

Е. А. Герасимова
А. Н. Чаплина

**СТРАТЕГИЧЕСКИЕ
НАПРАВЛЕНИЯ**
ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ
СТРУКТУР СФЕРЫ УСЛУГ

Монография



Красноярск • 2013

УДК 005.21+334.7]:001.895:338.46
ББК 65.291.213 :65.206-551
Г 37

Рецензенты:

*доктор экономических наук, профессор Катанаяева М. А.
(ФГБОУ ВПО «Сибирский государственный
технологический университет»);
доктор экономических наук, профессор Ерыгина Л. В.
(ФГБОУ ВПО «Сибирский государственный аэрокосмический
университет имени академика М. Ф. Решетнева)»*

Авторы:

*доктор экономических наук, профессор Чаплина А. Н.
(Торгово-экономический институт
ФГАОУ ВПО «Сибирский федеральный университет»);
кандидат экономических наук, доцент Герасимова Е. А.
(Торгово-экономический институт
ФГАОУ ВПО «Сибирский федеральный университет)»*

Герасимова Е. А.

Г 37 Стратегические направления инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг : монография / Е. А. Герасимова, А. Н. Чаплина; под ред. А. Н. Чаплиной ; Торг.-экон. ин-т СФУ - Красноярск, 2013.-228 с.

ISBN 978590431471-2

В монографии рассмотрены следующие положения: сущность инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг, определены стратегические направления инновационного развития сферы услуг, предложены методы анализа и оценки уровня инновационного развития предпринимательских структур. На основе теоретической литературы, статистических данных и практических разработок проведен обширный анализ тенденций и закономерностей развития предпринимательства в сфере услуг в России, Красноярском крае и г. Красноярске. Авторами предложена методика анализа и выбора экономически предпочтительного варианта стратегии развития предпринимательской структуры сферы услуг, механизм ее реализации. Издание предназначено научным работникам, специалистам по управлению, преподавателям вузов, студентам экономических и технических специальностей.

УДК 005.21+334.71:001.895:338.46
ББК 65.291.213 :65.206-551

ISBN 978590431471-2

О Герасимова Е.А., Чаплина А.Н., 2013

Отпечатано в типографии ИП Михайловой И.Г.
г. Красноярск, ул. Северное шоссе, 37
Тираж 300 экз.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	6
1. Теоретические основы инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг.....	7
1.1. Предпринимательские структуры сферы услуг как объект исследования.....	7
1.2. Сущность инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг.....	19
1.3. Стратегические направления инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг.....	31
1.4. Методы анализа и оценки уровня инновационного развития предпринимательских структур.....	42
Вывод.....	51
2. Мониторинг тенденций и закономерностей функционирования и развития предпринимательских структур сферы услуг.....	53
2.1. Экономико-организационные проблемы развития предпринимательских структур в условиях изменения факторов внешней и внутренней среды.....	53
2.2. Основные тенденции и закономерности развития предпринимательства в сфере услуг в России, Красноярском крае и г. Красноярске.....	89
2.3. Выявление ключевых факторов, влияющих на уровень развития предпринимательства в сфере услуг.....	113
2.4. Программы развития и поддержки предпринимательства, разработанные и внедряемые на государственном уровне.....	124
Вывод.....	140
3. Методика анализа и выбора экономически предпочтительного варианта стратегии развития предпринимательской структуры.....	142
3.1. Сущность понятия «методика» в системе управления.....	142
3.2. Методический подход к разработке стратегии инновационного развития предпринимательской структуры сферы услуг.....	151
3.3. Механизм и оценка эффективности реализации стратегии инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг.....	163
Заключение.....	174
Библиографический список.....	178
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ А «Предпринимательство», «предпринимательская деятельность», «предприниматель» - трактовки разных авторов.....</i>	<i>185</i>
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Б Классификация предпринимательства.....</i>	<i>187</i>
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ В Классификация предпринимательских структур.....</i>	<i>188</i>

<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Ю</i> Основные формы стимулирования инновационной деятельности малых и средних предприятий зарубежных стран.....	217
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Я</i> Формальные модели и матрицы.....	218
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ 1</i> Матрица видения.....	220
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ 2</i> Методический подход к разработке стратегии инновационного развития предпринимательской структуры.....	225
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ 3</i> Организационно-экономический механизм инновационного развития ПС сферы услуг.....	226
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ 4</i> Оценка эффективности реализации стратегии инновационного развития ПС сферы услуг.....	227

ВВЕДЕНИЕ

Переход российской экономики к рыночным отношениям неизбежно связан со становлением и развитием предпринимательства. Последнее обусловлено тем, что рыночные условия хозяйствования, в которых функционируют и развиваются сегодня организации, требуют применения нововведений во всех сферах, а эту задачу можно решить с помощью именно предпринимательской деятельности. Вместе с тем, в системе рыночных отношений важное значение имеет доля сферы услуг в ВВП страны, которая характеризуется ростом. Данная динамика свидетельствует о развитии предпринимательства в этой сфере, однако, оно могло бы происходить более быстрыми темпами, нежели сейчас. Это касается и г. Красноярска, и связано с рядом сдерживающих факторов и экономико-организационных проблем в данной области. Универсальных теоретических разработок по их решению на данный момент не существует, т.к. все весьма индивидуально по рассматриваемому вопросу. Этим объясняется и то, что на практике далеко не все разработки оказываются эффективными для конкретных организаций, чем и определяется *актуальность исследования*.

Цель научно-исследовательской работы состоит в том, чтобы на основе научного исследования предложить методический подход к разработке механизма и стратегии инновационного развития предпринимательской структуры сферы услуг.

Поставленная цель определяет ряд *задач* для ее достижения:

- изучить теоретические основы инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг;

- а** провести мониторинг тенденций и закономерностей функционирования и развития предпринимательских структур сферы услуг в России, Красноярском крае и г. Красноярске;

- а** предложить методический подход к разработке стратегии инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг;

В связи с вышеизложенными задачами *объектом исследования* в научно-исследовательской работе определена предпринимательская структура сферы услуг, *предметом исследования* служит стратегия инновационного развития предпринимательской структуры сферы услуг, методический подход к разработке стратегии инновационного развития предпринимательской

- *цели исследования* – изучить теоретические основы инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг, механизм и оценка эффективности реализации вы-

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР СФЕРЫ УСЛУГ

1.1. Предпринимательские структуры сферы услуг как объект исследования

На сегодняшний день в мире не существует общепринятого определения предпринимательства. Понятия «предприниматель» и «предпринимательство» являются производными от слова «предпринять», то есть сделать что-либо — создать, организовать, наладить, заключить сделку, вступить в соглашение и т. п. [61]. «Предпринимать», как писал В. И. Даль, значит затевать, решиться исполнить какое-либо новое дело, приступить к совершению чего-либо значительного. [24] Впервые понятие «предприниматель» появилось в 1723 г. в парижском Всеобщем словаре коммерции, и понятие «предприниматель» толковалось как человек, берущий на себя «обязательство по производству или строительству объекта». Сопоставление толкований терминов «предпринимательство», «предпринимательская деятельность», «предприниматель» разных авторов приведены в таблице А.

Анализируя различные точки зрения по данному вопросу, можно выделить некоторые характерные особенности предпринимательства, которые, на наш взгляд, наиболее полно раскрывают его суть.

1. Предпринимательство - это особый вид экономической активности (деятельности), под которой следует понимать форму участия индивида в общественном производстве и способ получения финансовых средств для обеспечения жизнедеятельности его самого и членов его семьи. Другими же формами участия индивида в общественном производстве является то, что индивид может выступать в качестве:

- собственника каких-либо объектов, недвижимости и т.д., приносящих ему постоянный и гарантированный доход (предоставление в аренду);
- наемного работника, продающего свою рабочую силу;
- индивидуального производителя;
- государственного или муниципального служащего;
- менеджера;
- пенсионера (пассивная форма участия);
- учащегося или студента (как подготовительный этап к участию в будущем общественном производстве в какой-либо конкретной форме);
- безработного (как вынужденная форма неучастия или приостановки участия в общественном производстве);
- занятого оборонно-охранной деятельностью (армия, милиция, госбезопасность);
- вовлеченного в экономически преступную деятельность [24].

Таким образом, индивид, выступая в качестве предпринимателя, является главным субъектом предпринимательской деятельности. Однако это не единственный субъект, т.к. в любом случае он вынужден взаимодействовать:

- с потребителем как основным его контрагентом;
- с государством, которое в различных ситуациях может выступать в качестве помощника или противника;
- с наемным работником, если, конечно, предприниматель работает не в одиночку;
- » с партнерами по бизнесу, если производство не носит изолированного от общественных связей характера;
- с профессиональными менеджерами;
- с капиталистами-инвесторами.

Все они являются основными субъектами предпринимательской деятельности (рис.1.1). Предприниматель при этом может выступать в качестве физического или юридического лица.



Рисунок 1.1 - Субъекты предпринимательской деятельности [24; 109]

2. Особенность данного вида экономической активности заключается в том, что начало ему положено с *идеи*, которая впоследствии принимает материализованную форму какого-либо конкретного бизнеса.

Предпринимательская идея - это потенциальная возможность самореализации индивидуума для решения собственных предпринимательских целей путем удовлетворения потребностей других. Т.е. сама по себе она представляет собой выявленный возможный интерес производителя, имеющий определенное очертание какой-либо конкретной экономической формы. [20] При реализации новой предпринимательской идеи в строго определенном направлении можно привести в настоящее или будущем времени к производству товара или услуги.

Следующими этапами реализации идеи (рис. 1.2) являются:

1. Изучение рынка услуг. Из рынка, от торговых агентов по сбыту продукции или услуг, новых технологиях, информации о предпринимательской деятельности.

2) Анализ структурного или географического разрыва в процессе общественного производства, который показывает, какие виды продукции производятся, какие не производятся, или же разрывы в технологической цепочке производства данного продукта, что производится в данном регионе, стране, за рубежом.

3) Достижения науки и техники. Каждый предприниматель должен следить за общими тенденциями научно-технического прогресса и инновациями, в том числе и не связанными с его непосредственной деятельностью.

4) Анализ уже производимого продукта (модификации продукта, перенос его из одной сферы в другую).

5) Прогнозирование возникновения в будущем той или иной потребности на основе знания закономерностей спроса.

6) Посещение встреч, симпозиумов, презентаций и т.п.



Рисунок 1 2 - Источники накопления предпринимательских идей [24]

Затем на начальном этапе предпринимательской деятельности происходит отбор накопленных предпринимательских идей по следующим критериям:

- Эффективность идеи.
- Перспектива завоевания рынка в процессе реализации идеи.
- Время, необходимое для реализации идеи.
- Размер капитала, необходимого для реализации идеи.
- Доступность и цена ресурсов.
- Наличие необходимой рабочей силы.
- Соответствие правовому полю.

- Соизмеримость с возможностями бизнеса.

После отбора необходимой идеи осуществляется ее анализ на основе конкретных экономических показателей в рамках предпринимательской экспертизы, осуществляемой или экспертной службой фирмы, или же специально приглашаемыми независимыми экспертами.

И наконец, предпринимательская идея реализуется в конкретный предпринимательский проект, что является неотъемлемым элементом исследуемого вида деятельности.

Вышесказанное отражено во мнении А. В Бусыгина о том, что предпринимательство есть искусство ведения деловой активности, есть, прежде всего, мыслительный процесс, реализуемый в форме делового проектирования. [24]

3. Предпринимательская деятельность складывается из трех основных частей, представленных на рисунке 1.3.

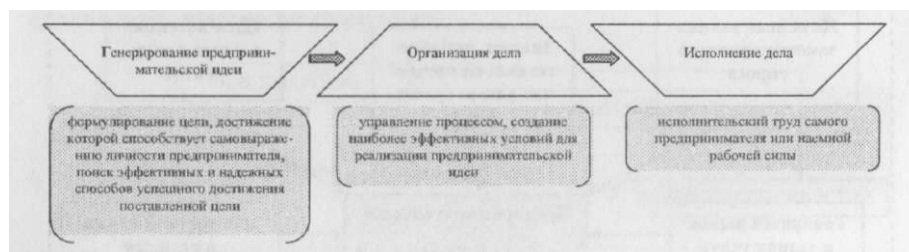


Рисунок 1.3 – Основные составляющие предпринимательства [21]

Поэтапно процесс от генерирования идеи до организации дела можно представить следующим образом (рис. 1.4).

4. Чтобы можно было с полным основанием назвать экономическую деятельность предпринимательской, ей должны быть присущи в совокупности следующие признаки: самостоятельность, инициатива, ответственность, риск, активный поиск, динамичность, мобильность.

5. Несмотря на то, что предпринимательству обычно присущ тактический способ действий, это, однако, не исключает связи предпринимательства с крупными, долговременными экономическими проектами.

6. Предпринимательство следует рассматривать как форму инициативной деятельности, направленной на извлечение прибыли (предпринимательского дохода). В таком случае оно предполагает:

- а) осуществление непосредственных производительных функций – производство товара или оказание услуг;
- б) осуществление посреднических функций, т. е. оказание услуг, связанных с продвижением товара или услуги на рынок и его передачей в надлежащем виде от непосредственного производителя к потребителю.



Рисунок 1.4 – Начальная стадия предпринимательской деятельности [20]

7. Важное значение имеет инновационная составляющая современной предпринимательской деятельности – это постоянный поиск новых возможностей, ориентация на инновации, умение привлекать и использовать для решения поставленной задачи ресурсы из самых разнообразных источников. Инновационный момент в предпринимательстве обязателен, и может быть выражен в производстве нового товара или услуги, смене профиля деятельности или основании нового предприятия, в новой системе управления производством, качеством, во внедрении новых методов организации производства или новых технологий.

Стремление сделать что-то новое, придумать что-то новое или улучшить уже существующее – вот с чем ассоциируется предпринимательство. Оно неразрывно связано с такими понятиями, как «динамизм», «инициатива», «смелость», и высвобождает в обществе тот потенциал, который превращает в реальность многие интересные идеи.

Предпринимательство – это принципиально новый тип хозяйствования, в основе которого лежит инновационное поведение собственников предприятия, умение находить и использовать идеи, воплощать их в конкретные предпринимательские проекты.

8. В силу вышесказанного, предпринимательская деятельность связана с высокой степенью риска, и, как правило, это рисковое дело. Поэтому, прежде чем решиться на создание собственного дела, предприниматель должен произвести тщательные расчеты, хорошо изучить предполагаемый рынок сбыта и конкурентов, не пренебрегая при этом и собственной интуицией.

Подводя итог, приведем определение предпринимательства, данное В.Ю. Бузовым, т.к. на наш взгляд оно емкое и передает суть данного вида деятельности: это особый вид экономической активности человека, в основе которой — инициатива, ответственность и инновационная предпринимательская идея; это деятельность с повышенной степенью риска. [24].

Экономическая сущность предпринимательской деятельности заключается в поиске и реализации новых комбинаций факторов производства (обновление продукции, технологии, организационных подходов) с целью удовлетворения явного или потенциального спроса. [20]

Переход российской (как и любой другой) экономики к рыночным отношениям неизбежно связан со становлением и развитием предпринимательства. Поэтому, говоря об экономике вообще и о рыночной экономике в частности, неизбежно приходится концентрировать внимание на предпринимательстве, как неотъемлемой составной части экономической деятельности.

Предпринимательство в разных сегментах экономики различается по форме и, особенно, по содержанию проводимых операций и способам их осуществления. Предприниматель может сам производить товары и услуги. Он также может приобретать готовые товары и перепродавать его потребителю. Наконец, предприниматель может только соединять производителей и потребителей, продавцов и покупателей.

В теории предпринимательства существуют различные подходы при установлении признаков, которые позволяют классифицировать предпринимательство. По нашему мнению, при установлении типов (видов) предпринимательства определяющее значение имеют виды предпринимательской деятельности, территориальность и законность ее осуществления, уровень прибыльности, формы собственности и организационно-правовые формы, а также количество собственников.

Таким образом, по вышеприведенным признакам составлена классификация предпринимательства (Таблица Б), краткий обзор которой проведем далее.

Государственное предпринимательство есть форма осуществления экономической активности от имени предприятия, учрежденного:

- а) государственными органами управления, которые уполномочены управлять государственным имуществом (государственное предприятие),
- б) органами местного самоуправления (муниципальное предприятие).

Государственное предпринимательство в России приобрело особый вид, как субъект рыночных отношений. Кроме экономической функции, государственное предпринимательство имеет и политическую функцию, которая проявляется в нескольких формах: «добровольное» участие в социальной

политике государства; «регулирование» международных отношений и т.д. [24]

Государственная собственность существует в России в двух видах: федеральной и субъектов Российской Федерации. Предпринимательство развивается как на *муниципальной* собственности, так и на *смешанной*. [61]

Частное предпринимательство есть форма осуществления экономической активности от имени предприятия (если оно зарегистрировано в качестве такового) или предпринимателя (если такая деятельность осуществляется без найма рабочей силы, в форме индивидуальной трудовой деятельности).

Частная собственность проявляется в форме единоличной (*индивидуальной*) и коллективной (партнерской).

Незаконным предпринимательством в соответствии со ст. 171 УК РФ 111 является предпринимательская деятельность без регистрации или без лицензии в случаях, когда такая лицензия обязательна, если это деяние причинило крупный ущерб гражданам, организациям или государству либо сопряжено с извлечением дохода в крупном размере. Уголовным кодексом РФ установлены меры уголовной ответственности за незаконное предпринимательство.

По уровню прибыльности предпринимательские организации можно подразделить на *высокоприбыльные* и *низкорентабельные*. [24] В зависимости от распространения деятельности по территории предпринимательство подразделяется на местное, региональное, национальное, международное и мировое. [61]

Подробнее рассмотрим несколько основных *видов предпринимательства*, которые различают в зависимости от содержания и направленности предпринимательской деятельности, объекта приложения капитала и получения конкретных результатов.

Предпринимательство называется *производственным*, если сам предприниматель непосредственным образом, используя орудия и предметы труда производит продукцию, товары, услуги, работы, информацию, духовные ценности, предназначенные для последующей реализации потребителям, покупателям, торговым организациям. Цель - производство товара и последующая его реализация.

Таким образом, смысл производственного предпринимательства - создание любого полезного продукта, необходимого потребителям, востребованного ими, то есть он должен быть проданным или обмененным на другие товары. Продуктами производства могут быть промышленная и сельскохозяйственная продукция производственно-технического назначения, потребительские товары, строительные работы, перевозки грузов и пассажиров, услуги связи, коммунальные и бытовые услуги, производство информации, т.ш.п. выпуск книг, журналов, газет.

(>) развития производственного предпринимательства зависят экономический рост и уровень социального развития общества, в связи с чем оно

является самым важным, и вместе с тем не является абсолютно независимым от других видов предпринимательской деятельности.

В сфере обращения действует *коллегиально-торговое предпринимательство*, т.к. произведенные товары необходимо продавать или обменивать на другие товары. В России развивается очень высокими темпами.

Принцип организации такого предпринимательства в том, что предприниматель лишь продает готовый товар потребителю (покупателю), приобретенный им у производителя. Цель — приобретение товара, его сохранность и последующая реализация. Основные условия для развития этого вида предпринимательства: относительно устойчивый спрос на продаваемые товары и более низкая закупочная цена товаров у производителей.

Ввиду того что торговое предпринимательство непосредственно связано с конкретными потребителями, оно более мобильно, изменчиво.

Предпринимательство называется *посредническим*, если предприниматель сам не производит и не продает товар, а выступает в роли связующего звена в процессе товарного обмена. Главная задача и предмет предпринимательской деятельности посредника - соединить две заинтересованные во взаимной сделке стороны.

Посредник может быть как юридическим, так и физическим лицом, представляющим интересы производителя или потребителя, но сам таковым не являющимся. При этом он может вести предпринимательскую деятельность самостоятельно или выступать на рынке от имени (по поручению) производителей или потребителей.

В качестве посреднических предпринимательских организаций на рынке выступают оптовые снабженческо-сбытовые организации, брокеры, дилеры, дистрибьюторы, биржи, в какой-то мере коммерческие банки и другие кредитные организации.

Финансово-кредитное предпринимательство — это особая форма коммерческого предпринимательства, где в качестве предмета купли-продажи выступают валютные ценности, национальные деньги и ценные бумаги, продаваемые или предоставляемые в кредит предпринимателем покупателю.

Коммерческие банки, финансово-кредитные компании, валютные биржи и другие специализированные организации образуются для организации финансово-кредитного предпринимательства. Их деятельность регулируется как общими законодательными актами, так и специальными законами и нормативными актами Центрального банка России и Минфина РФ.

Предпринимательство называется *страховым*, если предприниматель в соответствии с законодательством и договором гарантирует страхователю возмещение ущерба в результате непредвиденного бедствия потери имущества, ценностей, здоровья, жизни и других видов потерь за определенную плату при заключении договора страхования.

Сущность страхования заключается в том, что предприниматель получает от страхователя плату, выплачивая страховку только при определенных обстоя-

тельствах, и т.к. невелика вероятность возникновения таких обстоятельств, оставшаяся часть взносов образует предпринимательский доход.

Разнообразие видов предпринимательства очевидно, но все они действует по одной схеме. Ранее уже была рассмотрена структура субъектов предпринимательской деятельности (рис. 1.5) и один из объектов - предпринимательская идея. Другим объектом являются предпринимательские структуры, классификация которых приведена в таблице В. Таким образом, предпринимательскую деятельность можно представить в виде схемы, элементами которой являются ее субъекты, занимающие управляющую позицию, и объекты, занимающие управляемую позицию, между которыми имеется как прямая, так и обратная связь.

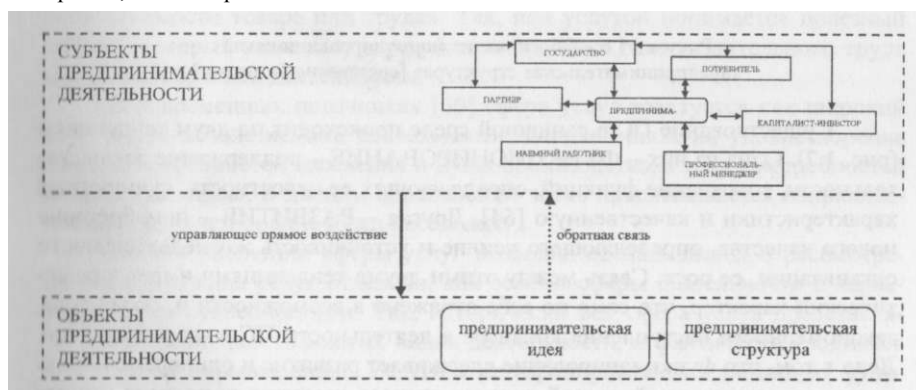


Рисунок 1.5 — Субъекты и объекты предпринимательской деятельности
[составлено авторами]

Что представляет собой предпринимательская структура, становится понятным, глядя на рис. 6. Если говорить конкретно об экономике России, то следует обратить внимание на ее переход к рыночным условиям. Рыночные условия хозяйствования, в которых функционируют и развиваются сегодня организации, требуют применения нововведений во всех сферах (и в управлении в том числе). Эту задачу можно решить с помощью предпринимательской деятельности, которая по своей сути всегда связана с определенным риском и материальной ответственностью за возможные неудачи и провалы. Гик, в системе рыночных отношений целесообразно вместо понятия «организация» использовать термин «предпринимательская структура» [106].

Предпринимательская структура (ПС) - это организация, в которой субъектами рыночной экономики осуществляется предпринимательская деятельность в соответствии с установленными законами, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве. [88]

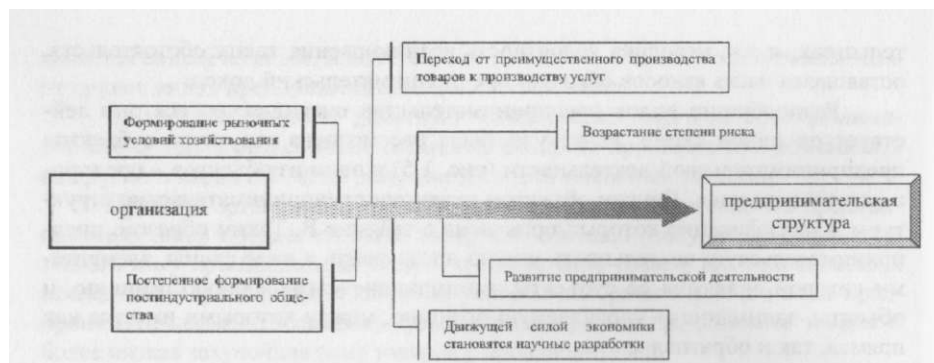


Рисунок 1.6 - Обоснование формулировки понятия «предпринимательская структура» [составлено авторами]

Существование ПС в рыночной среде происходит по двум тенденциям (рис. 1.7). Одна из них - **ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ** - поддержание жизнедеятельности, сохранение функций, определяющих ее целостность, сущностные характеристики и качественную [64]. Другая - **РАЗВИТИЕ** - приобретение нового качества, определяющего усилие и устойчивость жизнедеятельности организации, ее рост. Связь между этими двумя тенденциями имеет диалектический характер, что само по себе отражено в возможности и, более того, закономерности наступления кризисов в деятельности ПС и их разрешения. Дело в том, что функционирование сдерживает развитие и одновременно является его питательной средой, в свою очередь развитие разрушает многие процессы функционирования, но вместе с тем создает условия для его более устойчивого осуществления. [109]

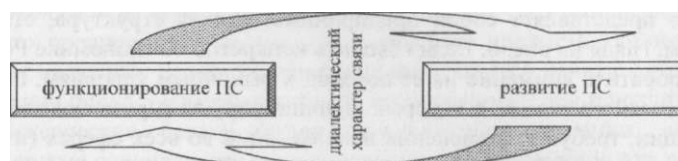


Рисунок 1.7 — Тенденции существования ПС [108]

ПС, производящие услуги, являются своеобразными индикаторами доли сферы услуг в ВВП, что в системе рыночных отношений имеет значение.

К тому же роль сферы услуг в современной экономике определяется в следующем:

- в повышении занятости населения, посредством создания новых рабочих мест;
- в увеличении доли доходов в валовом внутреннем продукте;
- в повышении качества жизни населения. [18]

Вместе с тем, сфера услуг зависит не только от таких социальных показателей, как уровень и качество жизни, здоровье и экономическая активность населения, социальная напряженность, развитие социальной сферы, но и от потребительско-стоимостных свойств произведенного продукта. [99]

В нашей стране доля услуг по некоторым данным составляет более 50% ВВП, однако, некоторые экономисты указывают, что эта доля завышена. [86] Но в любом случае можно наблюдать ускорение темпов увеличения объемов оказанных услуг, что свидетельствует о развитии предпринимательства в этой сфере.

Одно из самых известных определений услуг принадлежит К. Марксу: «Услуга есть не что иное, как полезное действие той или иной потребительской стоимости товара или труда». Так, под услугой понимается полезный эффект, который возникает в результате процесса производительного труда как целесообразной деятельности.

В современных источниках [60] сфера услуг трактуется как широкий круг видов хозяйственной деятельности, направленной на удовлетворение шных потребностей населения и нужд производства, а также потребностей общества в целом. В данном определении четко прослеживается направленность на удовлетворение нужд населения.

Анализ эволюции сферы услуг позволил сделать вывод о рассмотрении каждого вида услуг отдельно, как особой сферы деятельности с характерными ее особенностями. Так, исторически вся сфера услуг представлялась как совокупность многих видов деятельности, и фактически сводилась просто к их перечислению. Услуги классифицировались с помощью функционального или отраслевого подхода. Рассматривая процессы, происходящие в сфере услуг, только с функционального подхода, К. Лаврок выделял четыре укрупненные группы, где объектами преобразования услуг выступали человек, материальные или нематериальные объекты [19]:

- услуги, направленные на человека (медицинские, спортивные, ресторанные и т. д.);
- услуги, направленные на сознание человека (информационные, образовательные, культурные и т. д.);
- услуги, направленные на физические объекты (транспортные, грузовые, торговые и т. д.);
- услуги, направленные на нематериальные активы, основанные на обработке информации (банковские, финансовые, страховые и т. д.).

Существует множество видов классификаций услуг как на международном, так и национальном уровне. Так, классификация ВТО (Всемирная торговая организация) рассматривает 150 видов услуг, сгруппированных в двенадцать секторов. В мировой практике используются классификация Организации экономического сотрудничества и развития и Международная стандартная классификация всех видов экономической деятельности и множество других.

Подобная схема классификации услуг действует и в практике хозяйствования нашей страны, где на ее основе разработан общероссийский классификатор услуг населения (ОКУН), а также представлены показатели государственной статистики. Данный классификатор перечисляет услуги, которые оказываются ПС различных организационно-правовых форм.

Адаптация сферы услуг к постоянным изменениям экономики, рост в регионе числа услуг и способов обслуживания являются причиной существования множества видов классификаций услуг.

