial branding has led to a number of problems: conceptual, technological, human resources, the effect of the territorial nesting dolls.

With regard to the Republic of the Crimea, it is now more than ever there is a problem of its brand identification, which is of national importance and requires highly qualified specialists.

**Keywords:** brand, branding of territories, territorial marketing, factors, advertising and promotion.

## MODERNIZATION OF HIGHER EDUCATION AND INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE REGION

**Shirikhina E. Yu.**

The transition of society from the postindustrial phase to the phase of the NBICS-technology demands of the country's economy completely new approaches to production, consumption, education and science. Innovative processes are an integral part of this development. Innovation is reflected not only in the production process of goods and services, but also in management, educational process. Moreover, new requirements to training of specialists makes the business, enterprises in all spheres of activity. High school, in an effort to meet these needs, is passing a difficult stage of its development, is faces with several challenges, uses all the new features. The purpose of the higher school of the new formation is to prepare competent professionals who possess not only deep theoretical knowledge, but with serious practical training, innovative thinking.

Arkhangelsk region is the largest subject of the Russian Federation in the European North of our country and has huge economic potential. In achieving high rates of sustainable development of Russia at the national and macroeconomic level, the major role is given to higher education. Modern socio-economic conditions have higher requirements for the training of specialists in various branches of national economy, the quality of their training, the competence and professionalism of teachers in higher education.

Taking into account Russia's accession to the Bologna process, the integration of Russian higher education in a global space there is a need for qualitative changes of innovative character of the Russian higher school.

For more effective modernization in the field of higher education methodical execution of specific steps, such as development of indicators of outcome assessment, clear goal setting, application of systematic approach in the implementation of the objectives, the strengthening of links of educational institutions and enterprises may become the Foundation for further economic growth in Russia.

**Keywords:** modernization processes, innovation, innovative development, socio-economic development of the region, high school.

## **ANALYTICAL METHODS SUPPORT OF THE MANAGEMENT DECISIONS IN FEED-FORWARD CONTROL OF ECONOMY**

**Shpancovska N. G.**

The increase of public requirements to the industrial production stipulated the necessity of passing ahead management and upgrading of analytical accompaniment of technology of administrative decisions. It requires the near-term improvement of methodology as base of analytical science. Existent looks in relation to her maintenance and composition need clarification for taking into account of changes of object and research object.

On the basis of review and analysis of existent authorial ideas in relation to essence of category "methodology" certain: tendencies of her complication after composition of elements, unanimity in confession of her as a general method of research and principles of his realization, equation of methodology and methodology and improper attention to providing of researches. The comparative estimation of existent looks to essence of methodology allowed to educe advantages and defects and taking into account modern public requirements to the production to define direction of expansion of component elements; Clarification of maintenance of category is reasonable "methodology" of analytical accompaniment of technology of administrative decisions. Essence of methodology is determined as a general going near research, that contains, : theory of analysis that is base on general and economic acts and conformities to law of development; concept vehicle of analytical science; methods and principles of analytical research; his classification on signs in accordance with the types of administrative decisions; all types of the complex providing (this complex contains normatively-legal providing, organizational, methodical, informative, programmatic and resource providing). The resource providing consists of labour, material, technical, financial resources necessary for quality and timely implementation of analytical function of passing ahead management.

The necessity of complication of methodology of analytical support of administrative decisions is caused by the features of this support: by her copulas with all basic functions of management, especially close, - with control and planning; by complication of analytical accompaniment of technology of administrative decisions and them by passing ahead character in relation to the object of management and other.

**Keywords:** outstripping management, methodology, analysis, technology management solutions.

## STRUCTURAL-LOGICAL AND CLUSTERING SIMULATION IN TOURISTIC SPHERE

**Shteltser M. S., Kartashevskaya I. F.**

Theoretical aspects of praxeological approach in structural-logical modeling and clustered modeling in tourism have been reviewed. Classification of cluster models on hierarchical levels of tourism has been presented with the help of analogy method.