В целях реалистического отображения места услуг в секторе экономики целесообразным считается соединять в классификации услуг функциональный подход с отраслевым. Классификация услуг по видам деятельности представлена на схеме (рисунок Г).

Условно сфера услуг разделяется на три сектора [19]

- платный (рыночный);
- государственный (общественный);
- смешанный.

Самым широким разнообразием видов деятельности представлен сектор платных услуг, характеризующихся различием условий хозяйствования, участия в рыночной конкуренции, маркетинговой стратегии и т. д.

Со сферой услуг в современной региональной экономике связаны практически все виды деятельности. Услуги сейчас предоставляют не только предприятия торговли и сервиса, но и промышленные предприятия, осуществляя услуги транспорта, гарантийное и постгарантийное обслуживание, консультационное сопровождение и т. п. Так, сферу услуг в настоящее время необходимо рассматривать уже не как отдельную отрасль, а как масштабный сектор экономики, обладающий сложной изменчивой структурой. [18]

В этой связи, можно выделить ряд специфических особенностей, которые имеет сфера услуг по сравнению с материальным производством.

Во-первых, в отличие от товаров, услуги производятся и потребляются в основном одновременно, не подлежат хранению. Это порождает проблему регулирования спроса и предложения услуг.

Во-вторых, услуги часто противопоставляются продукции, хотя и в промышленности увеличивается роль обслуживания, которое может включать ремонт оборудования, послепродажное обслуживание и другие услуги, связанные с продажей товаров.

Можно сказать, что во многих случаях в услуге присутствует элемент продукции, точно так же, как при продаже продукции присутствует элемент услуги. Тесное переплетение продажи товаров и предоставления услуг затрудняет выделение и учет услуг.

В-третьих, сфера услуг обычно больше защищается государством от иностранной конкуренции, чем сфера материального производства. Более того, во многих странах транспорт и связь, финансовые и страховые услуги, наука, образование, здравоохранение, коммунальные услуги традиционно

находятся в полной или частичной собственности государства или же строго контролируются и регламентируются государством.

Так, специфика ПС сферы услуг заключается в особенностях конечного продукта (услуги) [39] - неосвязаемость, неспособность долгое время сохранять свои свойства и совпадение по времени производства и потребления. Кроме того, ПС, производящие услуги, вынуждены действовать в ситуации острой конкуренции еще в большей степени, чем крупные компании-монополисты, производящие товар. [26]

По мере развития общества, роста производительных сил происходит определенное развитие региональной сферы услуг. Наблюдается увеличение занятости в этой сфере, рост технической оснащенности труда, внедрение все более совершенных технологий.

В настоящее время роль сферы услуг как одного из важнейших секторов экономики очень велика и актуальна. Это связано с тем, что постепенно усложняется производство, происходит насыщение рынка товарами, быстрыми темпами растет научно-технический прогресс, который ведет к инновациям в секторе экономики. Все это становится недостижимым без существования различных видов услуг. [18]

Таким образом, сфера услуг рассматривается как специфический объект инновационного управления. Это определяет важность и значимость разработки методики инновационного управления и ее непрерывного совершенствования в организациях подобного типа. [26]

Отметим, что предприятия сферы обслуживания являются в большинстве своем предприятиями малого бизнеса, реализация инновационных проектов для которых также имеет дополнительные условия и показатели оценки.

Так, рассмотрев подходы к определению и классификации услуг, а также специфические особенности сферы услуг, становится возможным попытаться, что все это свидетельствует о необходимости разработки и внедрения специального механизма управления инновациями для ПС в этой сфере деятельности. [26] В связи с этим, далее остановимся на анализе особенностей инноваций и инновационного процесса в развитии ПС сферы услуг.

1.2. Сущность инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг

Как уже было сказано выше, для ПС характерна инновационная социальная составляющая. Практика показывает, что в России инновационному развитию ПС не уделяется достаточное внимание. В связи с этим, актуальным будет рассмотреть, что представляет собой ПС с точки зрения инноваций и инновационное развитие в сфере услуг.

Любая организация в современных экономических условиях сталкивается с необходимостью действовать в соответствии с требованиями рынка, а значит, осуществлять те преобразования, разрабатывать и реализовывать те

продукты и совершенствовать те процессы, которые необходимы в целях максимизации прибыли компании в данный конкретный момент времени в условиях текущей ситуации на рынке. [26]

Развитие организаций происходит, как правило, путем освоения разнообразных инноваций. Эти инновации могут затрагивать все сферы деятельности организации. Следует отметить, что любые достаточно серьезные инновации в одной сфере деятельности организации, обычно, требуют незамедлительных изменений в сопряженных участках, а иногда и общей перестройки организационных структур менеджмента [110].

Инновации — залог успешного развития любой компании. Даже если фирма постоянно модернизирует свои товары, рынки, на которых она работает, могут войти в стадию спада, и стремящимся к развитию компаниям, время от времени приходится «высаживаться на новые территории». Кроме того, инновации имеют серьезное решающее значение для поддержания или повышения уровня доходности. Под «прессом» конкурентной борьбы показатели рентабельности, достаточно быстро после выхода товаров на рынок начинают сокращаться. Модернизация продукта и расширение специализации позволяет в лучшем случае поддерживать уровень прибыли, а действительно значительный доход приносят только по-настоящему новаторские товары. [73]

Инновации являются основной формой превращения знаний в благосостояние и представляют собой ключевую характеристику «экономики, основанной на знаниях». [99]

Первоочередная задача высшего руководства компании - разработка мировоззренческой концепции и приоритетов в области инноваций. Инновации, наряду с прибылью, следует рассматривать как важнейшую организационную задачу.

В большинстве случаев, начинать следует с «инновационного аудита» или, другими словами, с принципиальной оценки показателей фирмы в области инноваций, внутренних барьеров на их пути и мероприятий, направленных на повышение эффективности инновационной деятельности. Первым шагом должно стать эталонное тестирование, то есть сравнение инновационных показателей фирмы с данными о работе ведущих предприятий отрасли.

Второй этап аудита - анализ препятствий.

На последнем этапе аудита предлагаются практические рекомендации. Следует выработать расчетные показатели относительно числа разрабатываемых товаров и времени, необходимого для вывода их на рынок, энергично провести организационные и культурные изменения [55].

Инициаторы инноваций работают в условиях повышенного риска, но при удачной реализации нововведений имеют запас «экономической прочности», который выражается в наличии портфеля новой конкурентоспособной продукции, более низких, по сравнению со средними, удельных издержках производства.

Как показывает практика, деятельность по созданию и внедрению инноваций, несмотря на большой риск, характеризуется высокой прибыльностью, в среднем более чем в 3 раза превышающей среднюю прибыль инвестиций в экономически развитых странах [79].

Сегодня инновационные процессы становятся существенным фактором, определяющим стратегический успех предприятия на рынке товаров и услуг, устойчивость и стабильность его развития.

Среди различных методов и средств усиления конкурентного статуса предприятия, особое место сегодня занимает активизация инновационных процессов, главная часть которых — создание новой продукции, услуг, информации, интеллектуальных ценностей. То есть, новаторский процесс постоянного поиска новых возможностей, умение извлекать и использовать новые материалы для решения постоянных задач и из самых разных источников - интеллектуальные ресурсы.

Ниже проанализированы преимущества, создаваемые в рамках инновационного пути развития предприятия. Под инновационным развитием предлагаем понимать использование своих инновационных возможностей для осуществления инновационной деятельности, реализации инновационных процессов. Основные преимущества инновационного пути развития представлены в рис. 1.8.

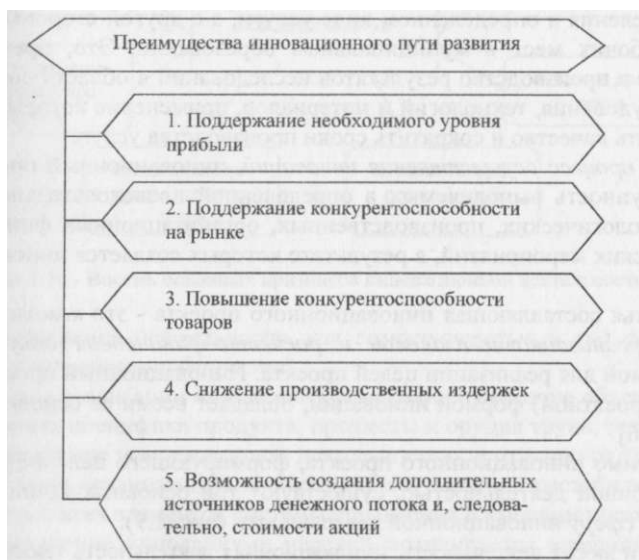


Рисунок 1.8 - Основные преимущества инновационного развития предприятия [73]

В связи с этим, ключевым направлением повышения эффективности деятельности компании становится разработка, планирование, реализация и

контроль осуществления инновационных решений, - оптимизация управления инновационными проектами, разработка процедур управления процессами и стоимостью инновационного проекта, оценка влияния параметров и результатов реализации инновационного проекта на результаты деятельности компании в целом. Актуально это, с учетом соответствующих специфических особенностей бизнеса, и для сферы услуг.

Инновационный проект - комплексное понятие включающее [57]:

- форму целевого управления инновационной деятельностью;
- процесс осуществления инноваций;
- комплект определенных документов.

Как *форма целевого управления инновационной деятельностью* инновационный проект представляет собой сложную систему взаимообусловленных и взаимосвязанных по ресурсам, срокам и исполнителям мероприятий, направленных на достижение конкретных целей на приоритетных направлениях развития науки и техники.

Под *инновационным проектом в сфере услуг*, предлагаем понимать создание новых видов услуг, новых технологий и оборудования, повышающего качество и эффективность производства услуг, новых предприятий и объединений сферы услуг. Такие предприятия и объединения сферы услуг в свою очередь, обеспечивают с одной стороны, неудовлетворенные потребности населения в определенном виде услуги, а с другой стороны, создание новых рабочих мест в муниципальном образовании. Это, прежде всего, внедрение в производство результатов исследований в области создания нового оборудования, технологий и материалов, применение которых позволяет улучшить качество и сократить сроки производства услуг.

Как *процесс осуществления инноваций*, инновационный проект [28] - это совокупность выполняемых в определенной последовательности научных, технологических, производственных, организационных финансовых и коммерческих мероприятий, в результате которых создается инновационный продукт.

Третья составляющая инновационного проекта - это *комплект технической, организационно-плановой и расчетно-финансовой документации*, необходимой для реализации целей проекта. Инновационный проект, будучи особой (проектной) формой инновации, обладает всеми ее основными свойствами. [26]

Помимо инновационного проекта, формирующего целевое *управление инновационной деятельностью*, существуют три основных компонента, *обrazующих сферу инновационной деятельности* (рис. 1.9).

Как и любая деятельность, инновационная деятельность также имеет ряд отличительных признаков. Из них рассмотрим восемь основных (рис. 1.10).

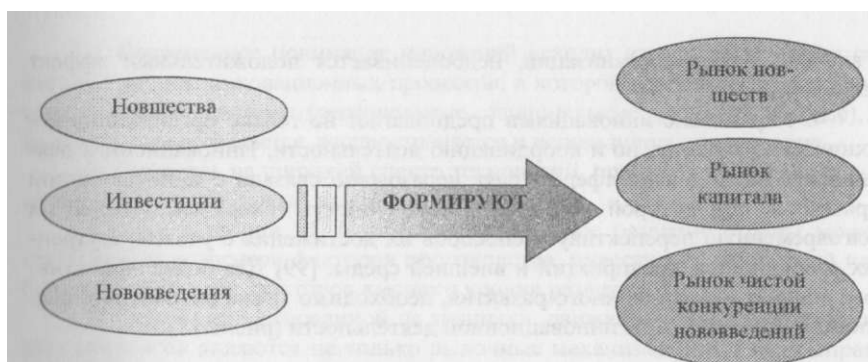


Рисунок 1.9 – Компоненты, образующие сферу инновационной деятельности [составлено авторами]



Рисунок 1.10- Восемь основных признаков инновационной деятельности [99]

Инновационная деятельность как самостоятельный вид деятельности имеет следующие особенности:

1. В ходе реализации инноваций происходит изменение объекта управления: меняется специфика продукта, предметы и орудия труда, технология.
2. Управление инновационной деятельностью, в отличие от традиционную управления организацией, характеризуется высокой нестабильностью и и (менчивостью всех элементов системы управления и высоким риском.
3. Управление инновациями нередко мотивируется внешними экономическими факторами. При этом достаточно часто инновационные проекты имеют имиджевую или социальную направленность. Традиционные финансовые подходы обоснования экономической эффективности инновационных решений не всегда адекватно учитывают влияние инноваций на внутреннюю

и внешнюю среду организации, недооценивается положительный эффект инноваций.

4. "Управление инновациями предполагает не только организационно-технические аспекты, но и координацию деятельности. Инновационная деятельность предприятий сферы услуг неразрывно связана с инновационной стратегией, под которой понимается совокупность генеральных целей на долговременную перспективу и способов их достижения с учетом внутренних особенностей предприятий и внешней среды. [99] Для более эффективного анализа инновационного развития, необходимо также рассмотреть следующие основные типы инновационной деятельности (рис. 1.11).

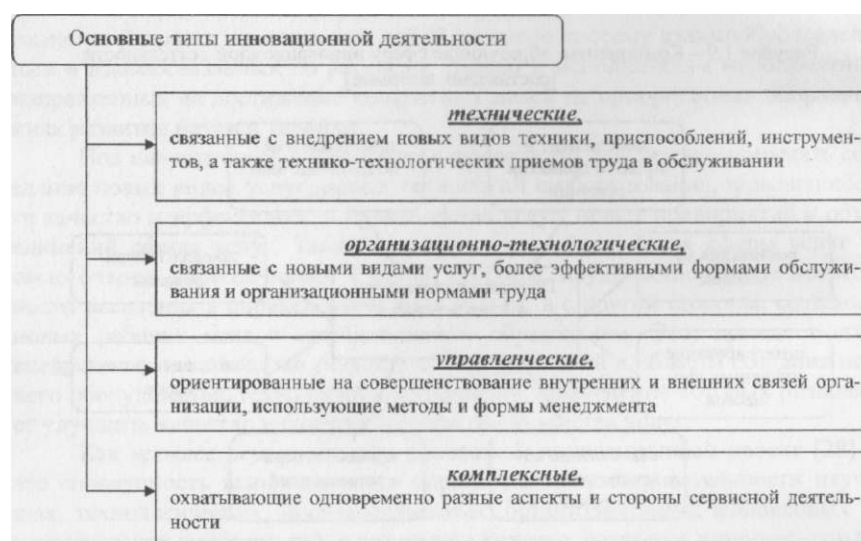


Рисунок 1.11- Основные типы инновационной деятельности [99]

Можно сказать, что как любая деятельность, инновационная деятельность функционирует комплексно и эффективно работает в сфере услуг. Инновационный процесс, как неотъемлемая часть инновационной деятельности, соответственно, применим и к сфере услуг.

В современной экономике выделяют несколько принципиальных особенностей и тенденций развития инновационных процессов [106]:

1. Исследования и разработки не являются единственным источником знания для инноваций. Изучение рынка, опыт и т.п. составляют не менее часто используемые источники инновационной информации.

2. Инновации реализуются сегодня во всех отраслях промышленности, сферы услуг и государственного сектора экономики, включая органы государственного управления.

3. Современное понимание инноваций исходит из интерактивной и системной модели инновационных процессов, в которой ключевую роль играют инновационные системы (региональные, национальные и международные), в рамках которых создается, распространяется и используется новое знание.

4. Опираясь на широкий спектр технологий, предприятия все чаще вынуждены получать новые знания извне.

Согласно теории М. Портера, конкурентное развитие страны может происходить на основе факторов производства, инвестиций, инноваций или благосостояния, т.е. факторов высшего уровня развития.

В «экономике, основанной на знаниях», движущей силой инновационных процессов являются не только рыночные механизмы, но и целенаправленная государственная политика, в связи с чем, государство принимает активное участие в формировании всех элементов инновационной системы:

- увеличение целевой поддержки исследований, связанных с национальными интересами и приоритетами, с глобальными проблемами, с долгосрочным прогнозированием последствий управленческих решений и внедрении новых технологий;

- расширение содействия научно-техническому развитию и инновационному процессу посредством введения льгот и преференций для частного сектора, инвестирующего в развитие науки и широко использующего инновации;

- стимулирование кооперации между субъектами инновационной деятельности, содействие в формировании партнерских отношений между участниками инновационной сферы;

- развитие институциональных условий и гарантий для эффективного функционирования научно-технической сферы и инноваций;

- формирование инновационных ориентиров в системе государственных целей, а также поддержание их приоритета по отношению к другим целям;

- включение сферы инновационной деятельности в систему ключевых приоритетов обеспечения национальной безопасности государства. [99]

В инновационной экономике предпринимательскую структуру нельзя понимать как совокупность отношений между экономическими субъектами, взаимосвязанными и взаимодействующими между собой в процессе создания и реализации инновационных предпринимательских идей, определяющих конкурентоспособность предпринимателя на рынке.

Ниже рассмотрены основные принципы создания предпринимательских структур в инновационной экономике (рис. 1.12).

Следуя принципам создания ПС, можно выделить следующие этапы формирования предпринимательских инновационных структур (рис. 1.13).

Инновационное предпринимательство базируется на принципах разделения и распределения риска между предпринимателями и инвесторами. [24]

В качестве инновации в сфере услуг выступает результат деятельности (> новый продукт, технология или ее отдельные элементы, новая организационная сервисной деятельности и др.), который способен более эффективно удовлетворять потребности потребителей [43].

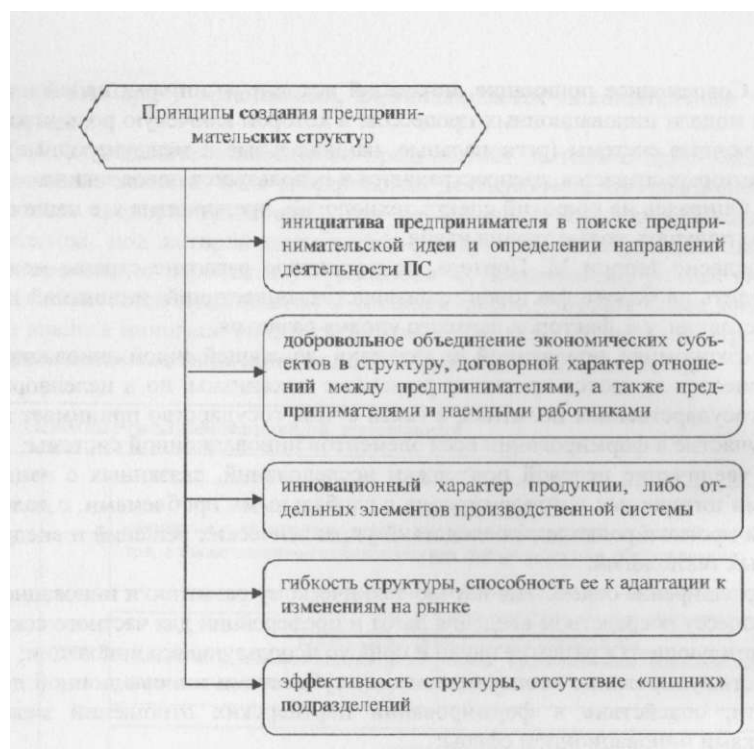


Рисунок 1.12 - Основные принципы создания предпринимательских структур [24]

Целесообразно рассматривать два основных элемента инновационного развития ГТС в сфере услуг:

- новаторскую инновационную деятельность как предпринимательскую функцию (табл. 1.1);
- действия предпринимателя как носителя и реализатора данной функции (рис. 1.14).

Многие страны, не располагающие научно-технологическими ресурсами, необходимыми для масштабных индустриальных прорывов, обеспечивают сегодня рост экономики за счет инновационного развития сектора услуг. Этот путь должен представлять определенный интерес и для России, учитывая неудовлетворительное состояние ее производственного и научно-технического потенциала на фоне относительно высокой доли сферы услуг в ВВП [47]. В этой ситуации инновационное развитие сферы услуг должно стать мощным источником экономического роста, вероятно, даже более значимым, чем технологические инновации в промышленности.

Помимо принципов разделения и распределения риска между предпринимателями и инвесторами, существуют необходимые условия для осуществления инновационной деятельности в сфере услуг (рис. 1.15).

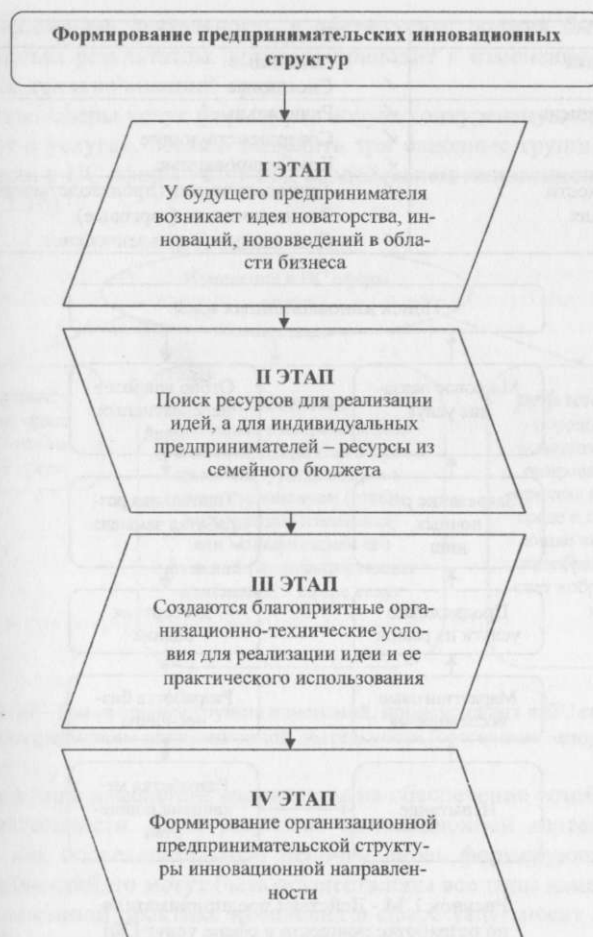


Рисунок 1.13 - Этапы формирования предпринимательских инновационных структур
[составлено авторами]

Таблица 1.1 – Классификация инновационной деятельности

Критерий	Виды инноваций	
Распространенность	✓	Единичные
	✓	Диффузные
Место в производственном цикле	✓	Сырьевые
	✓	Продуктовые
	✓	Обеспечивающие
Преемственность	✓	Открывающие
	✓	Отменяющие
	✓	Замещающие

	✓	Возвратные
Охват доли рынка	✓	Локальные
	✓	Системные
Потенциал и степень новизны	✓	Радикальные
	✓	Совершенствующие
	✓	Комбинированные
Сфера деятельности предпринимателя	✓	Технологические (производственные)
	✓	Экономические (торговые)
	✓	Социальные (управленческие)

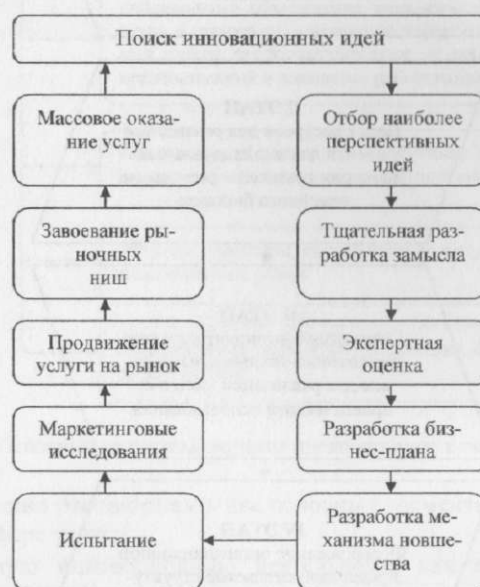


Рисунок 1.14 - Действия предпринимателя по разработке новшеств в сфере услуг [20]



Рисунок 1.15 - Необходимые условия для осуществления инновационной деятельности в сфере услуг [составлено авторами]

Инновационная деятельность в сфере услуг должна быть связана с прогнозируемым результатом, который приводит к изменениям как внутри предприятия, так и во внешней среде.

Развитие сферы услуг формирует новую конкурентную среду и новые потребности в услугах. Можно выделить три основные группы изменений, происходящих в ПС сферы услуг под воздействием инновационной деятельности (рис. 1.16).

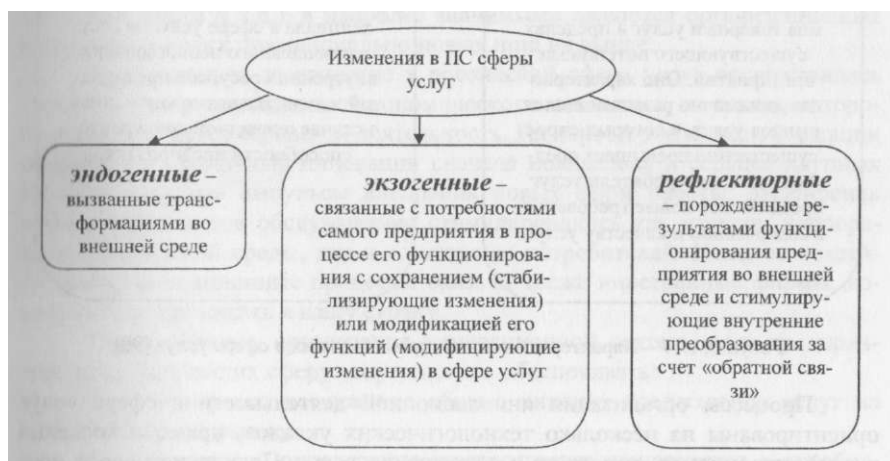


Рисунок 1.16 - Три основные группы изменений, происходящих в ПС сферы услуг под воздействием инновационной деятельности [составлено авторами]

Все три типа изменений направлены на обеспечение устойчивой и стабильной деятельности. Если результат инновационной деятельности рассматривать как последовательную цепочку вновь формирующихся ценностей и потребностей, то могут быть осуществлены все типы изменений.

В современной практике изменения в сфере услуг носят либо экстенсивный, либо интенсивный характер (рис. 1.17).

Указанные направления изменений не сопровождаются формированием нового потенциала предприятий сферы услуг, ориентированного на будущие трансформации ценностных ориентаций и предпочтений потребителей, возможные лишь благодаря инновационной деятельности.

По сути, речь идет о постоянно возобновляющемся процессе преобразования сферы услуг.

Можно сказать, что инновационный процесс формирования сферы услуг адекватен потребительскому рынку тогда, когда имеет место понимание причин возникновения, значимости и необходимой направленности инновации, сферы их применения, степени новизны, специфики структуры жизненного цикла, глубины и масштабности изменений, а также различий в удовлетворении потребностей на определенных сегментах потребительского рынка.

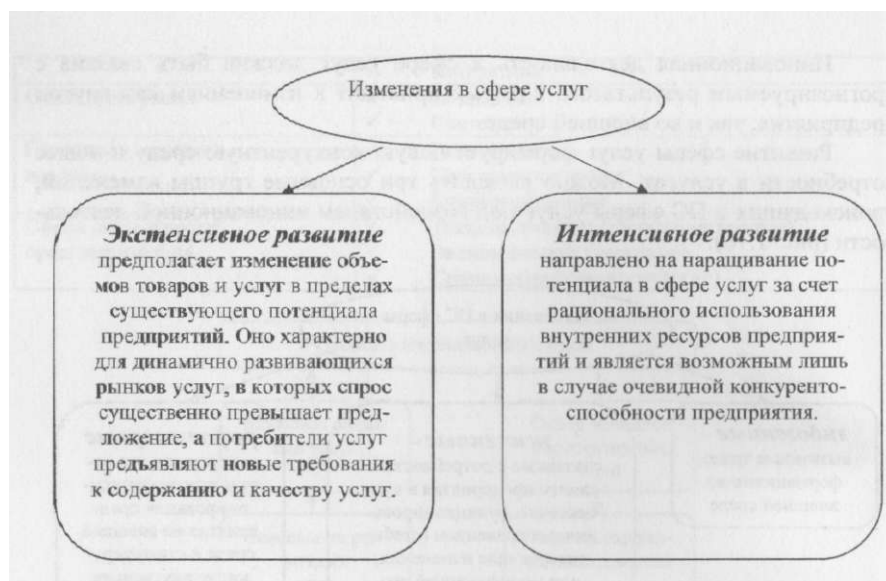


Рисунок 1.17-Характер изменений, происходящих в сфере услуг [99]

Процессы организации инновационной деятельности в сфере услуг ориентированы на несколько технологических укладов, прямо и косвенно воздействующих на структуру и содержание услуг. Появление нового продукта на потребительском рынке затрагивает взаимосвязи экономических хозяйствующих субъектов в предоставлении услуг потребителям. В результате инновационную деятельность можно охарактеризовать как деятельность по освоению (внедрению) в отраслях, организациях и экономике широкого спектра нововведений, касающихся:

- производства новых услуг;
- применения новых технологий и/или освоения новой техники;
- использования новых источников ресурсов;
- введения новых форм и методов организации производства, труда и управления;
- освоения или развития новых рынков.