Modeling techniques, although very effective, have not yet found a proper application in domestic management. In tourism despite the popular use of the term "cluster" structural-logical and cluster modeling is rarely used. In connection with this proposed topic of research is relevant

Methodology of human praxeology researched by many scientists: Carl Menger, Eugen von Böhm-Bawerk, Ludwig von Mises, Friedrich August von Hayek, T. Kotarbiński, etc. They had chosen logic - reflection and continuation of thinking as an instrument of cognition of human activity. Confirmation of the importance of human activity and its results in the change of existence was a result of these studies. The principle of the equivalence of the results of people's activity was proposed as a conceptual framework for building models of social institutions.

In international practice it is customary to group the clusters into seven main combinations; each of them is a base of economic development strategy.

In the tourism industry, as well as in other sectors of the service sector and cluster studies are few. Meanwhile, clusters play a crucial role in the formation of the tourist centers, attracting to them visitors and enhance their competitiveness. The tourism industry has a number of features, which gives the relevance of the cluster approach in the development of the sphere of rest.

One of the main features is that the tourism industry is closely interrelated with other sectors of the economy. The industry and agriculture, construction and trade are involved in meeting the diverse and complex tourism demand. Added value is part of the cost of goods, services, accessions directly at this enterprise in the firm. Every kind of productive activity in the enterprise creates value added. Built in sequence one at a continuation of another, they form intra-firm value chain. To achieve competitive advantage a firm must optimize its own value chain and outside chain, linking to suppliers and consumers. In the tourism cluster storage system cost includes four types of value chains of suppliers (especially transport companies), accommodation facilities offered, the distribution channels of tourism products (tour operators, travel agents) and the buyers themselves – tourists.

I.F. Kartashevskaya has developed a unique socio-economic cluster model of the tourism industry, giving an overview of actual and projected state tourism

sector. This one represents a set of clusters consisting of models of certain types of tourism, a priority for a given region in a given historical period. Every kind of tourism in the cluster model presents its own set of tourist resources, specialized facilities, specially trained staff, infrastructure.

In conclusion we considered that the usage of praxeological approach for structural-logical modeling (results-based management) is possible. We propose to classify cluster model in tourism due to the analogy method according to: there`s focuses, geographical specifics and horizontal connections.

**Keywords:** praxeology, structural-logical modeling, cluster, cluster modeling, tourism.

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

**Баяндурова Александра Александровна**, аспирант кафедры геодезии, геоинформатики и навигации Московского государственного университета путей сообщения Императора Николая II.

**Ботенко Татьяна Александровна**, магистрант кафедры менеджмента Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

**Бузни Артемий Николаевич**, доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента предпринимательской деятельности Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

**Буц Татьяна Михайловна**, магистр менеджмента инновационной деятельности Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

**Вершицкая Елена Рустемовна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры менеджмента Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

**Горовец Наталья Александровна**, старший преподаватель кафедры финансов предприятий и страхования Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

**Дик Владимир Владимирович**, доктор экономических наук, профессор Московского финансово-промышленного университет «Синергия».

**Журавлева Татьяна Александровна**, кандидат экономических наук, профессор кафедры экономики и моделирования рыночных отношений Одесского национального университета им. И. И. Мечникова.

**Идрисова Эдие Рефатовна**, магистр менеджмента инновационной деятельности Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

**Ильбесинова Виктория Олеговна**, магистрант кафедры менеджмента Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

**Имамжанова Карина Бахтияровна**, магистрант кафедры менеджмента Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

**Карташевская Инесса Филипповна**, кандидат географических наук, доцент кафедры менеджмента предпринимательской деятельности Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

**Кертova Карина Арсеновна**, магистр менеджмента инновационной деятельности Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

**Кибенко Владимир Александрович**, кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита Керченского государственного морского технологического университета.

**Кожаев Юрий Павлович**, академик Международной академии общественных наук и информационных инноваций, профессор, доктор экономических наук, доктор философии (ЮНЕСКО), директор Восточно-европейского института стратегических исследований.

**Колесник Валентина Илиодоровна**, доктор экономических наук, профессор кафедры государственного управления в сфере охраны здоровья Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

**Котяш Анна Васильевна**, магистр менеджмента инновационной деятельности Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

**Курбатов Олег Юрьевич**, доктор наук управления, доцент HDR, Университет Париж 13, Сорбонна Париж Сите, Центр экономики университета Париж Норд.

**Ломакин Павел Демьянович**, доктор географических наук, профессор, ведущий научный сотрудник Морского гидрофизического института РАН.

**Луайо-Галише Мари**, научный сотрудник Университета По и Адур, CREG лаборатория.

**Мацова Анна Сергеевна**, старший преподаватель кафедры менеджмента Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

**Мингалева Жанна Аркадьевна**, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и управления промышленным производством Пермского национального исследовательского политехнического университета.

**Назаркина Людмила Ивановна**, старший преподаватель кафедры экономики и моделирования рыночных отношений Одесского национального университета им. И. И. Мечникова.

**Оборин Матвей Сергеевич**, кандидат географических наук, доцент кафедры экономического анализа и статистики Пермского института (филиала) Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова.

**Осипова Елена Эдуардовна**, кандидат экономических наук, заведующая кафедрой менеджмента Высшей школы экономики и управления Северного (Арктического) федерального университета им. М. В. Ломоносова.

**Остапчук Алексей Владимирович**, аспирант кафедры менеджмента Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

**Павлидис Паскаль**, доктор наук управления, HDR доцент Университета Париж 13.

**Павлов Константин Викторович**, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и управления Ижевского филиала Российского университета кооперации, заведующий кафедрой экономики и управления Камского института гуманитарных и инженерных технологий.

**Панов Борис Николаевич**, кандидат географических наук, проректор по научной работе Керченского государственного морского технологического университета.

**Петриловская Рената**, магистр факультета экономики и управления Вильнюсского технического университета им. Гедиминаса.

**Подсолонко Владимир Андреевич**, доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

**Подсолонко Елена Адольфовна**, доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

**Розенберг Игорь Наумович**, доктор технических наук, профессор, заведующий кафедрой геодезии, геоинформатики и навигации Московского государственного университета путей сообщения Императора Николая II.

**Сводцева Ирина Алексеевна**, магистрант кафедры менеджмента Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

**Староверова Ольга Валентиновна**, доктор юридических наук, кандидат экономических наук, профессор кафедры управления информационными системами и программирования Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова.

**Серёгин Станислав Сергеевич**, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятия Керченского государственного морского технологического университета.



**Титяничко Кристина Сергеевна**, магистрант кафедры менеджмента Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

**Уринцов Аркадий Ильич**, доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой управления информационными системами и программирования Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова.

**Храпко Владимир Николаевич**, кандидат биологических наук, доцент кафедры менеджмента Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

**Цветкова Изабелла Ивановна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

**Шайтура Сергей Владимирович**, кандидат технических наук, ректор Института гуманитарных наук, экономики и информационных технологий.

**Шаньгин Александр Евгеньевич**, магистрант Московского государственного университета геодезии и картографии.

**Ширихина Елена Юрьевна**, заместитель директора Центра кадрового резерва Высшей школы экономики и управления Северного (Арктического) федерального университета им. М. В. Ломоносова.

**Шпанковская Нина Григорьевна**, кандидат экономических наук, профессор кафедры учета и аудита Национальной металлургической академии Украины.