Следовательно, инновационная деятельность выступает как организационно-управленческая поддержка реализации всех этапов жизненного цикла услуги. Круг задач управления инновационной деятельностью расширяется и предполагает обеспечение маркетинговой поддержки инноваций и управления создаваемой интеллектуальной собственностью, организацию инвестирования инноваций и преодоление сопротивления изменениям со стороны персонала. Все это требует формирования научно-методологического и теоретического обоснования и развития адекватного инструментария. Исследование особенностей инновационной деятельности и недостаточное развитие теории и методологии в сфере услуг приводят к существенному

и снижению эффективности и результативности инноваций, что нередко сказывается на конкурентоспособности организации.

В современной сфере услуг заметна тенденция внедрения информационно-технологических новшеств, облегчающих работу с клиентами и в целом весь процесс сервисного производства, при этом преобладают инновации, не сопряженные с технологиями. Технологические инновации носят менее инструментальный характер (компьютеризация сервиса, автоматизация учета и т.д.), а наиболее значимыми являются организационные инновации и поиск принципиально новых ниш на рынке.

За прошедшее десятилетие в российской сфере услуг осуществилась смена всего организационно-экономического механизма, на основе которого разворачивается сервисная деятельность. На первом этапе трансформации сферы услуг различные инновации сначала появлялись в сервисе крупных корпораций. Мощные импульсы внедрения новых форм работы, расширения спектра видов обслуживания стимулировались как изнутри корпоративной сервисной среды, так и со стороны потребителей. Немалое воздействие на инновационные процессы оказали также иностранные фирмы, которые стали проникать в нашу страну.

Таким образом, организация инновационной деятельности предприятий, представляющих сферу услуг, должна обеспечивать:

- во-первых, достижение общего видения предложения услуг на потребительском рынке;

- во-вторых, определение стратегических приоритетов в преобразовании данной сферы;

- в-третьих, разработку стратегии деятельности предприятий в долгосрочной перспективе;

- в-четвертых, создание системы коммуникаций, ориентированной на реализацию услуг;

- в-пятых, формирование инновационного персонала с определением зон ответственности за результаты работы;

- в-шестых, внедрение системного контроллинга процессов развития услуг на потребительском рынке. [99]

Реализация выделенных направлений, по нашему мнению, создает условия для расширения рынка услуг, усилит конкурентные позиции и преимущества предприятий сферы услуг.

1.3. Стратегические направления инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг

Впервые стратегический подход к управлению предпринимательскими структурами стал использоваться еще в 20-30-х годах XX века. Но само понятие стратегии вошло в лексикон менеджмента позже, в 50-е годы, когда исключительно важной стала реакция компаний на изменения во внешней

рыночной среде. Хотя смысл данного понятия был неясен, т.к. словари в то время трактовали понятие «стратегия» как «науку и искусство развертывания войск для боя». [108]

В качестве ведущей идеи, отражающей сущность перехода от оперативного к стратегическому управлению, явилась идея необходимости перенесения центра внимания высшего руководства на окружение для того, чтобы соответствующим образом и своевременно реагировать на происходящие в нем изменения, своевременно отвечать на вызов, брошенный внешней средой [33].

Так, управление, в котором отдается приоритет стратегии над тактикой, следует рассматривать как *стратегический менеджмент*, где стратегия оказывает определяющее влияние на все характеристики управления: структуру, функции, планирование, контроль, работу с персоналом, информационные технологии и пр. [4].

В этой связи, рассмотрим основные *отличительные признаки* стратегического менеджмента от других видов управления:

1. Главное внимание уделяется разработке и формированию миссии и цели, имеющим конкретное отражение в программе или плане стратегического развития;
2. Миссию и цель знают все работники фирмы;
3. Ярко выраженный стратегический характер имеет методология разработки управленческих решений. Анализ и оценка последовательности решений происходит относительно целей, миссии и стратегии фирмы;
4. Функционирует система стратегического контроля, которая позволяет установить отклонения от стратегических ориентиров, если они возникают, или необходимость своевременной корректировки стратегии;
5. Проводятся исследовательские тенденции развития, разработки прогнозы, анализ реальностей;
6. Имеют место быть инновационность, дух творчества, стремление к обновлению, поиск нововведений, мотивация творческого отношения к работе;
7. Соответствие тактики и стратегии. [109]

Теория и практика стратегического менеджмента заключается в обеспечении конкурентоспособности и эффективности решений путем разработки стратегии ПС при возложении ответственности за эту работу на ее руководителей [31]. По существу стратегическое управление представляет собой способ управления, используемый в следующих условиях (рис. 1.18):

- появление новых более сложных задач, обусловленное динамичностью и неопределенностью обстановки. Этим условием обусловлена оригинальность некоторых задач, а потому для их решения не может быть использован имеющийся опыт. Для этих задач характерно большое число переменных, сложный характер их зависимостей, наличие случайных факторов, а также временное ограничение. По некоторым данным уже сейчас

дельный вес подобных задач в общем числе управленческих задач в ПС составляет более 50% и имеет тенденцию к росту;

- быстрая сменяемость задач и скорость реакции организаций по направлению направлений капитальных вложений, организационных форм управления и др.;

- высокая цена ошибок от принятия неправильных управленческих решений. Особенно это относится к узкоспециализированным организациям, и может быть обусловлено отсутствием разработанных формализованных процедур решения задач. В задачах управления преобладают качественные (т.е. неопределенные) характеристики, в связи с чем, они могут быть решены с помощью дополнительной информации, получаемой от человека на основе его интуиции [4].

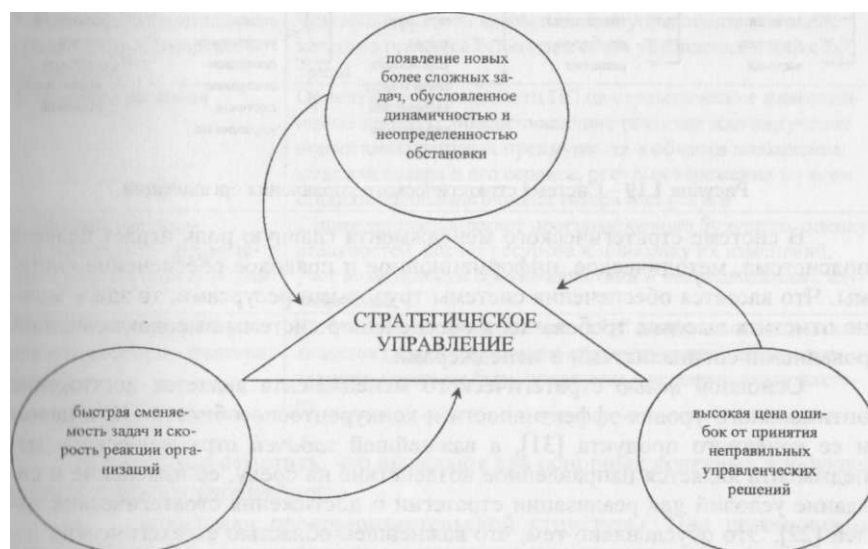


Рисунок 118 - Условия стратегического управления [4]

Для управления в этих сложных условиях была разработана концепция стратегического управления (рисунок Д), отражающая его суть [16]. Она показывает, что *стратегическое управление* - это процесс, определяющий последовательность действий по разработке и реализации стратегии, включающий в себя постановку целей, выработку стратегии, определение необходимых ресурсов и поддержание взаимоотношений с внешней средой, которые позволяют предпринимательской структуре добиваться поставленных задач [16].

Система стратегического управления, как и любая другая система управления, содержит в себе пять основных блоков: механизм, процесс, структуру и искусство управления, а также механизм стратегического развития (рис. 1.19).

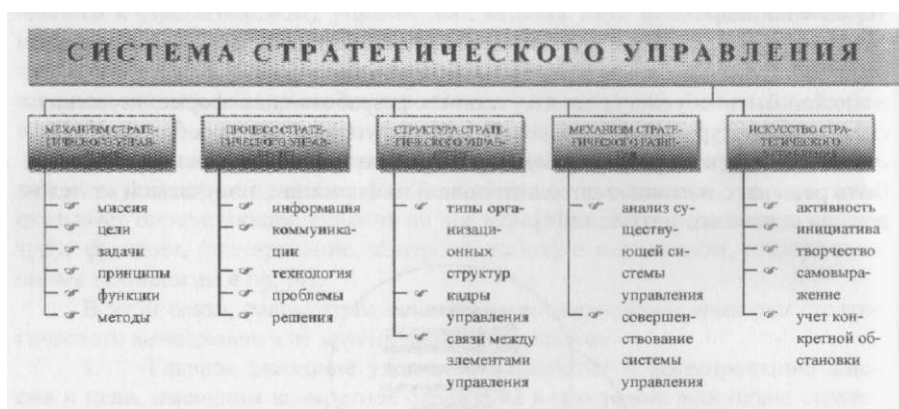


Рисунок 1.19-Система стратегического управления организации

В системе стратегического менеджмента главную роль играет целевая подсистема, методическое, информационное и правовое обеспечение системы. Что касается обеспечения системы трудовыми ресурсами, то здесь можно отметить высокие требования к обеспечению системы высококвалифицированными специалистами и менеджерами.

Основной *целью* стратегического менеджмента является достижение оптимального уровня эффективности и конкурентоспособности ПС в целом и ее конечного продукта [31], а важнейшей *задачей* стратегического менеджмента является направленное воздействие на среду, ее изменение и создание условий для реализации стратегии и достижения стратегических целей [22]. Это обусловлено тем, что важнейшей областью стратегических изменений является именно внешняя среда, а ее трансформация — существенной частью процесса реализации стратегии. [109]

Чтобы менеджмент был действительно стратегическим, необходима реализация основных *принципов* стратегического менеджмента (табл. 1.2) [16,31,29., 30].

Таблица 1.2 - Основные принципы стратегического менеджмента

Название принципа	Краткая характеристика
1. Принцип внутренне правовой регламентации создания, функционирования и развития ПС	Функционирование и развитие ПС происходит в соответствии с ее уставом
2. Принцип единства тео-	Любое стратегическое решение должно отвечать логике,

linn и практики управления	принципа и методам системы менеджмента и решать одну из практических задач
t Принцип специализации универсализации процес- • он управления	Углубленная специализация работ, позволяет повысить программу выполняемых работ
1 1 Принцип органической ин- НПНОСТИ субъекта и иГп.ска управления	Стратегическое управление как процесс воздействия субъекта на объект составляет единую комплексную систему, имеющую выход, вход, обратную связь, связь с внешней средой
1 Принцип многовариант- НН in стратегических ре- шений	Оптимизация одного рационального решения из множества альтернативных решений
<1 1 Принцип мобильности процесса стратегического \правления	Т.е легко приспособляемый к изменению требований потребителей, к результатам НТТ и т.д.
' 1 Принцип автоматизации м цссса стратегического 1 применения	Чем выше уровень автоматизации управления, тем выше качество процесса стратегического управления и ниже затраты
м 1 Фитинг развития	Ориентация деятельности ПС на стратегические инновационные проекты, обеспечивающие развитие или получение новых конкурентных преимуществ в области повышения качества товара и его сервиса, ресурсосбережения по всем стадиям жизненного цикла товара или услуги
' 1 Принцип научно- . эмического предвиде- разработки стратегии	Стратегия предполагает прогнозирование будущего, оценку реальностей, расчет ресурсов и динамику их изменений, учет возможности противодействий и непредвиденных случайностей
In 11и 111 [м 11 приоритетно- in 'и повсческого фактора	В стратегии и тактике развития ПС деятельность человека является главным фактором стратегических успехов, все элементы должны быть привязаны к человеческому фактору

- 1 к'обходимо отметить, что выделяют два основных *конечных продукта*
- фактического управления:
 - потенциал предпринимательской структуры. Под потенциалом
 - псам-г понимать следующее: со стороны «входа» этот потенциал состоит из мрм пых, финансовых и людских ресурсов, информации; со стороны «вы-
чины» - из произведенной продукции и услуг, из набора правил социального
юния, следование которым помогает организации добиться своих це-
нИ Пажно заметить, что не всякая продукция и услуги организации могут
таять ее потенциал, а лишь те, которые испытаны с точки зрения по-
114пшальной прибыли. Это означает, что продукция ПС создана на базе но-
НН is перспективных технологий, обладает отличительными особенностями и
"s 'и I пользоваться спросом на рынке;
 - внутренняя структура и организационные изменения, обеспечи-
иананпс чувствительность организации к переменам во внешней среде. Это
iiijii Иполагает наличие способности своевременно обнаружить и правильно
п. ipаконагь внешние изменения, а также руководить ответными стратеги-

скими действиями, которые предполагают наличие материальных возможностей для разработки, испытаний и внедрения новых товаров, технологий и услуг [25].

Таким образом, можно заключить, что стратегическое управление направлено на обеспечение стратегической позиции, которая должна гарантировать длительную жизнеспособность организации в изменяющихся условиях.

Далее рассмотрим основные элементы стратегического управления и на самом определяющем остановимся подробнее. Взаимосвязь между этими элементами показана на рисунке 1.20.

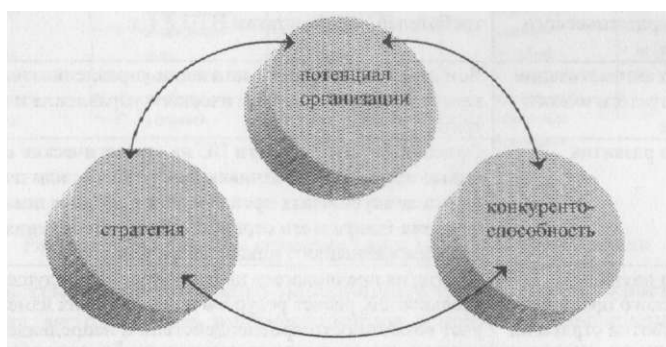


Рисунок 1.20 - Связь основных элементов стратегического управления
[составлено авторами]

Под *потенциалом* обычно следует понимать совокупность возможностей предпринимательской структуры по выпуску продукции (оказанию услуг). Возможности ПС определяют ресурсы (факторы производства), находящиеся в ее распоряжении [4].

К особенностям потенциала предприятия можно отнести следующее (рис. 1.21):

- вероятностный характер потенциала;
- его величина определяется «слабым звеном», т.е. наименее развитой составляющей потенциала;
- изменчивость, происходящая под влиянием изменений в качестве, пропорциях ресурсов;
- изменения условий среды, в которых действует ПС.

Под конкурентоспособностью ПС понимается ее способность вести успешную конкурентную борьбу, противостоять ей. Конкурентоспособность ПС определяют ее сравнительные конкурентные преимущества по отношению к другим предприятиям, действующим на данном рынке.



Рисунок 1.21— Особенности потенциала ПО [составлено авторами]

Эти понятия неразрывно связаны друг с другом, но в первую очередь - фсчтим необходимым элементом стратегического управления - со *стра-тегией*. Выражено это следующим образом: достижение конкурентных пре-имуществ и рентабельности организации является главной задачей разработ- * и . Иратегии; степень использования потенциала зависит от стратегии пред-приЩ'ия, основным принципом которой должно являться «производить то, 'по будет куплено».

Стратегия представляет собой систему управленческих решений, определяющих перспективные направления развития ПО, способы ее дея-тг и.ности в условиях окружающей среды и порядок распределения ресурсов щ и достижения поставленных целей.

По форме стратегия - это разновидность управленческих документов в ми и- тблиц, графиков, описаний и т.д.

По содержанию стратегия - это модель действий, инструмент для до- • жения целей организации.

На основе различных наиболее известных определений стратегии можно проследить, как по мере возрастания требования внешней среды из-менились принципы формирования стратегического поведения хозяйствую- щих субъектов (Таблица Е) [109].

Наибольший интерес в данной теме исследования представляет инно-кнпционная стратегия, которую можно определить как одно из средств до- • тижения целей ПО, отличающееся от других средств своей новизной, преж-е неого для данного субъекта хозяйствования, и, возможно, для отрасли, |и шка, потребителей.

Ввиду того что стратегии вообще, и инновационные в частности, направлены на развитие и использование потенциала организации и рас-м ириваются как реакция на изменение внешней среды, многообразие ин-новационных стратегий обуславливается составом компонентов внутренней • репы предприятия. Так, в качестве *стратегических направлений инноваци- thiiio.v развития ПО* предоставляется возможным отнести (рис. 1.22):

- инновационную деятельность ПС, направленную на получение новых продуктов, технологий и услуг;
- применение новых методов в управлении, НИОКР, производстве и маркетинге;
- переход к новым организационным структурам;
- применение новых видов ресурсов и новых методов к использованию традиционных ресурсов.

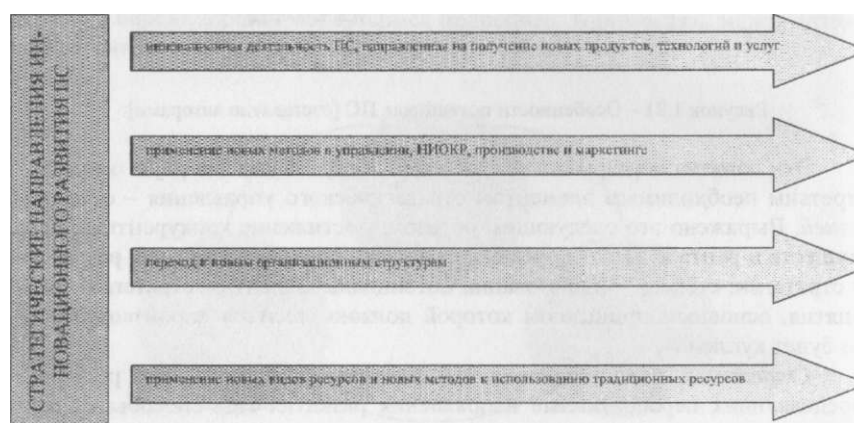


Рисунок 1.22 - Стратегические направления инновационного развития ПС
[составлено авторами]

Применительно к услугам рассмотрим три *наиболее важных*, на наш взгляд, стратегического направления инновационного развития ПС в этой сфере.

Инновации в области процессов - необходимый элемент развития ПС, работающей в сфере услуг. Изменения обычно касаются внутренних процессов или процессов, которые связаны с доставкой продуктов и услуг до конечного пользователя. Это может быть как полная перестройка бизнес-процессов (реинжиниринг), так и стратегия постоянных серьезных изменений в ключевых процессах. Как показывает анализ структуры инновационных затрат отечественных ПС сферы услуг, подавляющая часть средств идет как раз таки на процессные инновации, т.е. на разработку и внедрение новых или значительно усовершенствованных методов предоставления услуг. Приблизительно в два раза меньше средств выделяется на создание новых продуктов. Довольно редкими являются организационные и маркетинговые инновации. И это закономерно, поскольку основной целью ПС, работающих в сфере услуг, в последние годы было расширение своей рыночной доли и клиентской базы [77].

Инновации в области управления подразумевают принятие новых принципов и политик по управлению человеческими ресурсами, технологиями финансовыми потоками и информацией. В мире постоянно появляются

управленческие модели, основанные на инновационных идеях, и менеджмент ПС не успевает даже сориентироваться во всем этом многообразии информации. Именно поэтому внедрение изменений в области управ-

ления часто носит несистемный характер и во многом зависит от личности руководителя.

Инновации в бизнес-моделях - еще один из важнейших типов инноваций в сфере услуг. Бизнес-модель - основа бизнеса любой ПС, определяющая, как и что она будет делать на рынке и каким образом собирается извлекать

прибыль. Поэтому постоянный пересмотр и обновление бизнес-моделей являются необходимыми, т.к. в них заложена формула экономического успеха ПС в долгосрочной перспективе. Сфера услуг отличается сегодня динамичным объемом научных исследований и разработок, причем это касается не только компьютерных и телекоммуникационных услуг, но и почти всех других видов. [99]

Помимо рассмотренных направлений инновационного развития ПС инновационные стратегии подразделяются на несколько групп (рис. 1.23):

- продуктовые (портфельные, предпринимательские или бизнес-стратегии);
- функциональные (научно-технические, производственные, маркетинговые, сервисные);
- ресурсные (финансовые, трудовые, информационные и материально-технические);
- организационно-управленческие (технологии, структуры, методы и системы управления) [14].

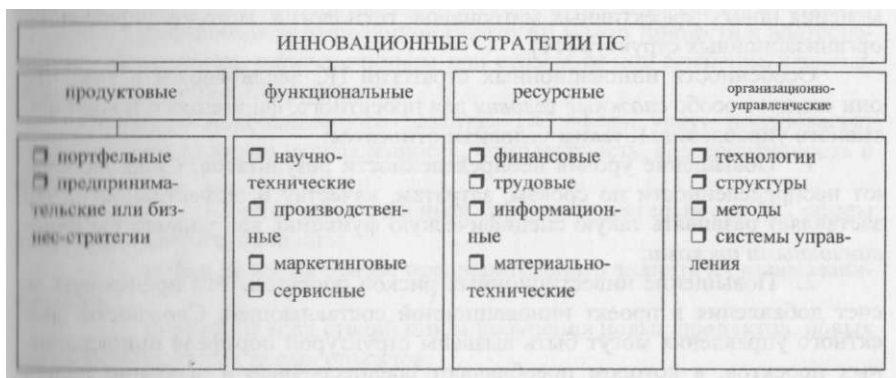


Рисунок 1.23 - Инновационные стратегии ПС [14]

Однако с учетом практики, теория стратегического управления выработала ряд *универсальных стратегий*, получивших широкую известность. Их еще называют базовыми или эталонными. Также их называют стратегиями развития или стратегиями роста фирмы, в силу того, что они направлены на развитие конкурентных преимуществ фирмы. Разделение базовых стратегий развития на следующие группы:

- стратегии интенсивного развития;
- стратегии интеграционного развития;
- стратегии диверсификации;
- стратегии сокращения.

В каждой из этих групп имеются либо непосредственно инновационные стратегии, либо стратегии, имеющие тот или иной инновационный аспект. Связано это с тем, что в процессе реализации каждой из стратегий роста осуществляются стратегические изменения как внутренней, так и внешней среды фирмы; а многие из этих изменений — новы и неожиданны для ПС, то есть стратегиям присущ *инновационный характер* [5].

Известны три стратегии интенсивного роста. В первой из них, направленной на более глубокое проникновение на данный рынок с данным продуктом, *инновационная составляющая незначительна*. Вторая стратегия, направленная на развитие рынка, заключается в поиске нового рынка для данного продукта и закреплении на нем. Она содержит в основном *маркетинговую инновацию*. Третья стратегия, заключающаяся в развитии товара, состоит в модернизации нового товара для реализации его на данном рынке. Здесь мы имеем дело с *продуктовой инновацией*. Стратегии интеграционного роста связаны с *организационными инновациями*. В стратегиях диверсификации выделяют центрированную: налицо *продуктовая инновация*, и конгломеративную: в наличии и *продуктовая* и *маркетинговая инновации*. Стратегии сокращения могут повлечь за собой *инновационные мероприятия*, применения новых эффективных материалов, технологий, методов управления, организационных структур [11].

Особенности инновационных стратегий ПС заключаются в том, что они создают особо *сложные условия* для проектного, фирменного и корпоративного управления. К таким условиям относятся:

1. Повышение уровня неопределенности результатов. Сюда включают неопределенности по срокам, затратам, качеству и эффективности, что заставляет развивать такую специфическую функцию, как управление *инновационными рисками*.

2. Повышение инвестиционных рисков проектов. Это происходит за счет добавления в проект инновационной составляющей. Сложности проектного управления могут быть вызваны структурой портфеля инновационных проектов, в котором преобладают среднесрочные и особенно долгосрочные проекты. По привлечению инвестиций требуется более сложная ра-

Имела. г.к. приходится искать более рискованных инвесторов. Также требуется
ИкИмое гибкая согласованность инновационных и инвестиционных процессов.

3. Усиление потока изменений в организации в связи с инновацион-
НН чл реструктуризацией. Реализация любой инновационной стратегии свя-
IIIIMU с неизбежностью перестройки предприятия или, как говорят, его ре-
| I p \ к туризации, поскольку изменение состояния хотя бы одного элемента
in ie г к изменению состояния всех других элементов. Эти потоки стратеги-
•ич ких изменений следует сочетать со стабильными текущими производ-
• ми нными процессами. Потоки инновационных стратегических изменений
необходимо проводить также с учетом различных жизненных циклов изде-
ииII. к'хнологий, спроса, товаров, организации. Возникают задачи управле-
нии потоками инновационных изменений, т.е. применение принципов логи-
' гики;

4. Усиление противоречий в руководстве организации. Выбор и реа-
иции инновационных стратегий неизбежно вызывает противоречие инте-
I" | им н подходов к управлению у различных групп руководства и отдельных
||\комодителей организации. Требуется обеспечить сочетание интересов и
асование решений стратегического, научно-технического, финансового
и Ирки шодственного менеджмента, а также маркетинговых решений;

5. Выбор и реализация инновационной стратегии организации влечет
ia еобой необходимость проведения изменений, которые могут встретить
.. 'противление персонала организации. До внедрения стратегии руководству
разработать комплекс мероприятий по адаптации персонала для
реичтании инновационной стратегии, иначе разработать механизм адапта-
нни персонала [56].

В основе разработки инновационной стратегии лежит ряд базовых по-
II),тений:

в процессе разработки инновационной стратегии сложно предви-
н I г псе необходимые мероприятия для получения желаемых результатов;

реализация разработанной стратегии может привести к альтерна-
• * mi 11 > I м результатам, опровергающим или ставящим под сомнение первона-
| | и ные стратегические решения.

Стратегия инновационного развития ПС сферы услуг предполагает
определенную целевую направленность, комплексность, альтернативность и
непрерывность.

В конечном счете, инновационная стратегия деятельности ПС сферы
* > ivi и должна обеспечивать:

выбор целей на основе предварительного анализа их взаимосвя-
• нности;

отражение всех стадий цикла получения новых продуктов, новых
Iмчно;югий и других новых объектов;

вариантность достижения локальных и глобальных целей;

анализ инновационности целей на протяжении деятельности ПС,
начиная от момента принятия решения о формировании инновационной

стратегии, т.к. при ее формировании полностью или частично отсутствует информация о возможных результатах развития сферы услуг.

В зависимости от самой инновационной стратегии ПС сферы услуг необходимо разрабатывать следующие программы ее преобразования:

- детерминированную;
- альтернативную в условиях определенности;
- альтернативную со стохастическими программными мероприятиями;
- альтернативную с программными мероприятиями в условиях неопределенности;
- альтернативную в условиях неопределенности.

Важнейшим элементом является оценка каждого программного мероприятия, необходимая для корректного выполнения названных этапов, каждого варианта. Для этого предварительно должна быть установлена продолжительность программного мероприятия, затраты различных видов ресурсов, вероятность получения определенных результатов. Информация о каждом программном мероприятии может быть детерминированной как в условиях риска, так и в условиях неопределенности. [26]

Для формирования эффективных стратегий инновационного развития ПС принципиальное значение имеет определение уровня инновационного развития, в связи с чем, в рамках научного исследования следует рассмотреть методику его анализа и оценки.

1.4. Методы анализа и оценки уровня инновационного развития предпринимательских структур

Проблема измерения уровня инновационного развития предпринимательских структур имеет большую значимость как в теоретическом, так и в практическом плане. Дело в том, что расчеты, характеризующие инновационное развитие ПС, являются ценным инструментом управления предприятием в области планирования инноваций, инновационной деятельности и его инновационного развития. Это выражено в том, что, как упоминалось ранее, определение уровня инновационного развития необходимо для формирования эффективных стратегий инновационного развития ПС. В связи с этим особую актуальность приобретает вопрос выбора методики оценки этого уровня.

Проблема оценки уровня инновационного развития ПС на сегодняшний день не получила своего полного разрешения, недостаточно исследована и описана. Ввиду чего, можно предложить рассматривать оценку уровня инновационного развития ПС как исследовательский процесс, направленный на характеристику инновативности, инновационности и уровня инновационной активности ПС.

Для данной оценки предлагается использовать методику анализа и оценки уровня инновационного развития ПС, основанную на системном

подходе. Данный подход позволяет рассматривать изучаемый объект с точки зрения оценки состояния и развития его внутренней структуры и влияния на окружающую среду на текущую и перспективную ситуацию, с точки зрения местоположения ПС в организационно-экономической структуре региональной хозяйственной системы. В связи с чем, во второй главе целесообразно будет применить этот принцип при рассмотрении развития ПС г. Ижевска.

1. Формирование совокупности критериев и показателей.

Для того чтобы правильно оценить состояние изучаемого объекта, необходимо установить систему критериев и их показателей (рис. 1.24), способную адекватно отразить специфику этого объекта с учетом влияющих на него и в данный или иной период времени внешних и внутренних факторов.

Согласно схеме, *качественную сторону* уровня инновационного развития ПС характеризуют следующие элементы.

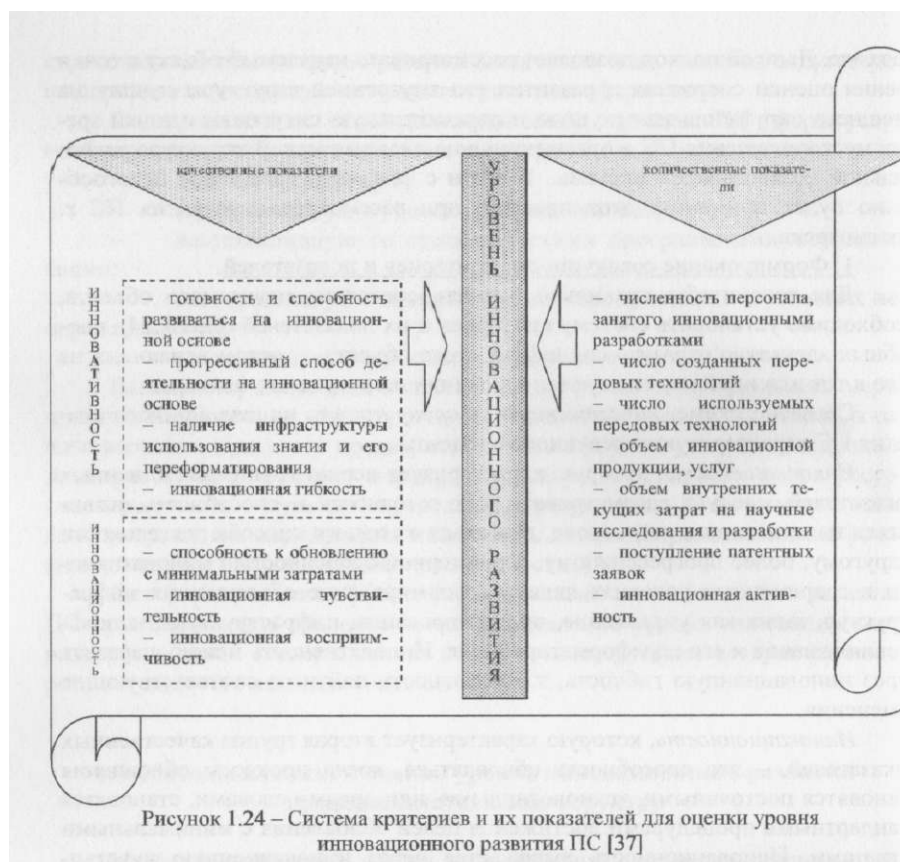
Инновативность, которую характеризует первая группа качественных элементов, следует рассматривать, как готовность и способность развиваться на инновационной основе, двигаться от одного способа деятельности к другому, более прогрессивному. Характерной особенностью инновативности в современных условиях является формирование объемлющих инфраструктурных элементов, таких как управление, прогнозирование, инфраструктуры исполнения знания и его переформатирования. Инновативность можно выразить и в инновационную гибкость, т.е. готовность пойти на соответствующие изменения.

Инновационность, которую характеризует вторая группа качественных элементов, - это способность обновляться, когда процессы обновления становятся постоянными, технологичными, или, иными словами, становятся непрерывными процедурами достижения целей обновления с минимальными издержками. Инновационность выражается через инновационную чувствительность (способность улавливать инновации) и инновационную восприимчивость (способность осваивать инновации) [68].

Наш взгляд, наиболее полно *количественную сторону* уровня инновационного развития ПС можно представить следующими показателями:

- численность персонала, занятого инновационными разработками;
- число созданных передовых технологий;
- число используемых передовых технологий;
- объем инновационной продукции, услуг;
- объем внутренних текущих затрат на научные исследования и разработки;
- поступление патентных заявок;
- инновационная активность.

Последнее наиболее полно характеризует уровень инновационного развития ПС и его количественную степень измерения.



Категория «инновационная активность» как объект измерения приобретает свойства признака — количественного параметра (показателя). Признак «инновационная активность» содержит совокупность частных свойств, т.е. сам имеет признаки.

Инновационная активность характеризуется следующими частными показателями, отражающими стратегию ПС:

- качество инновационной стратегии ПС;
- уровень мобилизации или использования инновационного потенциала;
- размер привлеченных капиталовложений — инвестиции;
- качество методов, используемых при проведении инновационных изменений;
- обоснованность реализуемого уровня инновационной активности.

Инновационная активность характеризуется двумя частными показателями, отражающими тактику ПС:

- соответствие реакции ПС характеру конкурентной стратегической ситуации;
- скорость (темпы) действий и проведения стратегических инновационных изменений.

Содержание методов признака «инновационная активность»:

Качество инновационной стратегии конкуренции. Соответствие философии, миссии—предназначению и миссии-ориентации, внешней среде, целям, другим стратегиям фирмы.

§ Уровень мобилизации инновационного потенциала. Проявленная руководством способность привлечения требуемого потенциала, способность привлечь не только очевидную и известную часть, но также скрытую и потенциал, т. е. способность проявить высшую компетенцию при мобилизации инновационного потенциала.

§ Уровень привлеченных капиталовложений — инвестиций, проявленное руководством способность привлечения инвестиций, требуемых по плану и приемлемых по источникам.

§ Методы, культура, ориентиры, используемые при проведении инновационных изменений. Главное — это изменение в инновационной деятельности концепций и научных методов, направленных на получение реальных конкурентных преимуществ.

Ф Обоснованность реализуемого уровня инновационной активности. Готова или иной уровень стратегической и тактической инновационности не соответствует состоянию внешней среды и состоянию самой ПС. Необоснованное усиление активности сможет превратить компанию в «марионетку мертвого героя», а неадекватная пассивность обрекает ПС на роль «неудачницы».

Ф Соответствие реакции компании характеру конкурентной стратегической ситуации. Инновационная ситуация определяется состоянием объема и содержания (предлагаемого новшества) и состоянием среды. Известны три типа поведения или реакции на стратегическую ситуацию:

- реактивное поведение, когда ситуация уже воспринимается даже неадекватно компетентными руководителями и только затем ПС приступает к ее решению;

- активное поведение, когда ситуация распознается профессионально компетентными руководителями и после этого разрабатывается и реализуется стратегия;

- планомерно-прогнозируемое поведение, при котором реализуется метод по «слабым сигналам».

Ф Скорость (темпы) разработки и реализации инновационной стратегии. Имеется в виду интенсивность действий по созданию и продвижению новшеств, проведению стратегических инновационных изменений. Такая интенсивность характеризуется комплексом показателей, включающих показатели инновационности:

- обновляемость продукции;

- обновляемость технологии и технологического оборудования;
- обновляемость знаний персонала;
- обновляемость организационных структур и другие показатели.

Вся система показателей наглядно изображена на рисунке 1.25.

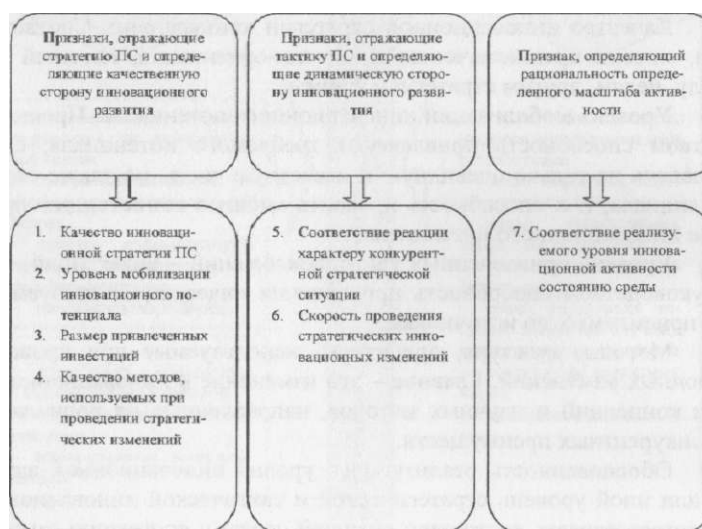


Рисунок 1.25 -Содержание показателя «инновационная активность» [103]

2. Формирование системы методов оценки уровня инновационного развития ПС.

Все методы по данному вопросу в связи с разделением показателей на количественные и качественные для оценки уровня инновационного развития ПС целесообразно разбить на соответствующие группы.

Методы получения количественных оценок:

1. Непосредственная количественная оценка используется как в случае, когда надо определить значение показателя, измеряемого количественно, так и в случае, когда надо оценить степень сравнительной предпочтительности различных объектов.

В первом случае каждый из экспертов непосредственно указывает значение показателя для оцениваемого объекта. Это может быть конкретное числовое значение показателя для оцениваемого объекта. Если эксперт затрудняется указать конкретное значение показателя, он может указать диапазон, в котором лежит значение оцениваемого показателя.

Во втором случае, когда оценивается сравнительная предпочтительность объектов по тому или иному показателю, количественная оценка определяет степень их сравнительной предпочтительности. Например,

и наименьшее значение оценки соответствует более предпочтительному альтернативному варианту. Иногда количественную оценку сравнительной предпочтительности объектов целесообразней производить в баллах, используя и-польные балльные шкалы.

Ж. Метод средней точки используется, когда альтернативных вариантов много. Если через a_1 обозначить оценку первого альтернативного варианта значения показателя, относительно которого определяется относительная предпочтительность объектов, через $f(a_2)$ - оценку второго альтернативного варианта, то далее эксперту предлагается подобрать третий альтернативный вариант, оценка которого $f(a_3)$ расположена в середине между значениями $f(a_1)$ и $f(a_2)$ и равна $[f(a_1) + f(a_2)]/2$. При этом в качестве первого и второго альтернативных вариантов целесообразно выбирать наименее и наиболее предпочтительные альтернативные варианты. Далее можно указать альтернативный вариант a_4 , значение которого $f(a_4)$ можно посередине между $f(a_1)$ и $f(a_3)$, и альтернативный вариант a_5 , значение которого $f(a_5)$ расположено между значениями $f(a_1)$ и $f(a_2)$. Процедура завершается, когда определяется сравнительная предпочтительность участвующих в экспертизе альтернативных вариантов.

Метод Черчмена - Аккоффа используется при количественной оценке относительной предпочтительности альтернативных вариантов и допускает корректировку оценок, даваемых экспертами. Предполагается, что оценки альтернативных вариантов есть неотрицательные числа V . Если альтернативный вариант C_1 предпочтительнее альтернативного варианта C_2 , то $V(C_1)$ больше, чем $V(C_2)$, а оценка одновременной реализации альтернативных вариантов C_1 и C_2 оценивается как $V(C_1) + V(C_2)$.

Все альтернативные варианты ранжируются по предпочтительности, и каждому из них эксперт присваивает количественные оценки в долях единицы. Далее эксперт сопоставляет по предпочтительности альтернативный вариант C_1 и сумму остальных альтернативных вариантов. Если он предпочтительнее, то и значение $V(C_1)$ должно быть больше суммарного значения остальных альтернативных вариантов, в противном случае - наоборот. Если отношения не выполняются, то оценки должны быть скорректированы.

Если C_1 менее предпочтителен, чем сумма остальных альтернативных вариантов, то он сравнивается с суммой остальных альтернативных вариантов с исключением последнего. Если альтернативный вариант C_1 на каком-либо этапе оказался предпочтительнее суммы остальных альтернативных вариантов, то для оценок это соотношение подтверждается, то C_1 из дальнейших рассмотрений исключается.

Этот процесс продолжается до тех пор, пока последовательно не будут рассмотрены все альтернативные варианты. При практическом применении метода большого числа сравниваемых вариантов в метод вносятся коррективы, снижающие его трудоемкость. Например, сразу может определяться количество наибольшего числа альтернатив с отбрасыванием менее предпочтительных вариантов, которая меньше чем $V(C_1)$ и т.п.

Методы получения качественных оценок:

1. Экспертная классификация. Этот метод целесообразно использовать, когда необходимо определить принадлежность оцениваемых альтернативных вариантов к установленным и принятым к использованию классам, уровням, сортам и т.д. Он может быть использован тогда, когда конкретные классы, к которым должны быть отнесены оцениваемые объекты, заранее не определены. Может быть заранее не определено и число классов, на которое производится разбиение оцениваемых объектов. Оно может быть установлено после завершения процедуры классификации. Если эксперту необходимо отнести каждый из альтернативных вариантов к одному из заранее установленных классов, то наиболее распространена процедура последовательного предъявления эксперту альтернативных вариантов. В соответствии с имеющейся у него информацией об оцениваемом объекте и используемой им оценочной системы эксперт определяет класс оцениваемого объекта. После завершения процедуры последовательного предъявления оцениваемых альтернативных вариантов эксперту может быть предъявлен результат его оценки в виде распределения вариантов по классам. Исходя из общего результата классификации эксперт может внести коррективы в собственные оценки. Если проводится коллективная экспертиза, то результаты классификации, указанные каждым экспертом, обрабатываются с целью получения результирующей коллективной экспертной оценки.

2. Метод парных сравнений является одним из наиболее распространенных методов оценки сравнительной предпочтительности альтернативных вариантов. При применении метода парных сравнений эксперту последовательно предлагаются пары альтернативных вариантов, для которых он должен указать более предпочтительный. Если эксперт относительно какой-либо пары объектов затрудняется это сделать, он вправе считать сравниваемые варианты равноценными либо несравнимыми. После анализа экспертом всех пар вариантов ведущим специалистом определяется их сравнительная предпочтительность по оценкам данного эксперта. В результате, если эксперт был последовательным в своих предпочтениях, все оцениваемые альтернативные варианты могут оказаться проранжированными по конкретному критерию, показателю, свойству. Если эксперт не признал некоторые варианты, будет достигнуто лишь их частичное упорядочение.

В практике использования метода парных сравнений нередко приходится сталкиваться с непоследовательностью и даже противоречивостью оценок эксперта. В этих случаях проводят специальный анализ результатов экспертизы. При достаточно большом числе оцениваемых альтернативных вариантов процедура сравнения всех возможных пар становится для эксперта очень трудоемкой, возникает потребность в применении соответствующих модификаций метода парных сравнений. Примером такой модификации является метод анализа иерархий Т. Саати.

3. Множественные сравнения отличаются от парных тем, что экспертам последовательно предъявляются не пары, а тройки, четверки и более

крупные группы альтернатив. Эксперт упорядочивает их по важности или классифицирует на классы в зависимости от целей экспертизы. Множественные ранжирования занимают промежуточное положение между парными сравнениями и ранжированиями.

Достаточно распространенной процедурой является также непосредственное ранжирование экспертом по предпочтительности оцениваемых альтернативных вариантов.

В этом методе эксперту предъявляются отобранные для сравнительной оценки альтернативные варианты (желательно не более 20-30) для их упорядочивания по предпочтительности. Ранжирование сравниваемых объектов экспертом может осуществляться различными способами. Приведем два из них.

В соответствии с первым эксперту предъявляется весь набор альтернативных вариантов, и он указывает среди них наиболее предпочтительный, а затем эксперт указывает наиболее альтернативный вариант среди оставшихся и т.д., пока все оцениваемые альтернативные варианты не будут им проанжированы. При втором способе эксперту первоначально предъявляются лишь несколько альтернативных вариантов, которые надо упорядочить по предпочтениям.

После первоначального ранжирования эксперту предлагаются новые, не оцененные альтернативные варианты. Он должен определить место предъявленного альтернативного варианта среди проанжированных вариантов.

Процедура завершается после предъявления и оценки последнего альтернативного варианта.

5. Метод векторов предпочтений чаще всего используется для коллективного экспертного ранжирования. Эксперту предъявляется весь набор вариантов и предлагается для каждого из них указать, насколько он превосходит другие альтернативные варианты.

Эта информация представляется в виде вектора; его первая компонента — число альтернативных вариантов, которые превосходят первый, вторая компонента — число альтернативных вариантов, которые превосходят второй и т.д. Если в векторе предпочтений каждое число встречается только один раз, то значит, что экспертом выполнено строгое ранжирование вариантов по предпочтениям. В противном случае полученный результат не является строгим ранжированием и отражает затруднения эксперта при оценке сравнительной предпочтительности отдельных альтернативных вариантов.

Метод векторов предпочтений отличается сравнительно низкой трудоемкостью и может использоваться с учетом характера экспертизы. Этот метод может быть использован в тех случаях, когда у эксперта появляются трудности в использовании других методов оценки сравнительной предпочтительности альтернативных вариантов.

6. Гиперупорядочение. При гиперупорядочении предполагается рассмотрение разностей оценок альтернатив и их ранжирование. Эксперт сообщает информацию не только о ранжировании альтернатив, но и дополняет информацию о соотношении их численных оценок.

7. Дискретные экспертные кривые. Если целью является разработка прогнозов или анализ динамики изменения показателей, характеризующих объект выработки и принятия управленческого решения, то целесообразно применять этот метод. Его идея такова. Определяется набор характерных точек, в которых наблюдается или ожидается смена тенденций изменения показателя, а также значения показателя в характерных точках. На участках между характерными точками предполагается, что значения показателя изменяются линейно, т.е. две соседние характерные точки кривой могут быть соединены отрезками прямой линии. Если есть достаточно веские основания для того чтобы определить нелинейные изменения значений показателя на участках кривой между характерными точками, имеет смысл от дискретных экспертных кривых перейти к экспертным кривым. При построении последних отрезки прямых линий могут быть заменены отрезками нелинейных кривых либо кривых, построенных непосредственно экспертами.

К сожалению, в распоряжении экспертов не всегда имеется информация, позволяющая объективно судить о поведении кривой на участках между характерными точками. К тому же обработка результатов экспертных оценок и, в частности, определение результирующей коллективной экспертной оценки более объективны для дискретных экспертных кривых [54]. Таким образом, чтобы уровень инновационного развития, сформированный предприятием, был измерим, необходим набор критериев и показателей (он был сформирован и приведен выше (рис. 1.24)), а для каждого критерия - соответствующая ему шкала определения уровня инновационного развития. Только при наличии комплекса критериев, шкал и коэффициентов, позволяющих оценить определенный уровень, можно эффективно реализовывать стратегию инновационного развития ПС. Данный подход будет использован в разработке процесса оценки результатов реализации стратегии инновационного развития ПС сферы услуг.

Вывод

Подводя итог, в качестве объекта исследования была изучена предпринимательская структура, как организация, в которой субъектами рыночной экономики осуществляется предпринимательская деятельность в соответствии с установленными законами, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве.

Помимо этого ПС является объектом предпринимательства, под которым следует понимать особый вид экономической активности человека, в которой - инициатива, ответственность и инновационная предпринимательская идея; это деятельность с повышенной степенью риска.

Применительно к сфере услуг специфика ПС заключается в особенности самой услуги - неосвязаемость, неспособность долгое время сохранять свойства и совпадение по времени производства и потребления.

В настоящее время роль сферы услуг как одного из важнейших секторов экономики очень велика и актуальна, т.к. сфера услуг рассматривается как специфический объект инновационного управления. Это определяет необходимость разработки и внедрения специального механизма управления инновациями для ПС в этой сфере деятельности. Ввиду этого были изучены основные принципы и особенности, на которых базируется данное управление, а также этапы формирования ПС сферы услуг инновационной направленности (КОСПИ).

В результате, организация инновационной деятельности ПС, представляющих сферу услуг, должна обеспечивать:

- S во-первых, достижение общего видения предложения услуг на потребительском рынке;
- во-вторых, определение стратегических приоритетов в преобразовании данной сферы;
- S в-третьих, разработку стратегии деятельности предприятий в перспективной перспективе;
- S в-четвертых, создание системы коммуникаций, ориентированной на реализацию услуг;
- S в-пятых, формирование инновационного персонала с определением зон ответственности за результаты работы;
- S в-шестых, внедрение системного контроллинга процессов развития услуг на потребительском рынке.

В области планирования инноваций, инновационной деятельности и инновационного развития в ПС ценным инструментом управления является анализ и оценка уровня инновационного развития. В этом отношении предлагается методика, основанная на системном подходе, включающая в себя три этапа, с использованием методов балльной и экспертной оценки.

Определение уровня инновационного развития ПС в рамках предложенной методики его анализа и оценки имеет принципиальное значение для формирования эффективных стратегий инновационного развития ПС.

В качестве стратегических направлений инновационного развития ПС сферы услуг наиболее важными, на наш взгляд, являются три:

- инновации в области процессов;
- инновации в области управления;
- инновации в бизнес-моделях.

Таким образом, рассмотренные теоретические положения дают основу для дальнейшего исследования ПС сферы услуг инновационной направленности.

2. МОНИТОРИНГ ТЕНДЕНЦИЙ И ЗАКОНОМЕРНОСТЕЙ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР СФЕРЫ УСЛУГ

2.1. Экономико-организационные проблемы развития предпринимательских структур в условиях изменения факторов внешней и внутренней среды

Функционирование и развитие предпринимательских структур происходит под влиянием факторов внешней и внутренней среды. Их изменения в динамике могут как способствовать, так и тормозить развитие ПС. В условиях неблагоприятности предпринимательской среды возникают проблемы развития ПС экономико-организационного характера. В целях их выявления проведем анализ предпринимательской среды в городе Красноярске по состоянию на 2010 год.

Красноярск – административный центр одного из крупнейших в России федеральных образований – Красноярского края. На территории города находится несколько десятков тысяч предприятий, организаций и учреждений. [9]

Анализ предлагается провести в двух направлениях:

1. В масштабном соотношении. В таком случае, г. Красноярск является внутренней средой для предпринимательства в сфере услуг, Красноярский край – микросредой, Россия – макросредой.
2. Изучение среды обитания ПС в г. Красноярске. В таком случае, предпринимательская среда подразделяется на внешнюю, не зависимую от самих предпринимателей, и внутреннюю, которую предприниматели формируют (создают) сами.

Также исследование дополнится сравнительным анализом г. Красноярска с городами-миллионниками.

Анализ предпринимательской среды предлагается провести в 3 этапа:

1. Анализ внешней предпринимательской среды косвенного воздействия в региональном разрезе и в разрезе городов-миллионников;
2. Анализ внешней предпринимательской среды прямого воздействия в региональном разрезе и в разрезе городов-миллионников;
3. Обзор внутренней предпринимательской среды.

Проведенное исследование позволит:

- во-первых, показать, какое положение занимает г. Красноярск в России, Сибири и крае по факторам прямого и косвенного воздействия на функционирование и развитие ПС в городе;
- во-вторых, сравнить тенденции развития г. Красноярска с городами-миллионниками по факторам прямого и косвенного воздействия на функционирование и развитие ПС в этих городах;
- в-третьих, выявить недостатки и преимущества г. Красноярска в осуществлении предпринимательской деятельности перед другими городами

и регионами, а также — возможности, которыми располагают ПС для дальнейшего развития в г. Красноярске, и угрозы, которых при этом им следует избегать.

Прежде чем приступить к анализу, следует определиться, по каким городам проводить сравнительный анализ. В Российской Федерации официально зарегистрированы города-миллионники, представленные на рис. 2.1.

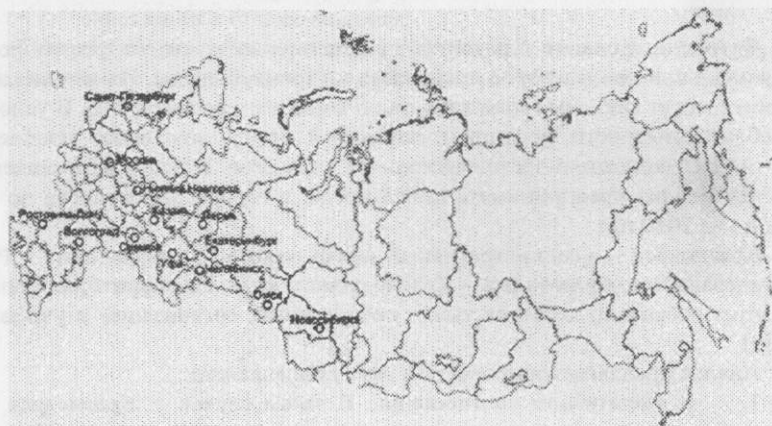


Рисунок 2.1 – Города России с численностью населения 1 млн. человек и более [87]

Для сравнительного анализа было бы рациональным использовать данные следующих городов:

- Санкт-Петербурга, как инвестиционно привлекательного и близко расположенного к Европе города;
- Новосибирска, как близкого к Красноярску территориально;
- Казани, опыт которого в Универсиаде 2013 очень бы пригодился Красноярску-претенденту на проведение Универсиады 2019.

1 ЭТАП – Анализ внешней предпринимательской среды косвенного воздействия в региональном разрезе и в разрезе городов-миллионников.

Внешняя предпринимательская среда представляет собой сложную систему внешнего регулирования предпринимательской деятельности, поэтому для индивидуальных предпринимателей и юридических лиц она носит объективный характер, поскольку они не могут непосредственно изменить ее (например, федеральные законы, природные факторы и т.д.), а должны учитывать при ведении собственного дела.

На данном этапе исследования целесообразно применение метода СТЭП-анализа.

Социальная компонента.

Красноярск – город с миллионным населением. В продолжение положительной тенденции численность населения в Красноярске в 2010 году увеличилась на 1,5% и составила 963,2 тыс. человек. Данное изменение свидетельствует о расширении потребительского рынка в городе.

Вместе с тем, численность населения Красноярского края имеет отрицательную тенденцию в период 2005-2010 гг. и согласно данным учета в 2010 году составила 2828 тыс. человек (рис. 2.2). Та же тенденция сохраняется и в Сибирском Федеральном округе, а в целом по России – только до 2009 года. Рост численности населения страны в 2010 году составил 0,7% и, тем самым, происходит медленнее, чем в Красноярске.

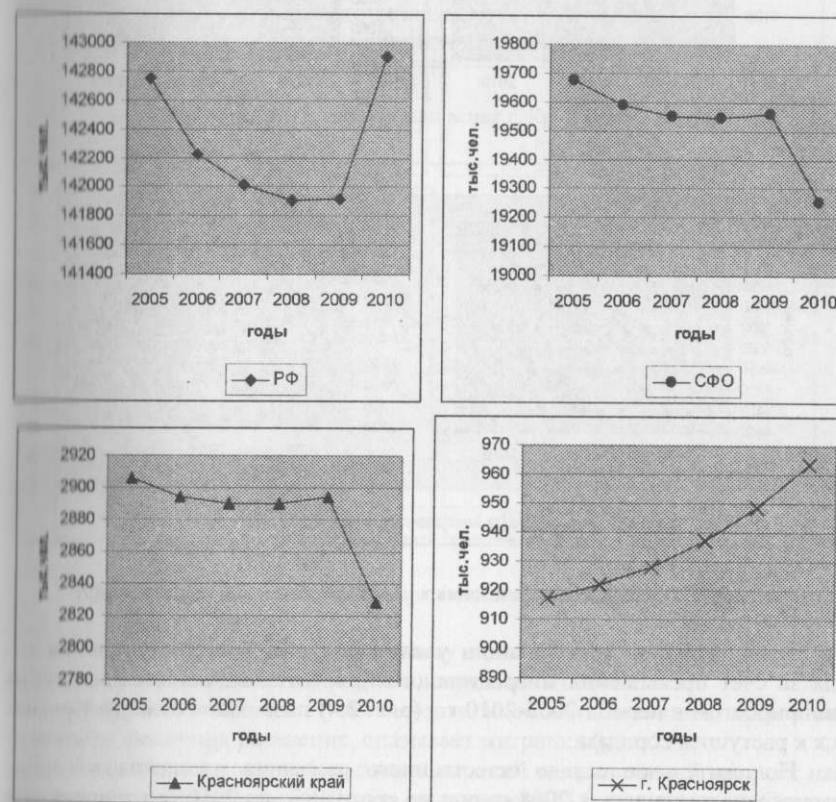


Рисунок 2.2 – Численность населения в региональном разрезе [90, 83, 9]

Таким образом, по исследуемому показателю город находится в лучшем положении по сравнению с краем, округом и Россией. А по сравнению с городами-миллионниками Красноярск вместе с Казанью проигрывает в тем-

пах роста численности населения С-Петербурга и Новосибирску, и к 2010 году значения этих показателей составили 100,6% по Казани, 101,5% по Красноярску, 104,6% по Новосибирску и 105,4% по С-Петербургу (рис. 2.3).