**Штельцер Максим Сергеевич**, аспирант Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Баяндурова А. А., Розенберг И. Н., Шайтура С. В.</b> Комплексный анализ крымских туристических дестинаций .....	3
<b>Бузни А. Н.</b> Инновационная составляющая стратегии опережающего развития.....	11
<b>Горовец Н. А.</b> Влияние государственной поддержки на развитие малого и среднего предпринимательства в Крыму.....	26
<b>Дик В. В., Староверова О. В., Уринцов А. И.</b> Технологическая и организационная виртуализация предприятия в условиях информационного общества.....	35
<b>Журавлева Т. О., Назаркина Л. И.</b> Системный анализ в управлении предприятием.....	42
<b>Ильбесинова В. О., Вершицкая Е. Р.</b> Современные методы совершенствования кадровой политики предприятий в сфере туризма.....	49
<b>Кожасев Ю. П., Шайтура С. В., Шаньгин А. Е.</b> Маркетинговый анализ туристического бизнеса в Крыму.....	56
<b>Колесник В. И.</b> Статистическое обеспечение управления развитием туризма в регионе.....	69
<b>Курбатов О. Ю., Луайо-Галише М.</b> На пути к Конвергенции технологий NBICS (нано-био-инфо-когни-социо конвергенции) и «Маркетинга Познания, Knowledge Marketing»: пример биомедицинских технологий.....	88
<b>Мацова А. С.</b> Формирование механизма управления развитием здравницы.....	116
<b>Мингалева Ж. А., Оборин М. С.</b> Возможности и препятствия в развитии предпринимательской деятельности субъектов рекреационной сферы Пермского края.....	127
<b>Оборин М. С.</b> Устойчивое развитие курортно-рекреационного комплекса России.....	133
<b>Оборин М. С.</b> Особенности развития санаторно-курортной деятельности региона в условиях социально-экономической нестабильности.....	143
<b>Осипова Е. Э.</b> Судостроительный кластер Архангельской области.....	151
<b>Останчук А. В.</b> Становление и развитие туризма в Крыму: ретроспектива и перспектива.....	159

<b>Павлов К. В.</b>	
Иновационная экология как теоретическая основа модернизации экологической системы интенсивного типа.....	164
<b>Панов Б. Н., Кибенко В. А., Серёгин С. С., Ломакин П. Д.</b>	
Особенности функционирования и развития малых инновационных предприятий при бюджетных образовательных учреждениях высшего образования.....	186
<b>Подсолонко В. А., Подсолонко Е. А.</b>	
Интеграция международного образовательного опыта в формирование компетенций опережающего управления.....	194
<b>Подсолонко Е. А., Буц Т. М., Идрисова Э. Р., Кертова К. А., Котяш А. В., Петриловская Р.</b>	
Взаимодействие университета и общества: обучение и практическое применение элементов электронного управления и электронной коммерции .....	224
<b>Святохо Н. В., Высочина М. В., Османова З. О.</b>	
Анализ ресурсного обеспечения экономической безопасности туристского бизнеса Республики Крым.....	234
<b>Храпко В. Н.</b>	
Источники инвестиций: долг или собственные средства.....	251
<b>Цветкова И. И., Ботенко Т. А.</b>	
Разработка методики оценки кадровых рисков.....	256
<b>Цветкова И. И., Имамжанова К. Б.</b>	
Разработка конкурентных преимуществ для аптечных сетей Республики Крым.....	263
<b>Цветкова И. И., Сводцева И. А.</b>	
Основные принципы и подходы к формированию кадровой безопасности в системе экономической безопасности предприятия .....	273
<b>Цветкова И. И., Титяничко К. С.</b>	
Брендинг территории: сущность и развитие в Российской Федерации.....	280
<b>Ширихина Е. Ю.</b>	
Модернизация высшей школы и инновационное развитие экономики региона.....	285
<b>Шпанковская Н. Г.</b>	
Методология аналитической поддержки управленческих решений в опережающем управлении экономикой.....	291
<b>Штельцер М. С., Карташевская И. Ф.</b>	
Структурно-логическое и кластерное моделирование в сфере туризма.....	297
Summaries.....	302
Сведения об авторах.....	334
Содержание.....	338
Contents.....	340

## CONTENTS

<b>Bayandurova A. A., Rosenberg I. G., Shaytura S. V.</b> Comprehensive analysis of the Crimean tourist destination.....	3
<b>Buzni A. N.</b> An innovative component of the advanced development strategy.....	11
<b>Gorovets N. A.</b> Impact of the government support on the development of small and medium business in Crimea.....	26
<b>Dick V. V., Staroverova O. V., Urintsov A. I.</b> Technological and organizational virtualization companies in the information society.....	35
<b>Zhuravlova T. O., Nazarkina L. I.</b> Systemic analysis in enterprise management.....	42
<b>Ilbesinova V. O., Vershitskaya E. R.</b> Modern methods of improvement of personnel policy of the enterprises in the sphere of tourism.....	49
<b>Kozhaev Y. P., Shaytura S. V., Shangin A. I.</b> Marketing analysis of the tourism business in the Crimea.....	56
<b>Kolesnik V. I.</b> Statistical supply of regional tourism development management.....	69
<b>Curbatov O. Yu., Louyot-Gallicher M.</b> Towards NBICS convergence (nano- bio- info- cognitive- socio) and 'knowledge marketing': the biomedical case.....	88
<b>Matsova A. S.</b> Forming the mechanism of the sanatorium development management.....	116
<b>Mingaleva Zh. A., Oborin M. S.</b> Potential of the external economic cooperation in business activity of subjects of the recreational sphere of Perm region.....	127
<b>Oborin M. S.</b> Sustainable development of resort-recreational complex of Russia.....	133
<b>Oborin M. S.</b> Features of development of sanatorium activity of the region in the conditions of social and economic instability.....	143
<b>Osipova E. E.</b> Shipbuilding cluster of the Arkhangelsk region.....	151
<b>Ostapchuk A. V.</b> Formation and development of tourism in the Crimea: retrospect and prospect...	159
<b>Pavlov K. V.</b> Innovation ecology as theoretical basis of modernization of ecological system of intensive type.....	164

<b><i>Panov B. N., Kibenko V. A., Seregin S. S., Lomakin P. D.</i></b>	
Features of functioning and development for small innovative enterprises at the budget institutions of higher education.....	186
<b><i>Podsolonko V. A., Podsolonko E. A.</i></b>	
Integration of international educational experience into the development of advanced management competencies.....	194
<b><i>Podsolonko E. A., Buts T. M., Idrisova E. R., Kertova K. A., Kotyash A. V., Petrilovskaya R.</i></b>	
Interaction of the university and society: learning and practical application of electronic components and electronic commerce.....	224
<b><i>Svyatokho N. V., Vysochina M. V., Osmanova Z. O.</i></b>	
Analysis of resource provision of economic security of tourist business of the Crimea Republic.....	234
<b><i>Khrapko V. N.</i></b>	
Investment sources choice.....	251
<b><i>Tsvetkova I. I., Botenko T. O.</i></b>	
Development of methods for assessment of risks for human.....	256
<b><i>Tsvetkova I. I., Imanzhanova K. B.</i></b>	
Basic principles and approaches to the formation of personnel security system of economic security companies.....	263
<b><i>Tsvetkova I. I., Svodceva I. A.</i></b>	
Basic principles and approaches to the formation of personnel security system of economic security companies.....	273
<b><i>Tsvetkova I. I., Tityanechko K. S.</i></b>	
Branding area: the essence and development in the Russian Federation .....	280
<b><i>Shirikhina E. Yu.</i></b>	
Modernization of higher education and innovative development of the region ....	285
<b><i>Shpancovska N. G.</i></b>	
Analytical methods support of the management decisions in feed-forward control of economy .....	291
<b><i>Shteltser M. S., Kartashevskaya I. F.</i></b>	
Structural-logical and clustering simulation in touristic sphere.....	297
Summaries.....	302
Authors data.....	334
Contents.....	340