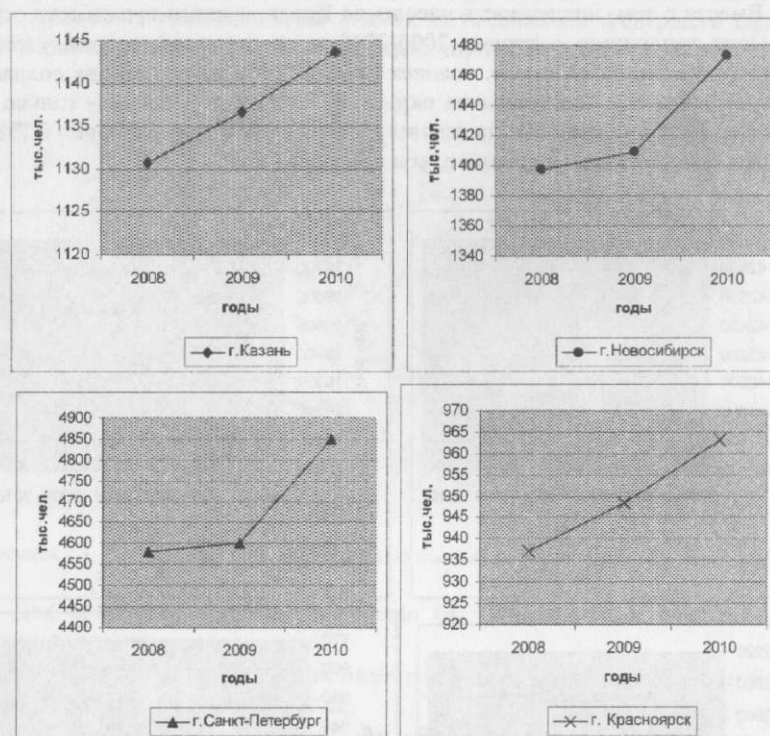


Рисунок 2.3 - Численность населения в разрезе городов-миллионников [89]

Явно выраженные тенденции увеличения численности населения города за счет превышения миграционного прироста над естественной убылью/приростом в период 2005-2010 гг. (рис. 2.4) позволяют отнести Красноярск к растущим городам.

Положительное сальдо естественного движения населения в городе Красноярске сложилось к 2008 году и по состоянию на 2010 год тенденция к росту сохраняется. В Красноярском крае в 2010 году отмечается естественный прирост населения – 0,1 человека на 1000 жителей, что всего на 0,1 человека меньше, чем в предыдущем году. Вместе с тем в среднем по России отмечена естественная убыль населения – 1,7 человек на 1000 жителей (рис. 2.5).

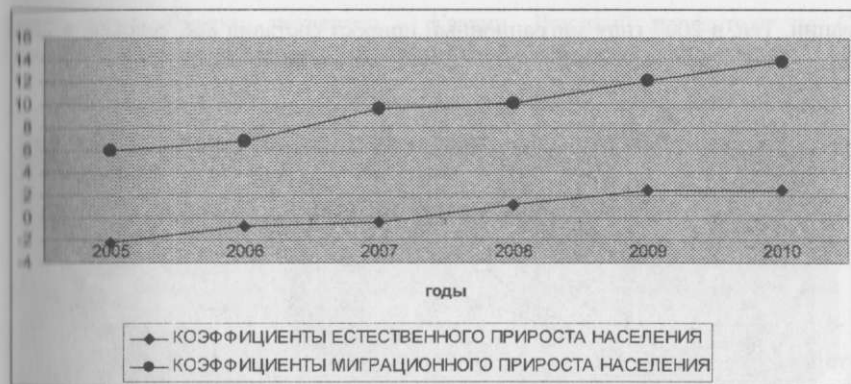


Рисунок 2.4 – Движение населения г. Красноярска [83, 9]

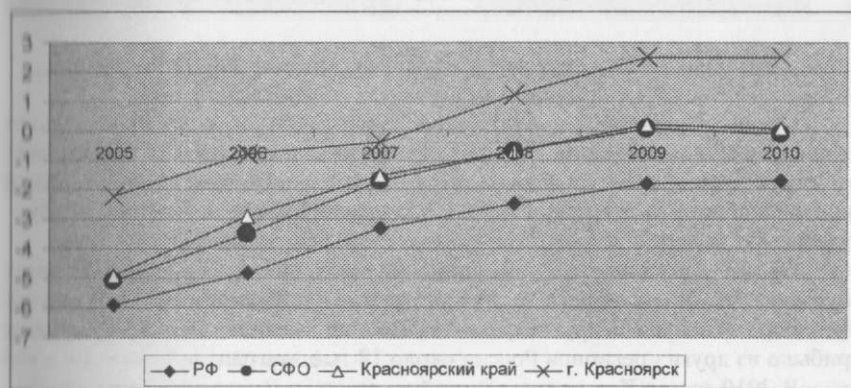


Рисунок 2.5 – Естественное движение населения [90, 83, 9]

Таким образом, по исследуемому показателю город показывает лучший результат по сравнению с краем, округом и Россией.

Реальное влияние на численность и состав населения, кроме естественного движения населения, оказывает миграция (рис. 2.6).

В последние годы наблюдается высокий миграционный прирост населения города. По итогам 2010 года он составил 13,9 тыс. человек. Создание Сибирского федерального университета (СФУ) и сосредоточение крупнейших высших учебных заведений (ВУЗов) региона на территории города выполняют ключевую роль в привлечении молодежи в краевой центр, которая в основной массе остается жить и работать на его территории.

Для Красноярского края характерна высокая активность миграционных процессов. Начиная с 2007 года, в крае наблюдается положительное сальдо ми-

грации. Так, в 2007 году миграционный прирост составил 866 человек, в 2008 году – 1542 человека, в 2009 году – 3626 человек, в 2010 – 2226 человек.

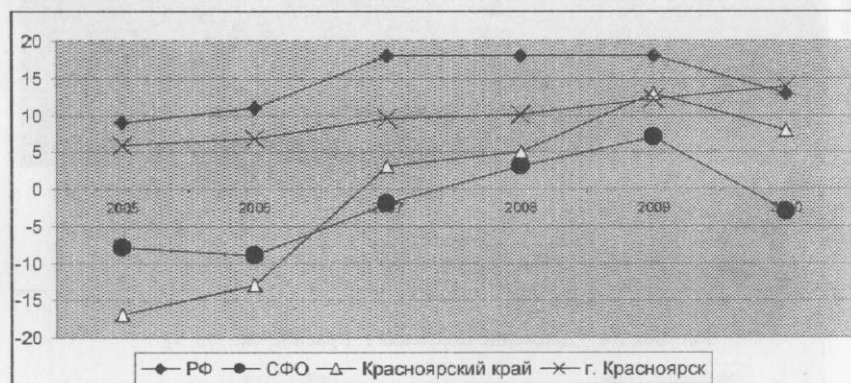


Рисунок 2.6 – Миграционное движение населения [90, 83, 9]

Среди мигрантов значительное большинство составляют люди в трудоспособном возрасте. В целом, процентное соотношение половозрастной структуры не меняется и выглядит следующим образом: 11,1% – моложе трудоспособного населения; 77,3% – в трудоспособном возрасте и 11,6% – старше трудоспособного возраста.

Основу миграционных перемещений населения края составляют внутрикраевые (62,6% от общего числа прибывших и выбывших). В 2010 году из Красноярского края в другие регионы России выехали 21,1 тыс. человек, прибыло из других регионов России около 18 тыс. мигрантов.

В 2010 году в Красноярский край из стран дальнего зарубежья прибыли 302 человека. Миграционный прирост составил 147 человек. В миграции с государствами-участниками СНГ число прибывших в край превысило число выбывших на 5,4 тыс. человек.

Таким образом, по исследуемому показателю город стремится к всероссийской тенденции и в 2010 г. показал лучший результат, как и в сравнении с краем и округом.

Тем временем, в сравнении с городами-миллионниками ситуация с движением населения в них сложилась следующим образом (рис. 2.7):

- лучшие показатели по естественному приросту в Красноярске; в Новосибирске и Казани тенденции по данному показателю совпадают; в С-Петербурге зафиксирована естественная убыль, однако с положительной тенденцией;
- лучшие показатели по миграционному приросту по состоянию на 2010 год в С-Петербурге, второе место следует присудить Красноярску, тре-

ное – Новосибирску, четвертое – Казани. Высокий показатель по Санкт-Петербургу можно объяснить географическим положением города.

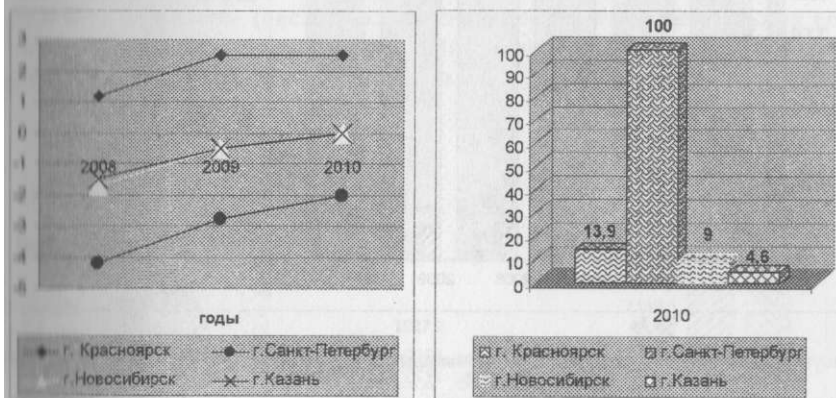


Рисунок 2.7 – Естественное движение населения (слева) и миграционное движение населения (справа) в разрезе городов-миллионников [89, 90]

В целом, по исследуемым факторам ситуация по Красноярску складывается положительно.

Технологическая компонента.

Важным условием для инновационного социально-ориентированного развития экономики является развитие науки и научных исследований. Использование достижений науки в практической деятельности может послужить основанием для создания инновационных отраслей и производства продукции конечного спроса.

Развитие науки в Красноярском крае характеризуется рядом особенностей:

1. Основное число организаций, занятых научными исследованиями и разработками, выполняет государственный заказ. Доля их в общем числе организаций составляет 51% (для сравнения, в Российской Федерации доля учреждений, занятых выполнением государственного заказа, составляет 37%).

2. Сокращение числа научных организаций в крае происходит более высокими темпами, чем в среднем в Российской Федерации и Сибирском Федеральном округе, что не следует оценивать положительно. Так, за период 2005–2010 гг. их число в крае сократилось на 10%, тогда как в РФ – на 2,1%, в СФО – на 3,6% (рис. 2.8). В числе 54 научных организаций в крае в 2010 г. на территории города Красноярска расположено более 50 организаций, выполняющих научные исследования и разработки. [72] В связи с этим, обзор технологической компоненты проводится по краю в целом и в сравнении СФО и РФ.

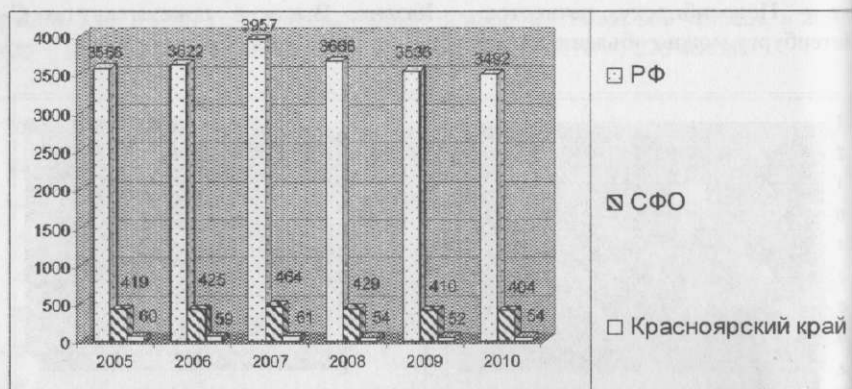


Рисунок 2.8 – Число организаций, выполняющих научные исследования и разработки [89]

3. При общем сокращении числа научных организаций темпы сокращения численности персонала, занятого научными исследованиями и разработками, в Красноярском крае ниже, чем в Российской Федерации и Сибирском Федеральном округе. За период 2005–2010 гг. численность научного персонала в крае уменьшилась на 8,8%, тогда как в РФ – на 9,4%, а в СФО – на 13,1% (рис. 2.9). Это свидетельствует о том, что, несмотря на сокращение числа научных и исследовательских организаций, происходит их укрупнение, что оценивается положительно.

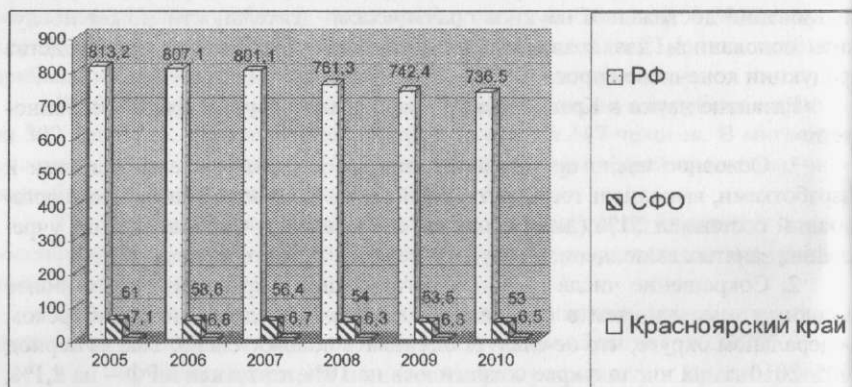


Рисунок 2.9 - Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками [89]

В Красноярском крае рост внутренних затрат на научные исследования и разработки связан с финансированием бюджетных заказов и целевых про-

грамм, как в академических учреждениях, так и в высших учебных заведениях. Вместе с тем Красноярский край отличается тем, что основной объем текущих внутренних затрат приходится на конечную стадию научных исследований – разработки (рис. 2.10). Это свидетельствует о значительных возможностях участия научных учреждений в инновационном развитии экономики региона, и оценивается положительно.



Рисунок 2.10 – Внутренние затраты на научные исследования и разработки по видам работ в Красноярском крае [89]

В период 2005–2010 гг. по числу созданных передовых производственных технологий в Красноярском крае трудно определить тенденцию, т.к. изменение данного показателя происходило скачкообразно. Несмотря на то, что в 2008 г. и 2010 г. темпы изменения резко сокращались, в общем, намечилось их ускорение в анализируемом периоде. Такой же характер изменений исследуемого показателя наблюдается и по Сибири, а в целом по России явно выражена положительная динамика созданных технологий с ускорением темпов изменения в 2010 году. В итоге, по состоянию на отчетный год в крае насчитывается 6 созданных технологий, тогда как в СФО – 64 и в РФ – 864 (рис. 2.11).

Вместе с тем, в период 2005–2010 гг. наблюдается преимущественно положительная тенденция количества используемых передовых производственных технологий как в Красноярском крае, так и в СФО и РФ. По состоянию на 2010 год в крае насчитывается 1937 используемых технологий, тогда как в СФО – 16339 и в РФ – 203330.

Таким образом, несмотря на рост использования созданных технологий на рассматриваемой территории, сохраняется определенная «оторванность» научных исследований и разработок от практики, что является особенностью развития науки в Красноярске, Красноярском крае (как и в целом в России). Так, сложившуюся ситуацию не следует оценивать однозначно,

однако, весомым «минусом» является то, что большинство научных открытий так и остаются теоретическими разработками.

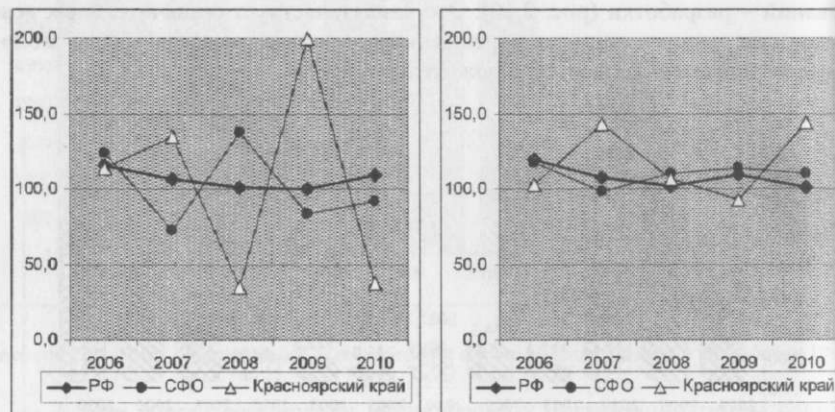


Рисунок 2.11 – Динамика числа созданных (слева) и используемых (справа) передовых производственных технологий [89]

На рис. 2.12 видно, что инновационная активность организаций Красноярского края на протяжении последних трех лет снижается (на 4%). Вследствие этого изменения резко сократился объем инновационных товаров, работ, услуг в их общем объеме (на 0,1%). Выявленные изменения следует оценивать отрицательно. К тому же, по Сибири и России наблюдается одна тенденция инновационной активности, и ее рост в 2010 г. на 0,9% и 0,2% соответственно. В то же время, по России замечено соответствующее предыдущему изменению увеличение объема инновационных товаров, работ, услуг в их общем объеме (на 0,3%), по Сибири рассматриваемый показатель остался на том же уровне.

Важной характеристикой условий для инновационного социально ориентированного развития экономики города, региона является инвестиционный климат.

Инвестиционный климат характеризуется совокупностью законодательных, экономических, социальных, криминогенных, экологических условий, обеспечивающих безопасное и эффективное вложение как государственных, так и частных средств.

Исследования по определению инвестиционной привлекательности регионов Российской Федерации показывают, что Красноярский край по состоянию на 2010 г. входит в десятку регионов с максимальным потенциалом. Однако по инвестиционному климату край занимает 69 место (из 83), а по инвестиционным рискам – 45. При этом основную группу рисков составляю

(по мере убывания): экологические (80 место), криминогенные (66 место), социальные (36 место), экономические (25 место) риски.

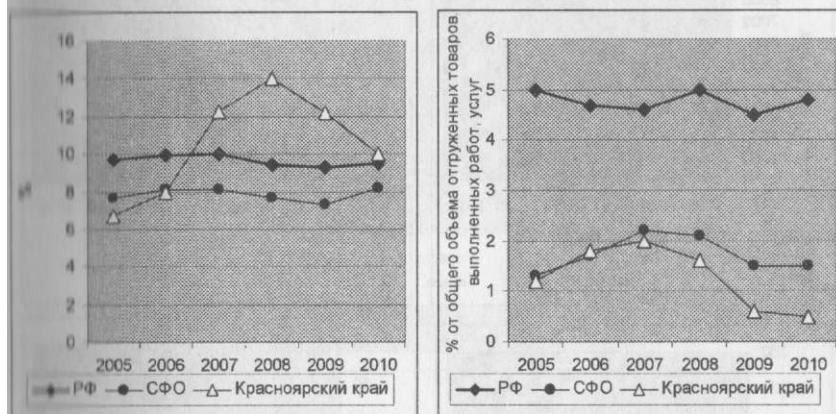


Рисунок 2.12 - Инновационная активность (слева) и объем инновационных товаров, работ, услуг (справа) [89]

Соотношение потенциала и рисков определяет место Красноярского края в группе «незначительный потенциал – умеренный риск», то есть наличие рисков существенным образом уменьшает инвестиционную привлекательность края по сравнению с другими регионами.

Анализ инвестиционной активности Красноярского края показывает, что за период 2005–2010 гг. объем инвестиций в экономику региона вырос в 3,4 раза и составил в 2010 г. 245618 млн. руб. (рис. 2.13)

В экономике города до 2008 года наблюдался значительный рост инвестиций в основной капитал. Быстрый рост по данному показателю начался с 2006 года: в 2008 году вложения превысили 53 миллиарда рублей (в два раза больше уровня 2005 года). В 2009 году в связи с кризисом объем средств, направляемых на развитие компаний, упал - до 47,6 млрд. В 2010 году рост возобновился, инвестиции составили 50 млрд. рублей. [71].

В структуре инвестиций в основном доминируют вложения в строительство и реконструкцию зданий, кроме жилых, приобретение машин, оборудования, транспортных средств. Основным источником инвестиционной деятельности крупных и средних предприятий являются привлеченные средства.

Таким, образом, согласно рис. 2.13, Красноярск по исследуемому показателю повторяет тенденции по России и СФО, однако, по приросту в 2010 г. показатель города ниже (5%), но близок к показателю СФО (6,6%), и достаточно значителен его отрыв от российского показателя (14,7%), что следует оценивать отрицательно.

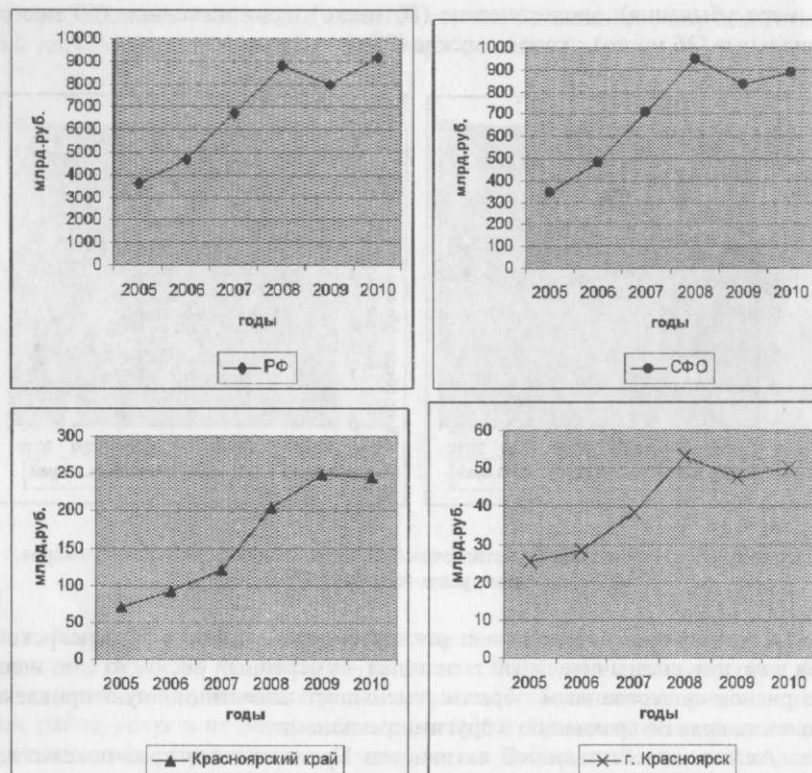


Рисунок 2.13 - Инвестиции в основной капитал [89, 83, 9, 71]

Также отрицательно следует оценивать положение Красноярска по показателю инвестиций в основной капитал среди городов-миллионников, т.к. ему соответствуют самые низкие значения. По состоянию на 2010 г. по Красноярску инвестировано 50 млрд. рублей, по Новосибирску – 54,7 млрд. рублей, по Казани – 84 млрд. рублей, по С-Петербургу – 375 млрд. рублей (рис. 2.14).

Значительный интерес для оценки возможностей инновационного социально-ориентированного развития представляет оценка инвестиционной привлекательности региона с позиции иностранных инвесторов.

Объем иностранных инвестиций в экономику Красноярского края осуществлялся преимущественно с нарастанием в период 2005-2010 гг. Объем иностранных инвестиций в 2010 г. по сравнению с 2005 г. увеличился в 5 раз (рис. 2.15).

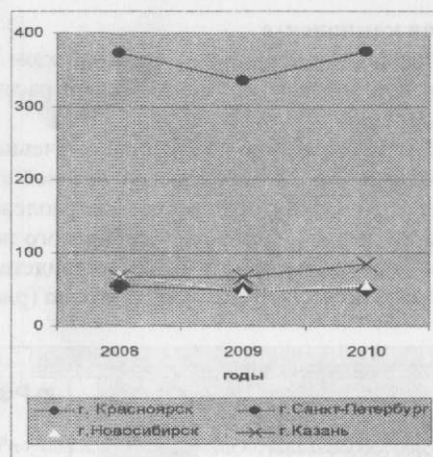


Рисунок 2.14 - Инвестиции в основной капитал в разрезе городов-миллионников [89]



Рисунок 2.15 – Инвестиционная активность Красноярского края [90]

Таким образом, можно сделать вывод о том, что Красноярский край является стабильно-развивающимся регионом, для которого характерна наибольшая доля исследователей в составе персонала, занятого исследованиями и разработками (58,3%). Данный показатель является индикатором активности в разработке собственных технологий в региональной инновационной системе. Т.к. он высок в Красноярском крае, ориентация на импорт технологий в регион не столь значительна.

Экономическая компонента.

Так известно, наиболее распространенным методом измерения инфляции является индекс потребительских цен, который рассчитывается по отношению к базисному году.

В г. Красноярске по состоянию на 2010 год значение инфляции составило 108,9%. По материалам статьи в журнале «Деловой квартал» инфляция сократилась до этого уровня [98], что заслуживает положительной оценки. Однако данный показатель выше краевого и сибирского показателя на 1% и на 0,1% выше российского. Данное соотношение свидетельствует об ухудшении положения города по исследуемому показателю (рис. 2.16).

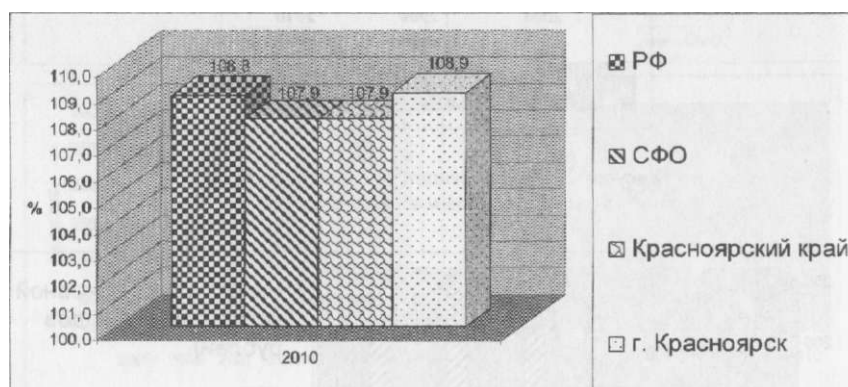


Рисунок 2.16 - Инфляция по состоянию на 2010 г. в региональном разрезе [7, 71]

Также, хуже положение Красноярска по показателю инфляции в сравнении с городом-миллионником Казанью, где значения составили соответственно 108,9% и 106,6%. Однако с С-Петербургом дело обстоит иначе: показатель инфляции в данном городе выше красноярского на 0,5% (рис. 2.17).

По итогам 2010 года среднегодовое значение инфляции на потребительском рынке края составило 106,5%, что ниже среднего показателя по России - 106,9%. [7] Также, сводный индекс потребительских цен по краю и СФО сложился на одном уровне - 107,9%, что ниже показателя по РФ (108,8%). В основном подобная тенденция сохраняется с 2005 года (кроме 2006 г.), и оценивается положительно. Однако индекс цен на платные услуги в Красноярском крае - 109,1% - выше показателя по СФО (107,2%) и по России в целом (108,1%), что следует оценить отрицательно, хоть данное положение в основном не характерно для края. Подобное положение наблюдалось в 2006 году, тогда как в другие годы анализируемого периода ситуация по рассматриваемому показателю была лучше (рис. 2.18).

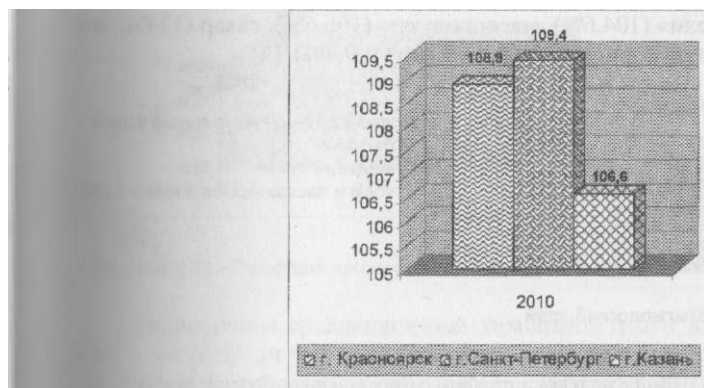


Рисунок 2.17 - Инфляция по состоянию на 2010 г. в разрезе городов-миллионников [90, 71,6]

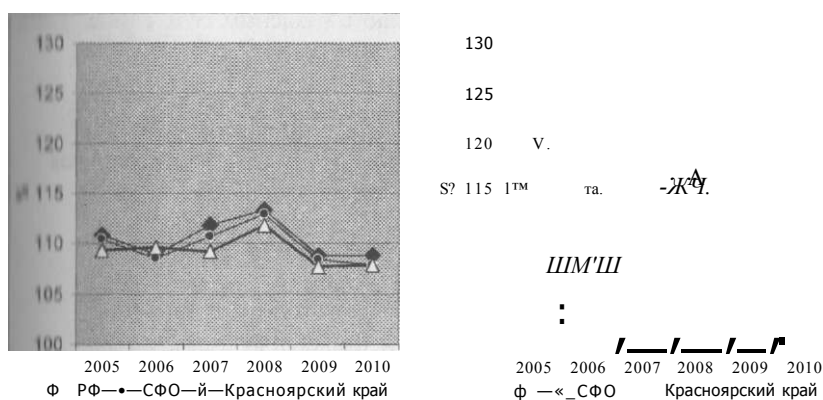


Рисунок 2.18 - Индексы потребительских цен сводные (слева) и индексы потребительских цен (тарифов) на услуги (справа) [90]

Причиной более низкого краевого показателя инфляции в сравнении с номинами Сибирского федерального округа и Россией явился, в основном, меньший рост цен по группе товаров (край - 107,5%, в большинстве регионов РФ - 107,5-109,6%, РФ - 109,1%).

На темп инфляции в 2010 году значительное влияние оказал рост тарифов на жилищно-коммунальные услуги (112,4%), бытовые (105,8%) и медицинские (110,5%) услуги, услуги пассажирского транспорта (114,5%) (рис. 2.18). а так же рост цен на отдельные социально значимые товары: хлеб и

хлебобулочные изделия (104,6%), мясопродукты (106,6%), сахар (124%), молоко и молочную продукцию (120%) и топливо (109,4%). [7]

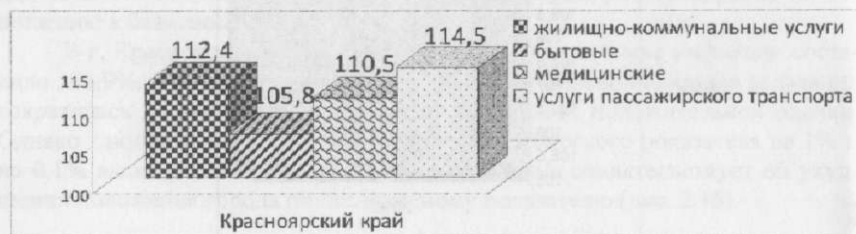


Рисунок 2.19 - Динамика индекса потребительских цен на некоторые услуги Красноярского края в 2010 г. [7]

В период 2007-2010 гг. величина прожиточного минимума на душу населения в г. Красноярске имеет тенденцию к росту, и к отчетному году изменение составило 69,8% по сравнению с базисным годом (рис. 2.20), в связи с чем данную ситуацию следует оценивать как положительную.

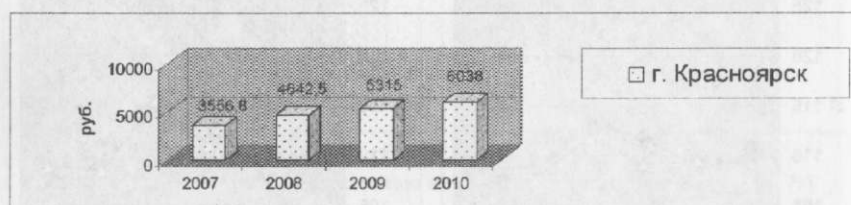


Рисунок 2.20 - Величина прожиточного минимума на душу населения в г. Красноярске в 2007-2010 гг. [8, 9]

Однако в региональном разрезе по итогам 2010 года город уступает по анализируемому показателю Красноярскому краю, и разница составила 519 рублей. Красноярский край по своему значению показателя занял 19 место (из 83), притом, что в целом по России величина прожиточного минимума в 2010 году сложилась на уровне 5902 рубля [90], что, кстати говоря, ниже данного показателя в Красноярске на 136 рублей (рис. 2.21). Таким образом, город и край показали лучшие результаты по исследуемому показателю в сравнении со всероссийским уровнем.

В региональном разрезе г. Красноярск занимает лучшее положение по уровню средней начисленной заработной платы в 2010 году: она достигла суммы в 25,2 тыс.руб., что в 1,1 раза выше среднекраевого уровня, в 1,4 раза - среднесибирского уровня и в 1,2 раза - среднероссийского уровня. [98] (рис. 2.22).

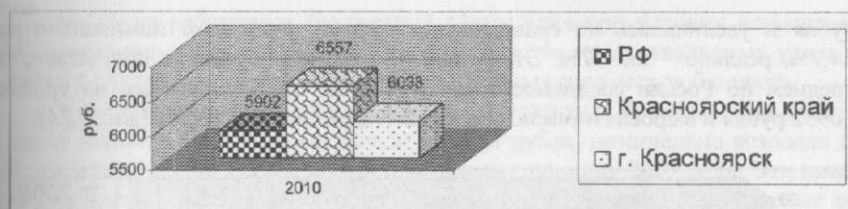


Рисунок 2.21 - Величина прожиточного минимума на душу населения в 2010 г. [8, 90]

По величине среднемесячной заработной платы край стабильно занимает 1 место среди регионов Сибирского федерального округа. Среди регионов Российской Федерации по этому показателю в 2010 году Красноярский край занял 12 место (рис. 2.22).



Рисунок 2.22 – Средняя номинальная начисленная заработная плата в региональном разрезе [8, 90]

За последние три года наблюдается положительная динамика средней номинальной начисленной заработной платы в разрезе городов-миллионников. По данному показателю Красноярск уступает лишь С-Петербургу с разницей всего в 2 тыс. рублей (рис. 2.23). Можно предположить, что в Красноярске меньше уделяется внимания на отчисления в фонд заработной платы на городском уровне.

Средняя начисленная заработная плата работников крупных и средних организаций города в 2010 году составила 25163,6 рубля и по сравнению с 2009 годом увеличилась на 9,3 %, при этом реальная заработная плата увеличилась также на 9,3 %. Среднемесячная начисленная заработная плата в Красноярском крае в расчете на одного работника в 2010 году достигла 23254,2

рубля и увеличилась по сравнению с предыдущим годом номинально на 14,7%, реально – на 7,7%. Это выше, чем среднероссийские показатели. В среднем по России среднемесячная заработная плата сложилась на уровне 20952 рубля и выросла номинально на 12,4%, реально – на 5,2% (рис. 2.24).

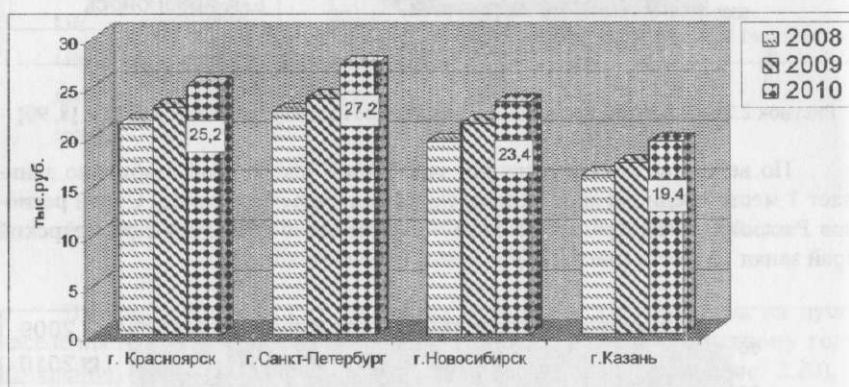


Рисунок 2.23 – Средняя номинальная начисленная заработная плата в разрезе городов-миллионников [89]

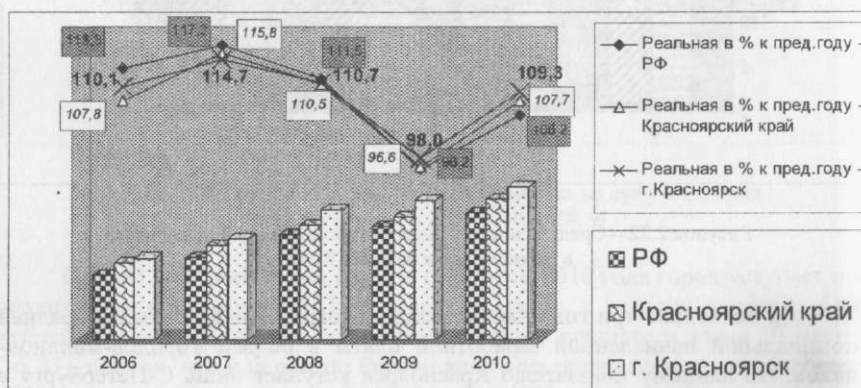


Рисунок 2.24 – Динамика среднемесячной заработной платы [8, 90, 7]

Причиной указанных изменений является результат принятых мер по повышению заработной платы Правительством края. Пунктом 2.1.1 Соглашения по регулированию социально-трудовых отношений в бюджетной сфере Красноярского края на 2010 год от 14.12.2009 № 63 для Правительства края в качестве приоритетной была определена задача повышения размеров

оплаты труда работников бюджетной сферы края при условии повышения производительности труда и повышения качества предоставляемых услуг, а также с учетом состояния экономики и основных параметров бюджета.

Среднедушевые денежные доходы населения в Красноярском крае за январь-декабрь 2010 года составили 17907,2 рубля, номинально возросли на 8,1%, реально – на 1,5% к соответствующему периоду 2009 года. Это ниже, чем среднероссийские показатели. В среднем по России среднедушевые денежные доходы сложились на уровне 18772,5 рубля и увеличились номинально на 10,2%, реально – на 3,1%. При этом, в сравнении со среднекраевыми и среднероссийскими показателями г. Красноярск лидирует в период 2007-2009 гг. Так, В 2009 году среднедушевые денежные доходы составили 18487,9 рублей (номинальный рост к уровню 2008 года 103,5%, реальный рост – 93,4%) (рис. 2.25). Данную ситуацию следует оценивать положительно, а стабильность сложившейся тенденции в последние годы анализируемого периода позволяет прогнозировать ее сохранение на 2010 год.

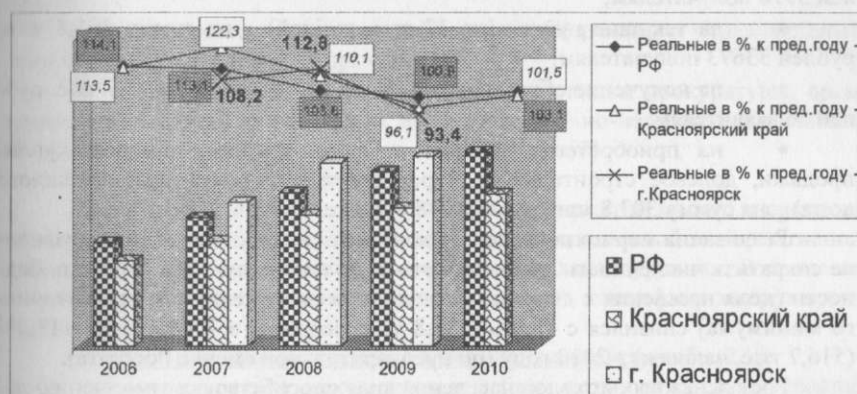


Рисунок 2.25 – Динамика среднедушевых денежных доходов населения [8, 90, 7]

Повышению благосостояния населения и социальной защищенности в отчетном году способствовали следующие решения Правительства Российской Федерации:

1. Введен механизм валоризации (повышения) пенсионных прав пенсионеров старшего поколения, вышедших на трудовую пенсию до 1 января 2002 года, путем увеличения на 10% денежной оценки пенсионных прав, приобретенных до 2002 года, и дополнительно на 1% за каждый год трудового стажа, заработанного до 1991 года.

Кроме того, с 1 апреля 2010 года страховая часть трудовой пенсии была увеличена на 6,3%, социальная пенсия – на 8,8 процента. С 1 июля 2010

года проведена дополнительная индексация социальной пенсии на 3,4 процента.

В итоге существенно повысился уровень пенсионного обеспечения. Так, средний размер назначенной пенсии по состоянию на 31 декабря 2010 года составил 8145,2 рублей, что на 1505 рублей, или на 22,7%, выше, чем средний размер пенсии по состоянию на 31 декабря 2009 года (6639,8 рублей).

2. Проиндексированы государственные пособия и социальные выплаты.

С целью ликвидации бедности среди населения с 1 января 2010 года был введен новый механизм - федеральная и региональная социальная доплата. Региональная социальная доплата к пенсии выплачивалась в крае 58525 человекам, сумма доплат за 2010 год составила 66,7 млн. рублей.

В 2010 году были продолжены зарекомендовавшие себя как эффективные меры поддержки населения с использованием средств материнского капитала. Перечислено средств:

- на погашение ипотечных кредитов на сумму 1235,2 млн. рублей 3978 получателям;
- на текущие нужды (по 12 тыс. рублей) на сумму 401,8 млн. рублей 33673 получателям;
- на получение образования ребенком на сумму 1813,7 тыс. рублей 56 заявителям;
- на приобретение жилого помещения (через договор купли-продажи, долевое строительство, строительство индивидуального жилого дома) - на сумму 303,8 млн. рублей 938 заявителям.

Реализация мер по повышению денежных доходов населения позволила сократить численность малообеспеченного населения края. Уровень бедности (доля населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума) снизился с 18,4% (531,8 тыс. человек) в 2009 году до 18,3% (516,7 тыс. человек) в 2010 году (по предварительной оценке Росстата).

Рост денежных доходов населения край способствовал увеличению денежных расходов населения. По сравнению с 2009 годом денежные расходы населения увеличились на 25,4 млрд. рублей, или на 4,6%. Объем средств, направленный населением на покупку товаров, вырос на 11 процентов.

Суммарная просроченная задолженность по заработной плате в организациях края на 01.01.2011 составила 60,9 млн. рублей, что не превышает «докризисного» уровня 1 полугодия 2008 года и в 11,5 раза меньше максимальной зафиксированной суммы задолженности и «кризисный» период (на 01.03.2009 - 700,8 млн. рублей).

В общем объеме просроченной задолженности в крае 47% (28,6 млн. рублей) приходится на строительство, 31,7% (19,9 млн. рублей) - на обрабатывающие производства и 14,8% (9 млн. рублей) - на транспорт.

От общей суммы задолженности 64,9% (39,5 млн. рублей) приходилось на организации, находящиеся в различных стадиях банкротства и ликвидации. Основной причиной сохранения задолженности в организациях

данной группы является длительность проведения процедур банкротства, связанных с формированием и реализацией конкурсной массы.

Правительством края, отраслевыми министерствами края совместно с Федерацией профсоюзов края и региональными объединениями работодателей проводится постоянная работа по стабилизации ситуации с выплатой заработной платы в организациях края и содействию в восстановлении нарушенных прав граждан на оплату труда. В целях содействия сокращению задолженности анализируются причины ее возникновения, проводятся антикризисные рабочие группы по отраслевым направлениям. При проведении работы по сокращению и ликвидации задолженности используются различные формы и методы, в частности:

- организована работа с руководителями организаций по реализации мер по погашению задолженности;
- проводится работа по содействию в истребовании дебиторской задолженности, явившейся причиной несвоевременной выплаты заработной платы;
- осуществляется взаимодействие с арбитражными управляющими финансово несостоятельных организаций;
- осуществляется взаимодействие с органами прокуратуры, органами службы судебных приставов, иными контрольно-надзорными органами по обеспечению прав работников на оплату труда. [7]

Политическая компонента.

Для эффективного функционирования предприятий малого и среднего бизнеса необходимо дальнейшее развитие законодательной и нормативной базы на федеральном, региональном и муниципальном уровнях. В процессе разработки законопроектов необходимо учитывать специфику малого предпринимательства.

Федеральные законодательные и нормативные акты (табл. 2.1).

Совершенствование законодательной базы позволит создать условия, способствующие свободе предпринимательства и устранению административного вмешательства в деятельность субъектов малого бизнеса. Вот неполный перечень задач федеральной политики по поддержке малого и среднего предпринимательства:

- предоставление равных условий всем хозяйствующим субъектам для входа на рынок;
- устранение административных барьеров;
- регламентация контролирующих функций государства;
- формирование структуры малого предпринимательства и обеспечение ее регулирования;
- усиление государственной поддержки предпринимателей.

Эти задачи стали главными составляющими законотворческой деятельности государства, направленными на активизацию предпринимательской деятельности в России. В рамках проводимой политики существует ряд

федеральных законопроектов, ставших каркасом для формирования региональных и муниципальных программ развития малого предпринимательства.

Краевые законодательные и нормативные акты (табл. 2.1).

Региональная политика в направлении развития предприятий малого и среднего бизнеса в Красноярском крае подразумевает наличие развитой инфраструктуры поддержки. Это система коммерческих и некоммерческих организаций, которые создаются, осуществляют свою деятельность или привлекаются в качестве поставщиков и исполнителей выполнения работ или оказания услуг для государственных или муниципальных нужд при реализации программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства.

В Красноярском крае рост количества малых предприятий является следствием развития структуры поддержки бизнеса со стороны региональных властей. Инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства немыслима без законодательной базы, которая бы обеспечивала регулирование отношений в этой сфере.

В Красноярском крае принят ряд законопроектов, ведутся разработки программ поддержки и распределения бюджетных средств для обеспечения роста количества субъектов малого и среднего бизнеса. Осуществляется также информационная поддержка - создаются информационные системы в целях обеспечения информацией субъектов малого и среднего предпринимательства. Регулирование деятельности инфраструктуры поддержки бизнеса в крае осуществляется с помощью нормативных актов, принятых Законодательным собранием Красноярского края.

Красноярск: городские законодательные и нормативные акты (табл. 2.1).

В городе Красноярске существует и активно внедряется городская целевая программа поддержки и развития малого и среднего предпринимательства. Ею предусмотрен ряд мер по оказанию реальной поддержки малому бизнесу. В том числе принятие ряда городских законодательных актов, призванных решить вопросы поддержки малого и среднего предпринимательства.

Для дальнейшего развития малого и среднего предпринимательства на территории города Красноярска продолжается совершенствование и развитие системы нормативно-правового обеспечения по вопросам муниципальной поддержки малого и среднего предпринимательства, проведение дополнительных видов мониторинга деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства.

На уровне города разрабатываются законодательные акты, касающиеся субсидирования предприятий малого и среднего предпринимательства.

Проведение эффективной законодательной политики позволит обеспечить благоприятные условия для развития малого и среднего предпринимательства в городе Красноярске.

Правовое обеспечение малого и среднего предпринимательства представлено ниже в таблице 2.1.

Таблица 2.1 - Правовое обеспечение малого и среднего предпринимательства

Уровень	Документы	Дата принятия	Номер
Государственный	ПРИКАЗ от 27 октября 2010 г. N 519 ОБ УСТАНОВЛЕНИИ КОЭФФИЦИЕНТА-ДЕФЛЯТОРА К1 НА 2011 ГОД	11.11.2010	519
	Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ)	30.11.1994	ГКРФ
	Гражданский процессуальный кодекс РФ	01.02.2003	138-ФЗ
	Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях	30.12.2001	КоАП РФ
	О ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЯ В СТАТЬЮ 1 ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА "О МИНИМАЛЬНОМ РАЗМЕРЕ ОПЛАТЫ ТРУДА"	01.06.2011	106-ФЗ
	Постановление от 04 Ноября 2006 г. N 642 о перечне товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд	04.11.2006	642
	Постановление от 22 июля 2008 г. N 556 о предельных значениях выручки для каждой категории субъектов малого и среднего предпр-ва	22.07.2008	556
	Постановление Правительства РФ от 31 декабря 1999 г. N 1460 о комплексе мер по развитию и государственной поддержке малых пред-в	31.12.1999	1460
	Приказ МНС РФ, регулирующий действия с идентификационным номером налогоплательщика	03.03.2004	
	Федеральный закон от 24 июля 2007 г. N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»	24.07.2007	209-ФЗ
	Федеральный закон «Об общественных объединениях»	19.05.1995	82-ФЗ
	Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью»	08.02.1998	14-ФЗ
	Федеральный закон «О некоммерческих организациях»	12.01.1996	7-ФЗ
	Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»	08.08.2001	129-ФЗ
	Федеральный закон «Об акционерных обществах»	26.12.1995	208-ФЗ
	Федеральный закон «О бухгалтерском учете»	21.11.1996	129-ФЗ
Региональный	Программа «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае» на 2011-2013 гг.	20.11.2010	577-п
	Закон № 7-2279 о сроках оплаты и площади недвижимости, приобретаемой субъектами малого и среднего предпринимательства	30.10.2008	7-2279
	Закон Красноярского края «Об упрощенной системе налогообложения индивидуальных предпринимателей на основе патента»	18.11.2008	7-2395
	Городская целевая программа «Поддержка и разви-	01.01.2009	

	тие малого и среднего предпринимательства в городе Красноярске» на 2009 - 2011 г		
	Закон Красноярского края «О краевой целевой программе «Развитие субъектов малого и среднего предпр-ва в Красноярском крае	20.12.2007	4-1130
Городской	«О порядке предоставления субсидий некоммерческим организациям, не являющимся бюджетными и автономными учреждениями	13.08.2009	322
	О порядке оказания имущественной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям поддержки бизнеса	02.07.2009	241
	О СИСТЕМЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В ВИДЕ ЕДИНОГО НАЛОГА НА ВМЕНЕННЫЙ ДОХОД ДЛЯ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ТЕРРИТОРИИ КРАСНОЯРСКА	29.11.2005	В-137
	Постановление о ведении реестра субъектов малого и среднего предпринимательства - получателей муниципальной поддержки	18.12.2008	599
	Постановление об утверждении программы «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Красноярске» на 2009-2010 г	11.12.2008	53-а
	Распоряжение от 18.05.2009 № 546-ж «О проведении ежегодного городского конкурса "Предприниматель года»	18.05.2009	546-ж
	Распоряжение № 74-ж о порядке формирования и ведения перечня муниципального имущества для реализации мер по поддержке бизнеса	30.01.2009	74-ж
	Решение об утверждении перечня социально значимых видов деятельности, осуществляемых субъектами малого и среднего бизнеса	26.06.2009	в-105

II ЭТАП — Анализ внешней предпринимательской среды прямого воздействия в региональном разрезе и в разрезе городов-миллионников.

На данном этапе исследования целесообразно дать оценку непосредственному окружению ПС, в состав которого входят те компоненты, с которыми ПС находится в тесном взаимодействии.

Рынок рабочей силы.

На формирование трудовых ресурсов благоприятно влияет миграционный приток населения в трудоспособном возрасте, маятниковая трудовая миграция из прилегающих к Красноярску территорий, занятость населения старше трудоспособного возраста.

Наибольшая часть населения занята в крупных и средних организациях города. За годы экономических реформ произошло существенное изменение структуры занятости населения. Падение объемов промышленного производства в первой половине 90-х годов привело к оттоку работников в другие отрасли экономики. Большая часть трудоспособного населения занята теперь в сфере услуг, что соответствует современным мировым тенденциям развития крупных городов. Данная тенденция в наибольшей мере вызвана дина-

мичным развитием торговых сетей, рынка финансовых услуг и операций с недвижимым имуществом.

Отмечается высокая маятниковая миграция населения из прилегающих к городу территорий, работающего в организациях Красноярска. [9]

Численность экономически активного населения Красноярского края в 2010 году по оценкам составляет 1597 тыс. человек или 56,5% от общей численности региона (рис. 2.26).



Рисунок 2.26 - Динамика и структура численности экономически активного населения в общей численности в Красноярском крае в 2005-2010 гг. [90]

По исследуемому показателю два года подряд Красноярский край по сравнению с СФО и российскими показателями демонстрирует лучший результат, несмотря на замедление темпов роста. По состоянию на 2010 год увеличение численности экономически активного населения края составило 101,1%, СФО — 100,4%, а в целом по России произошло сокращение данной категории населения на 0,3% (рис. 2.27). Для Красноярского края это позитивная тенденция.

Изменение среднегодовой численности занятых в экономике г. Красноярска в течение пяти анализируемых лет положительное, несмотря на спад после кризиса 2008 года. Тем самым, в целом город занимает лучшие позиции по сравнению с краем, округом и страной. По состоянию на 2010 год ситуация сложилась следующим образом: изменение исследуемого показателя в рассматриваемых территориях произошло в диапазоне 0,2-0,7%, где лидирующее положение занимает СФО, затем с разницей всего в 0,1% - Красноярск, и далее - край (0,4%) и Россия (0,2%) (рис. 2.28). Сложившаяся ситуация заслуживает положительной оценки.

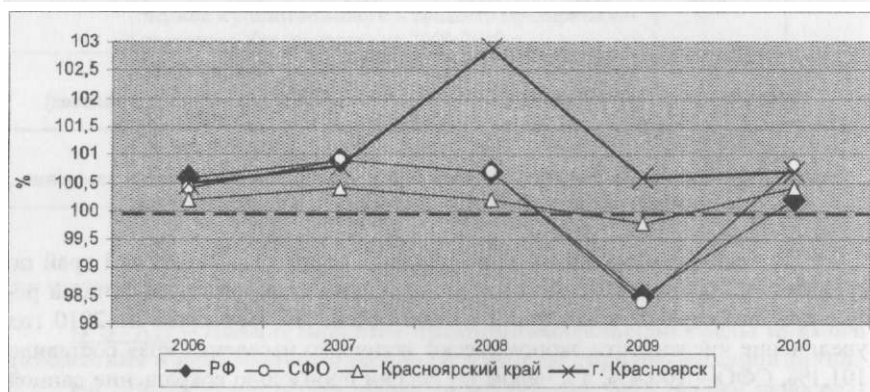
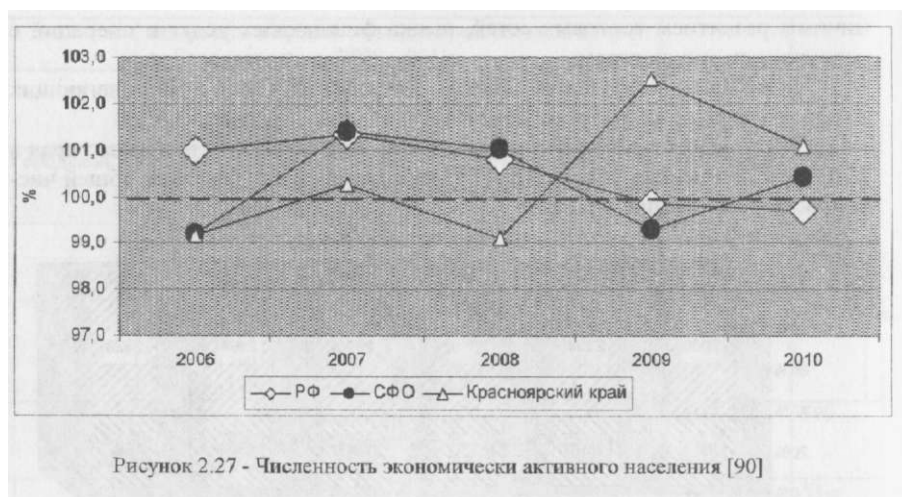


Рисунок 2.28 - Изменение среднегодовой численности занятых в экономике [9, 90, 7, 10]

Изменение среднегодовой численности занятых в экономике Красноярска за последние три года происходило более высокими темпами, чем в городе-миллионнике С-Петербурге. Так, по состоянию на 2010 год значения по данному показателю составили соответственно 100,7% и 100,5% (рис. 2.29). Данную ситуацию следует оценивать положительно и можно предположить, что в Красноярске показатели трудоустройства выше, чем в С-Петербурге.

На формирование трудовых ресурсов благоприятно влияет миграционный приток населения в трудоспособном возрасте. В связи с выходом на положительный уровень миграции и увеличением коэффициента миграционного прироста количество занятых в экономике Красноярского края еже-

годно возрастает в среднем на 0,3% (кроме 2009 г.) и в 2010 году составило 1439,3 тыс. человек, что обеспечивает субъекту 14 место по уровню занятости в России (рис. 2.29). По диаграмме на рисунке 2.30 видно, что доля работников с высшим образованием в отчетном 2010 году составила 24%, в то время как работники со средним образованием занимают долю до 53% от общей численности. Таким образом, можно говорить о высоком уровне квалификации кадров по краю. По данным второй диаграммы рассчитан средний возраст занятого населения Красноярского края в 2010 г. - 39,2 лет.

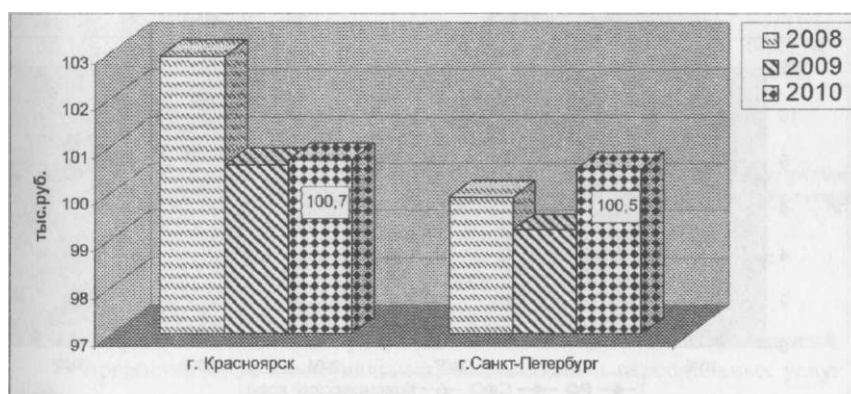


Рисунок 2.29 - Изменение среднегодовой численности занятых в экономике Красноярска и С-Петербурга [9, 90, 10]

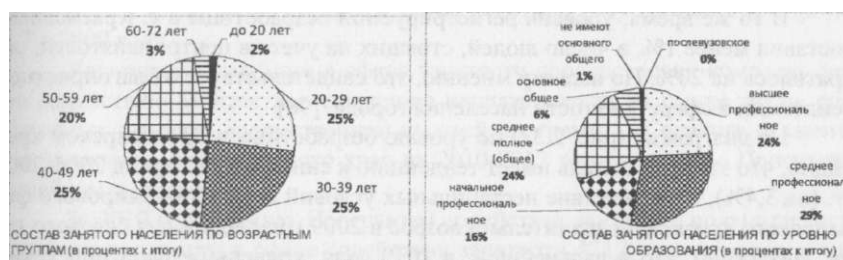


Рисунок 2.30 — Структура занятых в экономике Красноярского края по состоянию на 2010 г. [90]

Наибольшая часть населения занята в образовании, транспорте, здравоохранении и в осуществлении операций с недвижимым имуществом. Положительная динамика данного показателя по сравнению с прошлым годом наблюдается в сфере строительства (2,2%), образования (1,4%), гостиниц и ресторанов (2,3%), в осуществлении операций с недвижимым имуществом

(3,3%), в предоставлении прочих коммунальных, социальных и персональных услуг (1,4%) (рисунок Ж). [7]

Краевая тенденция по уровню безработицы в период 2005-2010 гг. показывает худшие результаты в сравнении с тенденцией российской (кроме 2010 г.) и лучшие - в сравнении с сибирской (кроме 2006-2007 гг.). К 2010 году исследуемый показатель по Красноярскому краю снизился на 3,2%, достигнув уровня 6,3%, что ниже российского уровня (7,5%) в 1,2 раза и сибирского (8,7%) в 1,4 раза (рис. 2.31). Сложившуюся к отчетному году ситуацию следует оценивать положительно.

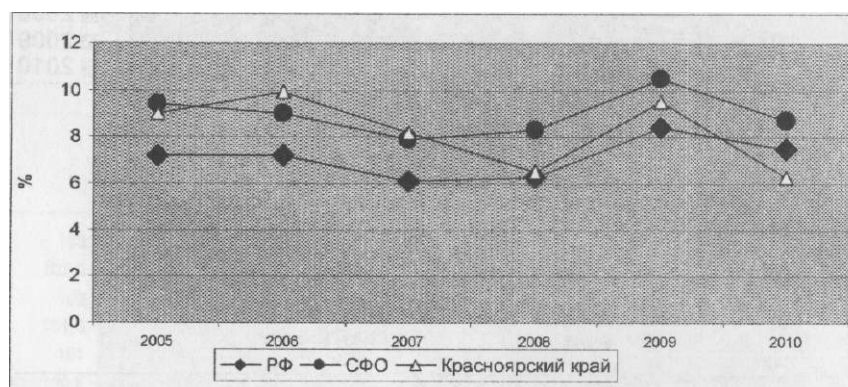


Рисунок 2.31 - Уровень безработицы [90]

В то же время, уровень регистрируемой безработицы в г. Красноярске составил менее 1%, а число людей, стоящих на учете в центре занятости, сократилось на 20%. По нашему мнению, это свидетельствует о благоприятной тенденции в сфере занятости населения города. [98]

На диаграмме (рис. 2.32) по уровню безработицы в Красноярском крае видно, что этот показатель имеет тенденцию к снижению в период 2006-2008 гг. (на 3,4%), но вследствие нестабильных условий по причине мирового финансового кризиса он значительно возрос в 2009 году до уровня базового года. Интересно, что в дальнейшем, в 2010 году, уровень безработицы снова снизился - в 1,5 раза — и это только за один год.

Как отмечают статистики, ситуация на рынке труда Красноярского края улучшается. Так в 370 организациях региона отменили решения об увольнении 6,4 тыс. работников, ранее намеченных к высвобождению. Помимо этого, уменьшились объемы высвобождения - за 2010 год в связи с сокращением численности или ликвидацией организации уволено 7,9 тыс. человек (в 2,1 раза меньше, чем за 2009 год - 16,9 тыс. человек). Большую роль здесь сыграла реализация региональной Программы «Снижение напряженности на рынке труда Красноярского края», целью которой является приня-

гие превентивных мер по снижению негативных социально-экономических последствий возможного увольнения работников и предупреждению роста безработицы в регионе. На начало августа в ней приняли участие более 10 тысяч жителей края и около полутора тысяч работодателей.

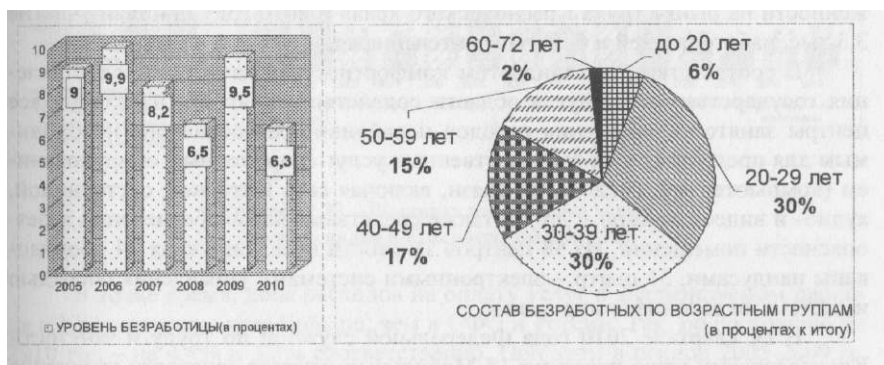


Рисунок 2.32 - Динамика и структура безработных в Красноярском крае по состоянию на 2010 г. [90]

Следует указать на виды услуг по наибольшему количеству вакансий:

- предоставление коммунальных, социальных и персональных услуг - 14,9%;
- строительство - 11,5%. [27]

Еще одним положительным результатом Программы является коэффициент напряженности на рынке труда (отношение незанятых граждан к вакансиям в среднем за месяц исчисления) - в 2010 году составил 1,9 против 2,7 в 2009 году.

Улучшению ситуации в сфере занятости способствовал комплекс мер по содействию занятости и снижению напряженности на рынке труда, реализуемых в рамках ведомственной целевой программы «Содействие занятости населения Красноярского края на 2010-2012 годы» (далее - Программа содействия занятости).

За 2010 год в рамках Программы содействия занятости получили государственные услуги в сфере содействия занятости 421,8 тыс. человек, в том числе:

- направлено на переподготовку, повышение квалификации или обучение новой профессии 12,2 тыс. безработных граждан;
- трудоустроено при содействии службы занятости 113,1 тыс. человек, в том числе 53,1 тыс. безработных граждан;
- в среднем ежемесячно пособие по безработице получали 36,4 тыс. человек;

- поддержана занятость и уровень доходов 35,4 тыс. работников, находившихся под риском увольнения из 445 организаций, это 65% от всех работников под риском увольнения (в 2009 году - 45,5 процента).

В мероприятиях долгосрочной целевой программы «Снижение напряженности на рынке труда Красноярского края» в 2010 году приняли участие 3,3 тыс. работодателей и 63,8 тыс. жителей края.

В соответствии со стандартом комфортности и качества предоставления государственных услуг в области содействия занятости населения все центры занятости населения городов и районов края оснащены необходимым для предоставления государственных услуг современным оборудованием (компьютерами, средствами связи, включая сеть Интернет, оргтехникой, аудио- и видеотехникой и др.), а также средствами жизнеобеспечения и безопасности помещений. Из 58 центров занятости населения края 24 оборудованы пандусами, 51 центр - электронными системами управления очередью и системами автоинформирования.

В IV квартале 2010 года Федеральной службой по труду и занятости Красноярскому краю передано 18 Мобильных центров занятости населения (МЦЗН). Общее количество МЦЗН в крае составило 23 единицы.

Так, в 2010 году были осуществлены выезды в 65 населенных пунктов в 15 районах Красноярского края. Услугами МЦЗН воспользовались более 1300 граждан, проживающих в отдаленных территориях, в том числе удаленных более чем на 220 км от районного центра. В ходе работы МЦЗН гражданам были оказаны услуги по информированию о положении на рынке труда, подбору вариантов подходящей работы, трудоустройству на общественные и временные работы, профориентации и психологической поддержке, поддержке предпринимательства, предоставлялись юридические консультации. [7]

Потребители.

На сегодняшний день успешными ПС в сфере услуг являются те, которые понимают, что потребитель - наиболее ценный актив.

Потребителями бытовых, жилищно-коммунальных, транспортных, медицинских, образовательных услуг, услуг связи и прочих видов платных услуг в Красноярском крае являются население, юридические лица и организации.

Динамика потребительских расходов на оплату услуг в Красноярском крае характеризуется ростом к 2010 году на 1,2% по сравнению с прошлым годом и на 5,4% по сравнению с 2005 г. Изменение данного фактора напрямую свидетельствует о том, что рынок потребительских услуг расширяется. Этому способствует увеличение расходов на жилищно-коммунальные услуги, здравоохранение, организацию отдыха и культурные мероприятия, гостиницы, кафе и рестораны. Причиной данного изменения является улучшение уровня жизни населения края, как готовность платить больше, и увеличение цен и тарифов на услуги, как непосредственный фактор. Вместе с тем уменьшение расходов наблюдается в сфере транспортных услуг и образования, а на услуги связи в 2010 г. расходы держатся на уровне 2005 г. (рис. 2.33).

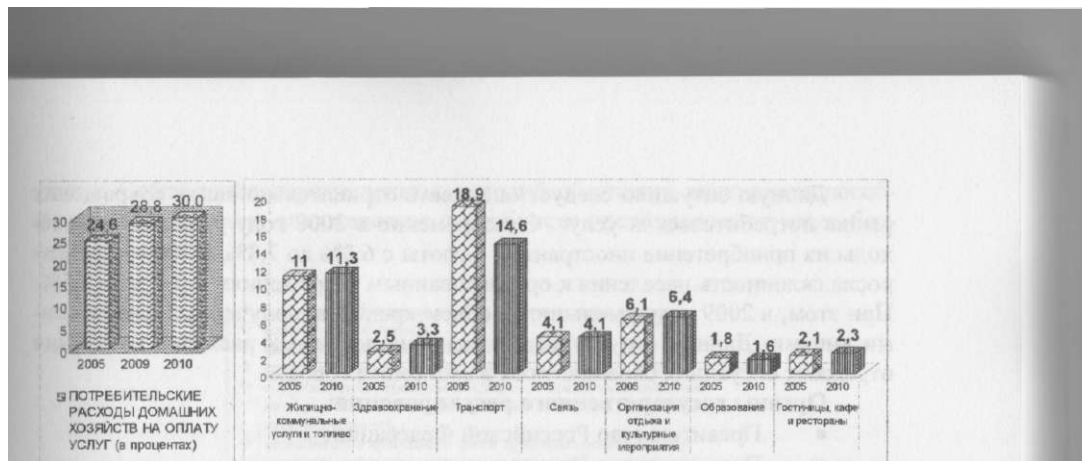


Рисунок 2.33 - Динамика потребления услуг, в т.ч. по видам в Красноярском крае [90]

В то же время, доля расходов на оплату услуг в анализируемом периоде в Красноярском крае больше, чем в СФО и России. Так, по состоянию на 2010 год — на 4,4% и 3,3% соответственно. При этом в период 2005-2009 гг. на рассматриваемых территориях наблюдается тенденция к росту по исследуемому показателю, однако, к 2010 году в целом по России зафиксирована тенденция незначительного снижения расходов на оплату услуг - на 0,1%. Имеет с тем, в период 2006-2009 гг. в г. Красноярске наблюдается тенденция снижения доли расходов населения на оплату услуг (рис. 2.34).

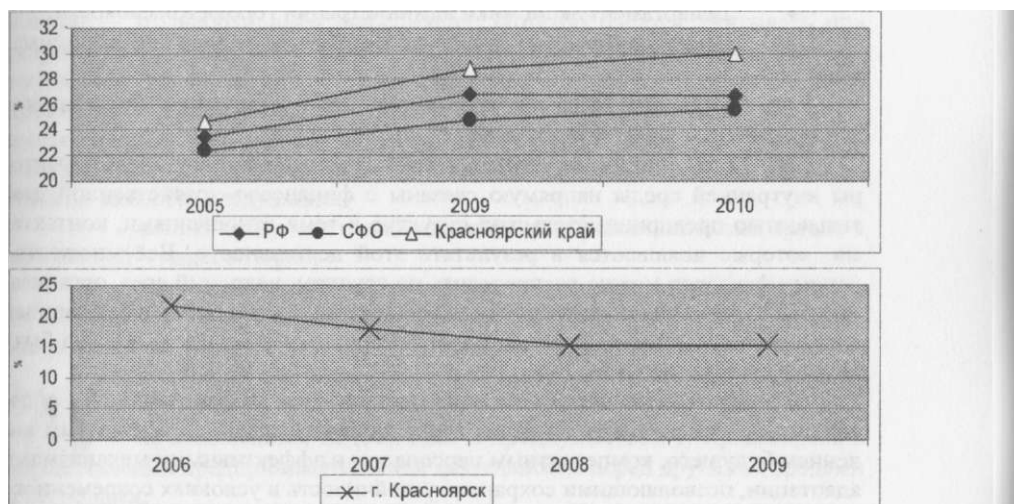


Рисунок 2.34 - Потребительские расходы домашних хозяйств на оплату услуг [90, 9]

Данную ситуацию следует оценивать отрицательно ввиду сокращения рынка потребительских услуг. Одновременно в 2008 году увеличились расходы на приобретение иностранной валюты с 6,8% до 7,8%. в 2009 году возросла склонность населения к организованным сбережениям с 0,7% до 2,5%. При этом, в 2009 году уменьшился объем кредитов, полученных физическими лицами. Данные структурные изменения денежных расходов населения отражают ситуацию, сложившуюся в экономике города.

Органы государственного регулирования:

- Правительство Российской Федерации;
- Правительство Красноярского края;
- Министерства:
 - жилищно-коммунального хозяйства Красноярского края;
 - здравоохранения Красноярского края;
 - инвестиций и инноваций Красноярского края;
 - информатизации и связи Красноярского края;
 - культуры Красноярского края;
 - образования и науки Красноярского края;
 - транспорта и связи Красноярского края;
 - социальной политики Красноярского края;
 - спорта, туризма и молодежной политики Красноярского края;
 - строительства и архитектуры Красноярского края;
 - Региональная энергетическая комиссия Красноярского края;
 - Департамент экономики администрации города Красноярска;
 - Гарантийный фонд поддержки малого и среднего предпринимательства;

- Краевое государственное бюджетное учреждение «Центр занятости населения г. Красноярска» и др.

III ЭТАП — обзор внутренней предпринимательской среды. Факторы внутренней среды напрямую связаны с финансово-хозяйственной деятельностью предпринимательских структур и теми отношениями, контактами, которые появляются в результате этой деятельности. Всё множество данных факторов можно распределить по группам: кадровый срез, организационный срез, маркетинговый срез, финансовый срез, производственный срез, организационная культура. Далее обзорно отметим, какой должна быть ПС, так сказать, изнутри.

Конкурентоспособная компания сегодня — это эффективная ПС, обладающая ясным пониманием своих стратегических целей, определенным видением будущего, компетентным персоналом и эффективными механизмами адаптации, позволяющими сохранить устойчивость в условиях современного рынка, характеризуемого высоким уровнем неопределенности и повышенными рисками (рис. 2.35).

На рисунке 2.35 представлены 2 группы факторов внутренней предпринимательской среды: внутренние компетенции и динамические способ-

ности. Соблюдение перечисленных условий обеспечит конкурентоспособность ПС. И именно динамические способности предопределяют успех бизнеса сегодня.

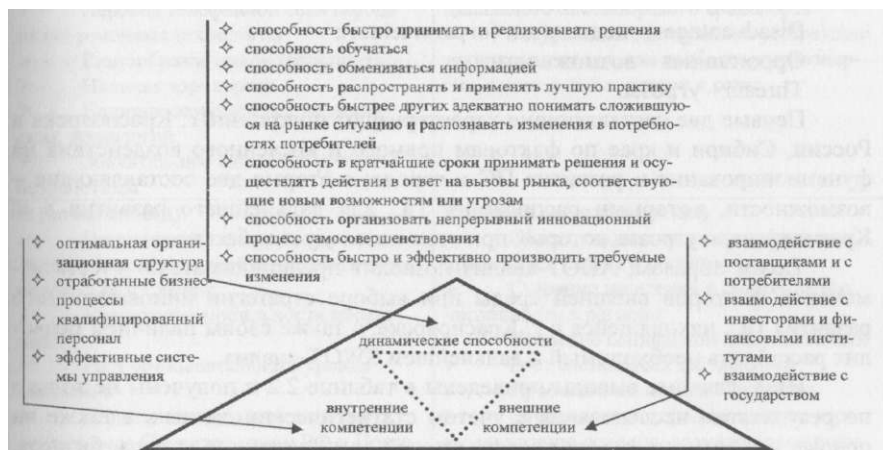


Рисунок 2.35 - Конкурентоспособная ПС [67]

Результаты проведенного исследования среды обитания ПС в г. Красноярске — это необходимая информация, которую следует учитывать при разработке стратегии инновационного развития ПС. В качестве метода стратегического планирования, как правило, используется SWOT-анализ. Однако проведенное исследование, по сути, представляет собой некий анализ, предшествующий SWOT-анализу, и сейчас он на завершающем этапе — систематизация полученных результатов. Характерными особенностями данного анализа являются следующие:

анализ коснулся только внешней предпринимательской среды, а внутренней — лишь обзорно;

внешняя предпринимательская среда проанализирована не только по г. Красноярску, но и в региональном разрезе и в разрезе городов-миллионников.

В связи с этим все полученные результаты целесообразно распределить:

- по выявленным недостаткам и преимуществам г. Красноярска в осуществлении предпринимательской деятельности перед другими городами и регионами;
- по выявленным угрозам и возможностям для развития предпринимательства в г. Красноярске.

На основе данного подхода рекомендуется полученные результаты систематизировать в таблицу, которая будет схожа со SWOT-матрицей, одна-

ко, ее содержание - не стратегии, а необходимый для ее выбора перечень преимуществ и недостатков, возможностей и угроз. В этом отношении предлагается сформулировать проведенное исследование как ADOT-анализ, где:

Advantages - преимущества;

Disadvantages - недостатки (ограничения);

Opportunities - возможности;

Threats - угрозы.

Первые две составляющие характеризуют положение г. Красноярска в России, Сибири и крае по факторам прямого и косвенного воздействия на функционирование и развитие ПС в городе; а вторые две составляющие — возможности, которыми располагают ПС для дальнейшего развития в г. Красноярске, и угрозы, которых при этом им следует избегать.

Таким образом, ADOT-анализ позволит предпринимателю учесть изменение факторов внешней среды при выборе стратегии инновационного развития ПС, находящейся в г. Красноярске, а также своим наличием позволит расширить необходимый в дальнейшем SWOT-анализ.

Итак, главные выводы приведены в таблице 2.2 и получены не только по результатам исследования с учетом статистических данных, а также на основе экспертного опроса представителей администрации города, бизнеса, политиков и экспертов в различных сферах жизнедеятельности города.

Таблица 2.2 - ADOT-анализ по г. Красноярску на 2010 год

А (преимущества)	В (недостатки и ограничения)
> Высокий профессиональный, образовательный и культурный уровень жителей города	> Отток работоспособного и образованного населения за пределы города, региона
> Относительно низкая социальная конфликтность населения	> Относительно высокий уровень заболеваемости
> Высокая мобильность населения	У Отсутствие эффективных механизмов оценки социальных технологий и услуг
> Рост численности населения	>• Ограничение доступности услуг для социально незащищенных слоев населения
> Развитые культурно-досуговые потребности населения и возможности их удовлетворения	> Низкий уровень общественной безопасности
> Сравнительно высокий уровень жизни населения	> Низкий уровень экологической культуры населения
> Развитая система подготовки кадров	У Сравнительно высокий уровень инфляции
>• Успешно работающая система социальной поддержки населения	> Медленная реструктуризация предприятий промышленности
> Многоотраслевая структура экономики	г Неразвитость финансового рынка и инфраструктуры бизнеса
Емкий потребительский рынок и относительно высокий уровень доходов населения	> Сокращение числа научных организаций
> Накопленный фонд инноваций	> Технологическая отсталость и снижение уровня инновационной активности
<u>У Укрупнение научных и исследова-</u>	<u>> Высокий износ городских инженер-</u>

<p>тельских организаций научным персоналом</p> <ul style="list-style-type: none"> У Рост внутренних затрат на научные исследования и разработки У Перевод телефонной сети города на современные технологии У Разнообразие видов транспорта У Наличие аэропортов У Наличие современных медицинских технологий У Значительное снижение уровня безработицы 	<p>ных коммуникаций</p> <ul style="list-style-type: none"> У Обеспеченность жильем ниже социальной нормы У Нехватка подвижного состава муниципального пассажирского транспорта У Ресурсоемкие и морально устаревшие технологии получения тепла и электроэнергии, высокие теплопотери в сетях
<p>О (возможности)</p> <ul style="list-style-type: none"> У Пополнение населения города молодежью, приезжающей из районов и городов края и Сибири У Увеличение мобильности населения У Рост образовательного уровня населения У Политика экономического роста, реализуемая Правительством РФ и Правительством края У Социальное реформирование, осуществляемое на федеральном и краевом уровнях У Политическая стабильность - Привлечение кредитов Мирового банка развития и Европейского банка реконструкции и развития под общественные проекты У Улучшение правовой и институциональной среды, благоприятные условия для внешних и внутренних инвестиций У Использование научного потенциала для создания наукоемких производств У Экономическое сотрудничество с Красноярским краем и крупными корпорациями в масштабных инвестиционных проектах У Увеличение спроса на туристические услуги У Строительство современного спортивно-туристического комплекса У Распространение сети Интернет 	<p>Т (угрозы и факторы риска)</p> <ul style="list-style-type: none"> У Общее ухудшение демографических процессов в стране и регионе > Старение населения и снижение его численности в регионе У Усиление социальной конфликтности У Рост социальных заболеваний У Проблемы адаптации мигрантов У Отставание от городов-лидеров страны по уровню доходов, возможностям получения образования и трудоустройства У Рост конкуренции на российском и межрегиональных рынках У Усиление конкурентных позиций близлежащих городов: Новосибирск, Омск, Томск, Кемерово У Нестабильное финансирование федеральных и краевых программ У Предпринимательский риск вследствие отголосков мирового финансового кризиса

Если внимательно посмотреть на российские ПС, то мы обнаружим, что их реакция на происходящие события, как правило, существенно запаздывает, решения могут не приниматься в течение нескольких лет, даже принятые решения не исполняются, либо исполняются неэффективно. Такие

компания не только выживают, но даже создается ложное впечатление, что они успешно развиваются. В действительности, они еще просто не столкнулись с реальной и конкретной конкуренцией. Подавляющее большинство российских ПС катастрофически проигрывает лидерам рынка в динамических способностях. [67]

В условиях изменения факторов внешней и внутренней предпринимательской среды, проанализированных выше по Красноярскому краю на 2010 год, сформировались экономико-организационные проблемы развития ПС.

Проблемы, связанные с неблагоприятным воздействием факторов внешней предпринимательской среды, представлены на рис. 2.36.

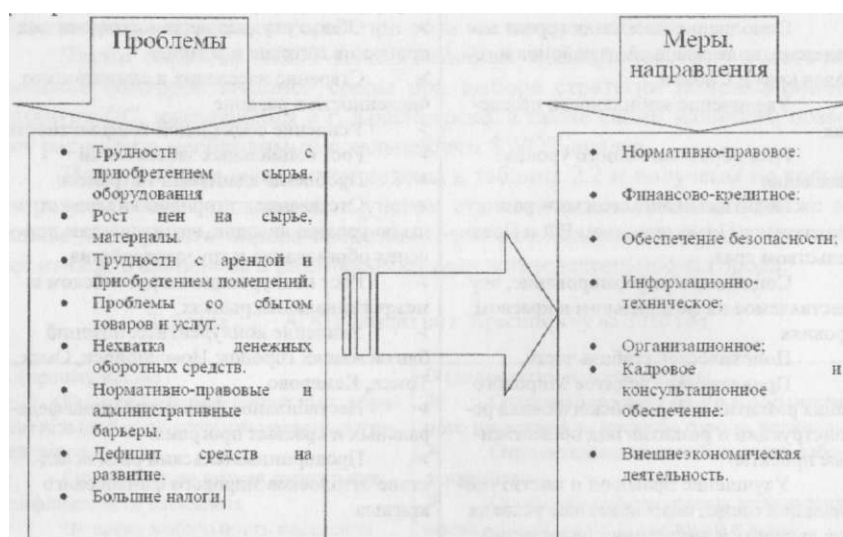


Рисунок 2.36 - Экономико-организационные проблемы ПС как фактор формирования комплекса мер по устойчивому развитию ПС [67]

Представленный перечень проблем неполный, его следует продолжить:

- отсутствие достаточного внутреннего потребительского спроса на отечественную продукцию (в том числе спроса государства). По данным опроса около 36% всех опрошенных руководителей и менеджеров отметили снижение спроса на внутреннем рынке;
- нехватка инвестиций в реальный сектор;
- проблема получения кредитных средств, в особенности это касается малого предпринимательства. По данным опросов около 30% предприятий имеют трудности в привлечении краткосрочных кредитов;
- нехватка оборотных активов и их низкая оборачиваемость;

- низкий уровень профессиональной подготовки работников предприятия, не соответствующий современным рыночным условиям функционирования экономики. Так по данным опроса, более 100 руководителей и менеджеров различных предприятий, приведенным в Специальном приложении к журналу «Эксперт», одной из основных проблем около 46% опрошенных назвали недостаточную компетентность менеджеров, около 19% отметили недостаточный уровень квалификации работников;
- общий низкий технический уровень и низкая технологическая оснащенность в сочетании со значительным инновационным потенциалом;
- низкий управленческий уровень, недостаток знаний, опыта и культуры рыночных отношений;
- неразвитость системы самоорганизации и инфраструктуры поддержки малого предпринимательства;
- работа при отсутствии полной и достоверной информации о состоянии и конъюнктуре рынка, неразвитость систем информационных, консультационных и обучающих услуг.

Проблемы, связанные с неблагоприятным воздействием факторов внутренней предпринимательской среды:

1. Недостаточная ориентация предприятий на потребности рынка и отсутствие стратегии развития;
2. Недостаточная загрузка производственных мощностей;
3. Неэффективные структуры;
4. Отсутствие у руководителей необходимых знаний, опыта для успешной работы в рыночных условиях;
5. Недостаток квалифицированных менеджеров, устаревшие принципы управления;
6. Отсутствие информационной системы управления. [67]

Помимо выявленных проблем развития ПС в условиях изменения факторов внешней и внутренней среды, также можно выделить основные тенденции и закономерности их развития.

2.2. Основные тенденции и закономерности развития предпринимательства в сфере услуг в России, Красноярском крае и г. Красноярске

Природа сферы услуг, особенности, отличающие сервисную деятельность от материального производства, обуславливают специфику рынка услуг, который может рассматриваться в единстве с товарным рынком как одна из его разновидностей, подчиняющаяся общим законам рыночной экономики. Сфера услуг является составной частью народнохозяйственного комплекса, участвующей в общей системе социально-экономических отношений.

Взаимосвязь экономического роста и повышения роли услуг в национальной экономике является важной закономерностью развития экономики.

Современное социально-экономическое развитие России и ее регионов обусловлено тем, что сфера услуг становится одним из наиболее обширных секторов формирования рыночных отношений. Сфера услуг связана с областями общественной жизни и является важным источником мобилизации национального роста, повышения качества и уровня жизни населения. Отрасли, оказывающие услуги, превращаются в доминирующий сектор национального хозяйства по производству валового внутреннего продукта и численности занятых, что позволяет аналитикам говорить о тенденции «сервизации» национальной экономики.

Уровень развития сферы услуг можно рассматривать как показатель социального и экономического развития регионов, а также как важнейшее условие обеспечения качества жизни населения.

Современное общество становится в определенном смысле «сервисным», и экономика из «индустриальной» преобразовывается в «сервисную». В отличие от «индустриальной» экономики с преобладанием продукции в натурально-вещественной форме, массовым производством товаров и высоким уровнем материальных затрат «сервисная» экономика приобретает ярко выраженный социально-ориентированный характер.

Сервисная экономика формируется и развивается на основе принципов:

- единства социально-ориентированной экономики и политики;
- разграничения и интеграции элементов социально-ориентированной экономики на всех уровнях;
- системного анализа с использованием источников и факторов социально-экономического роста;
- формирования и развития социального партнерства между субъектами труда, капитала и политики.

Развиваясь, сервисная экономика выполняет ряд важных функций:

- мониторинга и обратной связи с клиентами;
- удовлетворения специфических потребностей клиентов путем постоянного улучшения качества услуг;
- использования технологии как конкурентного преимущества;
- обеспечения гибкости менеджмента, учитывающего, с одной стороны, движения к определенной однородности вкусов, с другой - их индивидуализацию;
- стратегического планирования с учетом семи элементов маркетинга (сервисный товар, цена, методы распространения и стимулирования, участники, физическое окружение, процесс) [76].

«Сервизация» страны обеспечивает развитие социальной экономики по следующим основным причинам [17]:

1. Сервисная деятельность с каждым годом вносит все больший вклад в экономику страны. Не случайно государство все чаще возвращается к рас-

смотрению деятельности малых и средних предприятий и экономической поддержке их.

2. В качестве субъектов сервисной деятельности выступают предприятия различных структур и организационно-правовых форм (специализированные предприятия, бюро, конторы, учреждения, организации), деятельность которых направлена на создание и реализацию общественных потребностей всевозможных услуг.

3. Деятельность субъектов сервиса основывается на принципах рыночного обмена и строго подчиняется регламентациям правового и административно-хозяйственного характера.

4. Бизнес в сфере услуг осуществляется на коммерческой основе, реализуя задачи достижения высокой производительности труда, снижение себестоимости и конкурентоспособности услуг.

5. Сервисная деятельность представлена в объективных стоимостных показателях экономического развития страны в национальном доходе и валовом внутреннем продукте.

В условиях коренного преобразования экономического базиса общества на первый план выдвигается проблема реального улучшения и подъема благосостояния людей. Доходы населения характеризуют отношения в обществе по уровню присвоения, использования, распределения и перераспределения создаваемого продукта между населением и его отдельными группами.

Хотя рынок услуг имеет много общего с рынком товаров, у него существует своя специфика, обусловленная особой природой услуг, их неосязательностью, невозможностью хранения и транспортировки, одновременно предоставления и потребления, высокой степенью индивидуализации и другими особенностями. Рынок услуг еще более сегментирован, чем рынок товаров, то есть в большей степени ориентирован на определенные группы потребителей.

Одной из особенностей социально-экономических преобразований, происходящих в России в последнее десятилетие, является форсированное развитие сферы услуг, в т.ч. инновационно-ориентированных. Становление рыночных отношений привело к значительному увеличению числа предпринимателей, фирм и организаций, занимающихся обслуживанием. С момента ликвидации централизованного регулирования хозяйствования в ряде регионов число физических и юридических лиц, выполняющих различные услуги, выросло в десятки раз. Повышенное внимание предпринимательских кругов к экономике услуг может быть объяснено как высокой доходностью многих их видов, так и «ликвидностью» услуг, которые потребляются в момент их производства. Данные обстоятельства обуславливают сохраняющийся интерес ко многим направлениям услуг даже в период продолжающегося масштабного финансово-экономического кризиса.

В эпоху инноваций содержание сферы услуг существенно трансформируется. Возрастает роль инновационно-ориентированных услуг.

Для систематизации оценки основных закономерностей этого рынка используем классификацию ОКУН (Общероссийский классификатор услуг населению). [78] Классификатор включает следующие группы:

- 01 - бытовые услуги;
- 02 - услуги пассажирского транспорта;
- 03 - услуги **СВЯЗИ**;
- 04 - жилищно-коммунальные услуги;
- 05 - услуги учреждений культуры;
- 06 - туристские и экскурсионные услуги;
- 07 - услуги физической культуры и спорта;
- 08 - медицинские услуги, санаторно-оздоровительные услуги, ветеринарные услуги;
- 09 —услуги правового характера;
- 10 —услуги банков;
- 11 —услуги в системе образования;
- 12 —услуги торговли и общественного питания, услуги рынков;
- 80 — прочие услуги населению.

Состояние сферы услуг в России следует характеризовать как неоднозначное и противоречивое. Это можно объяснить наложением обстоятельств, определенных спецификой командной экономики, на явления, порожденные трансформационными процессами, присущими современной России.

Таблица 2.3 - Темпы роста основных социально-экономических показателей РФ (стоимостные показатели в сопоставимых ценах, в % к предыдущему году) [91]

Наименование показателя	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Средний темп прироста, %
<i>Валовой внутренний продукт</i>	106,4	108,2	108,5	105,2	92,2	104,0	4,08
<i>Оборот розничной торговли</i>	112,8	114,1	116,1	113,6	94,9	106,3	9,6
<i>Платные услуги населению</i>	106,3	107,6	107,7	104,3	97,5	101,5	4,15
<i>Промышленное производство</i>	105,1	106,3	106,8	100,6	90,7	108,2	2,95
<i>Продукция сельского хозяйства</i>	101,6	103,0	103,3	110,8	101,4	88,7	1,47

Рост активности в сфере платных услуг населению страны носит стабильный характер. Среднегодовой показатель роста услуг в последние годы превышает промышленное производство и составляет 4,15%. Данные анализа являются доказательством более быстрого развития сферы услуг по сравнению с экономикой страны в целом. Такому положению способствовала активизация инвестиционной деятельности в сфере услуг.

Рынок платных услуг представляет собой самую динамичную часть потребительского рынка как в России, так и в мировой экономике. Суммарная доля услуг в валовом внутреннем продукте ведущих зарубежных стран составляет 70-76%, количество работников отраслей сферы услуг в общей численности занятых 66-76%. В экономике России к настоящему времени доля сферы услуг в ВВП приближается к 50% (табл. 2.3). [42] Динамика потребления платных услуг в регионах зависит от определенных факторов:

- различия природной среды и ресурсного потенциала;
- степени развитости материального производства и инфраструктуры;
- наличия ускорителей экономического развития;
- политической обстановки и административно-правового регулирования;
- социально-демографического положения;
- уровня жизни в регионе;
- культурных ценностей и потребительского поведения.

На динамику объемов услуг, влияет ценовой фактор, который определяется индексами потребительских цен (тарифов) на услуги. Последнее десятилетие рост цен на услуги населению значительно опережал темпы роста цен на продовольственные и непродовольственные товары. В основном это обусловлено более высокой инфляцией в сфере услуг, особенно в той ее части, где цены регулируются органами исполнительной власти (коммунальные услуги, отдельные виды транспортных услуг).

Сфера услуг, как и другие отрасли экономики, проходит определенные стадии развития в процессе перехода от индустриального общества к постиндустриальному. Так, на первом этапе происходит экспансия услуг транспорта и общественных услуг, связанных с движением товаров, за счет развития промышленности. Второй этап ввиду роста потребностей населения характеризуется дополнительным ростом торговли, финансов, операций с недвижимостью и страхованием. И наконец, на третьем этапе по мере роста национального дохода наблюдается снижение доли расходов на питание с одновременным увеличением трат на приобретение товаров длительного пользования, а также на получение различных услуг. [40] Россия в этом отношении не является исключением и здесь также могут быть выделены описанные выше стадии роста. В частности, в нашей стране с развитием рыночных экономических отношений, увеличением предпринимательской активности и изменением качества жизни населения произошли существенные реформации на рынке потребительских товаров и услуг.

В подтверждение вышесказанному отметим, что с начала XX в. у населения России постепенно снижается относительный спрос на продукты питания и товары первой необходимости. Если в 2000 г. доля расходов на продукты питания составляла порядка 40%, то через десять лет этот же показатель приблизился уже к 30%. В то же время все большую долю в расходах начинают занимать платные услуги, оказываемые населению.

Рассмотрим изменение структуры расходов населения на платные услуги по годам в среднем по стране (рисунок 3). При этом обратим особое

внимание на докризисный период (до 2008 г.), последующий за ним кризис и его последствия (2008—2010 гг.).

С 2003-го (включая и более ранние периоды) по 2008 г. Наблюдается стойкая тенденция по снижению доли расходов на товары и услуги первой необходимости. Если к ним отнести продукты питания, одежду, обувь и коммунальные услуги, то суммарно к 2003 г. они составляли 61%, а в более ранние периоды этот показатель был еще выше. Однако к 2008 г. потребность населения по этим статьям упала ниже порога в 50%. В то же время выросли расходы на транспорт, здравоохранение, связь.

Структура платных услуг, оказываемых населению, по ряду из них существенно различается по округам. В Красноярском крае доля расходов на такие виды услуг, как здравоохранение, образование, общественное питание и пр., практически не отличается от среднероссийских значений. Как ни странно, но более суровые сибирские климатические условия никак не проявляются в структуре платных расходов населения, живущего в регионе. Здесь даже наоборот доля расходов на ЖКУ и топливо ниже, чем в среднем по стране. Одновременно с этим доля расходов населения на транспорт в отдаленном от федерального центра Красноярском крае в 2008 г. значительно превышала (в относительных единицах) средний по стране показатель - 18,4 против среднего значения в 15,5%. Также жители региона больше средств из своего бюджета выделяют на связь, что вполне логично, и меньше средств на отдых, культуру и бытовые услуги, так как данные сферы здесь гораздо меньше развиты, чем в европейской части.

Начиная со второй половины 2008 г. в силу понятных экономических причин рынок потребительских товаров и услуг достаточно резко меняется. Наиболее заметны изменения в расходах на продукты питания, доля которых вновь начинает расти, чего не наблюдалось, по крайней мере, около восьми лет. Падение спроса также отмечается в отношении услуг транспорта и услуг по организации отдыха. Эти сферы оказались наиболее зависимыми от кризисных явлений. Наоборот же, устойчивость по отношению кризису проявили такие подотрасли, как образование, связь, здравоохранение, которые занимают в расходах населения небольшую, но стабильную долю. Таким образом, в ответ на внешние возмущения произошла структурная перестройка рынка потребительских товаров и платных услуг, характеризующаяся смещением спроса в сектор первоочередных потребностей.

Общий объем оказанных услуг

Рынок платных услуг в России в последнее десятилетие развивается ускоренными темпами. Причем, если в других экономических отраслях размер выручки предприятий увеличивается зачастую только вследствие роста цен, то расширение рынка платных услуг связывается в основном с ростом их количества в натуральных единицах (рис. 2.37).

В Красноярском крае в среднем увеличение физических объемов всех платных услуг населению в докризисный период происходило не менее чем на восемь процентов ежегодно. А объемы предоставления отдельных услуг

росли с 2000 по 2008 года еще быстрее - в среднем не менее чем на двадцать пять процентов ежегодно. Тогда как тот же показатель, например, в промышленности региона не превышал в среднем пяти процентов в год, а в сельском хозяйстве рост физического объема продукции практически совсем не наблюдается.

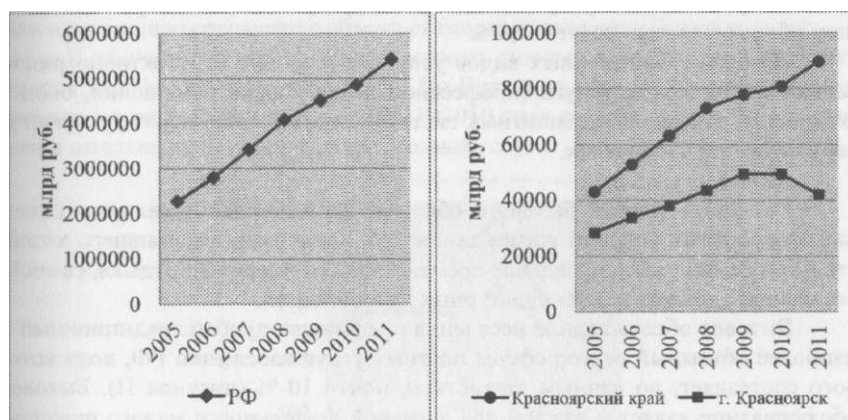


Рисунок 2.37 - Объем платных услуг населению. [90]

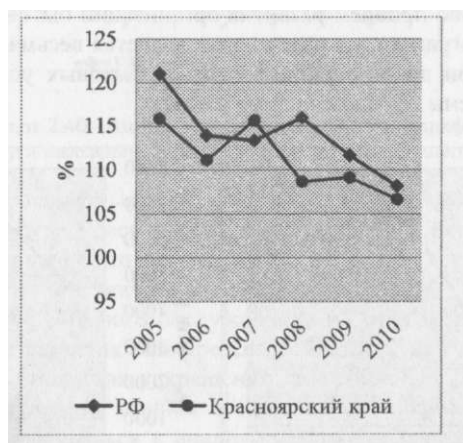


Рисунок 2.38 - Индексы потребительских цен (тарифов) на все виды платных услуг населению (декабрь к декабрю предыдущего года) [82, 53]

Аналитические данные (рис. 2.38) позволяют сделать вывод о том, что ценовой фактор все меньше влияет на динамику объема платных услуг насе-

нению Данное обстоятельство подтверждается и тем, что доля расходов на оплату различных услуг в структуре потребительских расходов населения возросла с 13,8% в 2006 г. до 25,5% в 2010 г. [91]

В Красноярске среди всех видов платных услуг преобладают жилищно-коммунальные услуги (29,4% от общего объема услуг), услуги связи (25,7%), транспортные услуги (16,6%), доля услуг бытового характера в общем объеме платных услуг - 7,8%.

Помимо традиционных видов услуг в последние годы активно развиваются клининговые услуги (профессиональная уборка помещений, окон и фасадов, установка грязезащитных систем), дизайнерские услуги, услуги гувернанток, нянь и сиделок.

Бытовые услуги

Основной задачей бытового обслуживания населения является создание комфортных условий жизни за счет рационализации домашнего хозяйства, тем самым, высвобождение времени для других целей: отдыха, самообразования, удовлетворения культурных потребностей.

Бытовое обслуживание населения представляет собой традиционный и наиболее объемный сектор сферы платных услуг населению РФ, доля которого составляет, по данным статистики, почти 10 % (рисунок И). Бытовое обслуживание является сферой для активной деятельности малого предпринимательства. Краевая целевая программа «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае» на 2008-2010 гг. способствует решению проблем развития организаций бытового обслуживания. [3] Принятие программы, на наш взгляд, является весьма актуальным решением, так как при анализе развития рынка бытовых услуг Красноярского края были выявлены проблемы его развития.

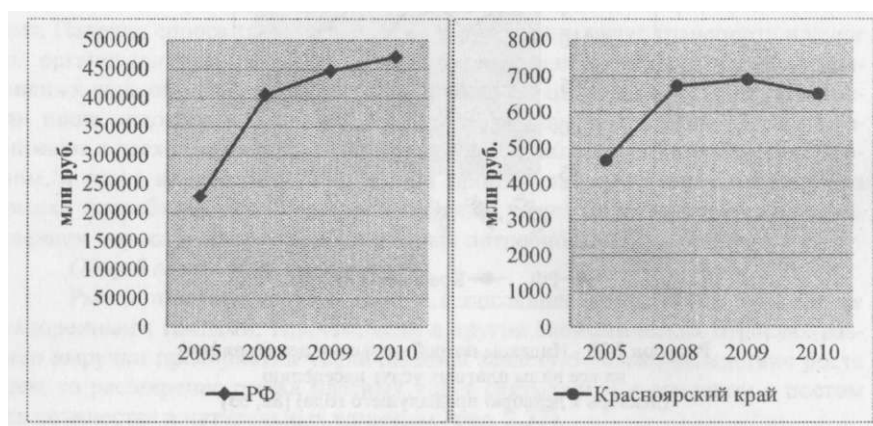


Рисунок 2.39 - Объем бытовых услуг населению [82]

Статистический анализ динамики развития рынка бытовых услуг показал рост объемов бытовых услуг как в целом по стране, так и по Красноярскому краю за период с 2005 по 2008 гг. В этот период объем бытовых услуг увеличился в России почти в 1,8 раза, в Красноярском крае - в 1,4 раза (рис. 2.39)

В посткризисный период рост рынка бытовых услуг Красноярского края значительно замедлился по сравнению с показателями по РФ. А в 2010 году и вовсе произошло сокращение объема оказанных населению бытовых услуг.

В последние года в РФ происходит значительное снижение общего уровня тарифов на бытовые услуги. По Красноярскому краю эта тенденция гораздо менее выражена (рис. 2.40). В 2010 году в регионе отмечается даже незначительный рост тарифов на бытовые услуги.



Рисунок 2.40 - Индексы потребительских цен (тарифов) на бытовые услуги населению (декабрь к декабрю предыдущего года) [82,53]

Оценивая динамику рынка бытовых услуг за 2005-2010 гг. можно сделать вывод о том, что в Красноярском крае отмечается неустойчивое развитие рынка с тенденцией к снижению, в отличие от общероссийской тенденции устойчивого хотя и незначительного роста (рис. 2.39) .

Развитие услуг бытового обслуживания во многом зависит от уровня жизни населения и развития конкуренции. Несмотря на рост доходов населения, отмечается тенденция сокращения доли бытовых услуг в структуре платных услуг населению, причем в Красноярском крае более быстрыми темпами. [97] Если вернуться к анализу структуры расходов населения на платные услуги в разрезе Красноярского края, то можно отметить снижение доли расходов на бытовые услуги.

Бытовые услуги по частоте обращения к ним относятся к числу периодических и эпизодических, но по значимости в жизни каждого без исключения домохозяйства занимают одно из важнейших мест. Их потребление зависит не только от уровня материального достатка, но и от региона проживания.

Процесс «свертывания» сферы бытового обслуживания протекает неравномерно по различным видам услуг. Уменьшение числа организаций, оказывающих услуги санитарно-гигиенического характера, можно объяснить повышением комфортабельности жилища, тогда как «вымывание» услуг по ремонту одежды и обуви отражает не столько изменения в структуре потребностей, сколько доходные ограничения. Не в последнюю очередь это связано с еще достаточно высоким уровнем цен на бытовые услуги. На этом фоне опережающими темпами росло потребление таких видов услуг, как ремонт автотранспортных средств, строительство жилья и посреднические услуги в сделках с недвижимостью, спрос на которые предъявляют преимущественно высокодоходные слои населения.

В Красноярске помимо традиционных бытовых услуг активно развивается рынок по профессиональной уборке недвижимости (клининговые услуги). Опережающими темпами развивается рынок ремонтно-строительных, автосервисных услуг. Востребованы населением услуги по изготовлению и установке окон, дверей, жалюзи, штор, предметов декоративного оформления интерьеров и других видов деятельности, связанных с ремонтом и эстетическим оформлением помещений.

Положительная устойчивая динамика характерна для таких видов деятельности, как услуги салонов красоты, парикмахерских, соляриев, саун, техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств, услуги автомоек. Эта тенденция обусловлена благоприятными демографическими изменениями и ростом объемов продаж транспортных средств.

Таким образом, анализ регионального рынка бытовых услуг Красноярского края позволил выявить следующие тенденции его развития: снижение абсолютных показателей объема оказанных бытовых услуг, что является негативной тенденцией. Уменьшается доля бытовых услуг в общем объеме платных услуг, снижается спрос на определенные виды услуг, что является следствием минувшего кризиса. Поэтому в настоящее время большое значение имеет инновационное развитие сферы бытового обслуживания населения. Более совершенная организация функционирования бытовых предприятий будет способствовать росту рынка услуг на территории края, увеличению обеспеченности населения качественными услугами, и, как следствие, повышению уровня и качества жизни населения. Развитие рынка бытовых услуг обеспечит инвестиционную активность в данной сфере, создание новых рабочих мест и рост валового регионального продукта.

Транспортные услуги

Транспортные услуги играют особую роль с точки зрения возможности удовлетворения самых разных социально-бытовых и культурно-досуговых потребностей. С одной стороны, именно пассажирский транспорт обеспечивает большинству населения и доступность потребления прочих видов услуг социально-бытовой инфраструктуры, учреждений культуры и досуга, туристическую и экскурсионную мобильность и в первую очередь перемещение к месту работы.

Анализ объема оказанных транспортных услуг показал рост показателя по РФ и Красноярскому краю в период с 2005 по 2008 гг. (рис. 2.41) Однако в последние 2-3 года объем транспортных услуг в России стал расти гораздо более медленными темпами (в период с 2005 по 2008 годы показатель вырос в 1,8 раз по РФ и в 1,7 раз по Красноярскому краю, с 2008 по 2010 годы - в 1,1 раз по РФ), а в рамках Красноярского края и вовсе наблюдается серьезное снижение данного показателя (с 2008 по 2010 годы показатель снизился почти в 1,2 раза).

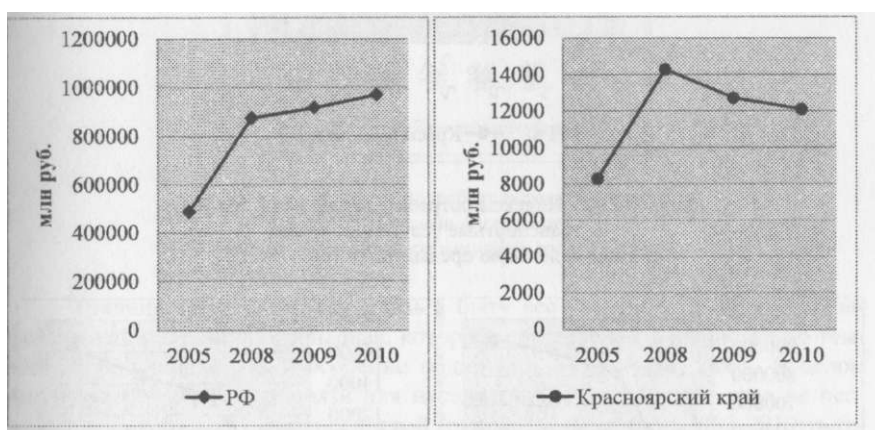
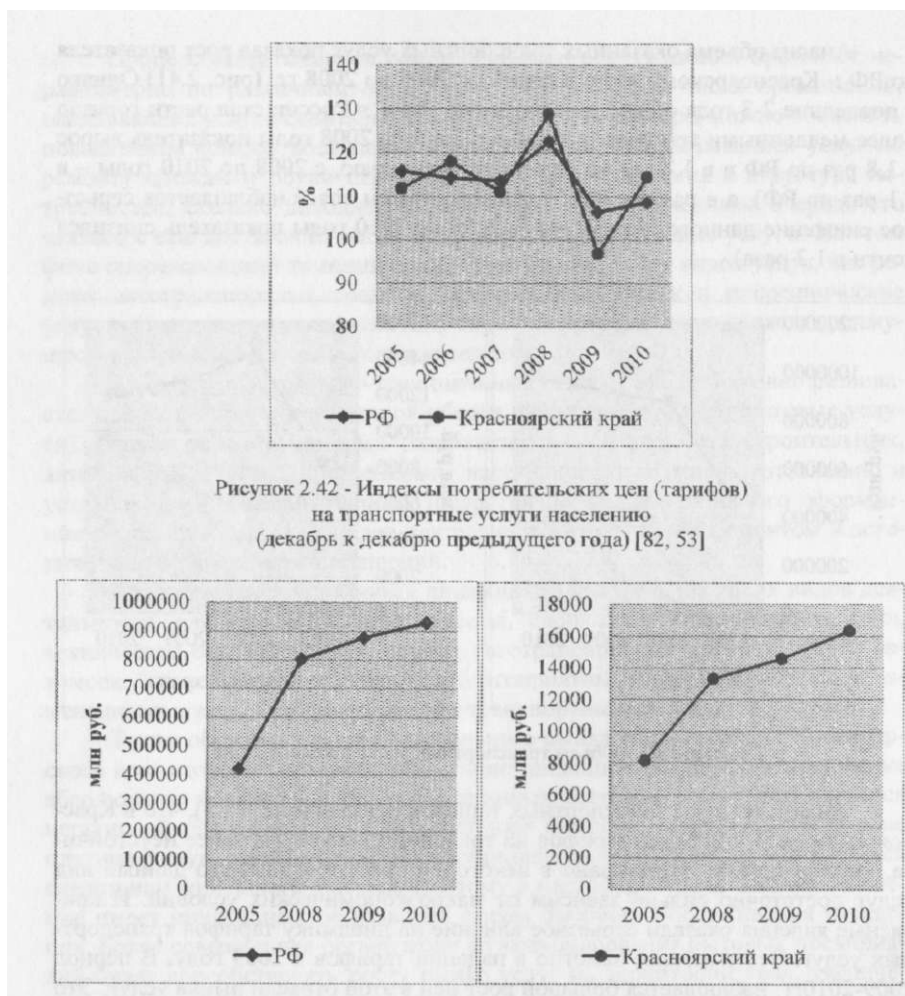


Рисунок 2.41 - Объем транспортных услуг населению [82]

Анализ индекса транспортных тарифов показал (рис. 2.42), что в Красноярском крае динамика тарифов на транспортные услуги более неустойчива, нежели по РФ. Это связано в некоторой степени с тем, что данный вид услуг достаточно сильно зависит от макроэкономических условий. И кризисные явления оказали серьезное влияние на динамику тарифов транспортных услуг. Это наиболее заметно в падении тарифов в 2009 году. В период 2009-2010 гг. наблюдается большой рост цен в этой отрасли рынка услуг. Это в достаточной мере повлияло на объем оказанных населению услуг, что привело к тому, что в отличие от общероссийской тенденции медленного роста данного показателя, в Красноярском крае наблюдается тенденция падения объемов транспортных услуг. Но несмотря на это, доля расходов на транспортные услуги в Красноярском крае превышает общероссийское значение этого показателя.

Услуги связи

Услуги связи на сегодня являются одним из наиболее динамично развивающихся секторов среди отраслей сферы. За 2005-2008 гг. объем платных услуг связи увеличился в 1,9 раз по РФ и в 1,6 раз по Красноярскому краю (рис. 2.43).



Так, в 2009 г., когда для многих прочих видов услуг была характерна отрицательная динамика, объем услуг связи возрос как в общероссийских масштабах, так и в рамках Красноярского края. В итоге, в период 2008-2010гг. объемы оказанных населению услуг связи выросли в 1,2 раза по РФ и по Красноярскому краю. Причем, как ни в одном другом виде услуг, в этом секторе наблюдается изменение структуры потребностей и динамики платежеспособного спроса под влиянием НТП.

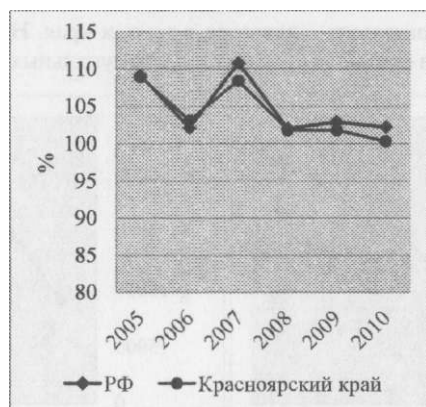


Рисунок 2.44 - Индексы потребительских цен (тарифов)
на услуги связи населению
(декабрь к декабрю предыдущего года) [82, 53]

Традиционную почтовую связь в быту все увереннее вытесняет телефонная как местная стационарная, которой принадлежит первенство по темпам роста тарифов, так и особенно подвижная (мобильная) связь. В целом динамика цен на услуги связи для населения в Красноярском крае не особенно отличается от общероссийской (рис. 2.44). В период 2008-2010гг. тарифы на услуги связи в общем незначительно увеличились по России, а в рамках региона наблюдается снижение цен на данный вид услуг. Это связано с высоким уровнем конкуренции в этой отрасли и интенсивным ростом технической оснащенности.

Жилищно-коммунальные услуги

Жилищно-коммунальная услуга принадлежит к одной из числа так называемых обязательных услуг. Ее особенность — высокая доля постоянной составляющей, связанной с удовлетворением потребностей в жизнеобеспечении, малозависящая от личных предпочтений и слабоэластичная по денежным доходам. Дифференцирующим фактором является предложение услуг, которое определяется территориальными различиями в степени развития ЖКХ в отдельных субъектах Федерации, а также в городе и сельской местности.

Физический объем вышеназванных услуг увеличивается в основном за счет роста тарифов, а качественные изменения - появление новых, высокотехнологичных видов услуг - инициируются платежеспособным спросом преимущественно высокодоходных групп населения. В целом качество услуг этого вида не соответствует их потребительской цене. Так же эти особенности можно отнести и к отраслям бытовых и транспортных услуг.

Анализ объемов оказанных населению коммунальных услуг показывает (рис. 2.45), что в течение всего анализируемого периода происходит рост показателя как в целом по России, так и по Красноярскому краю. В течение 2009-

2010гг. темп роста показателя снижается в рамках края. Но тем не менее тенденция роста объемов оказанных населению коммунальных услуг сохраняется.

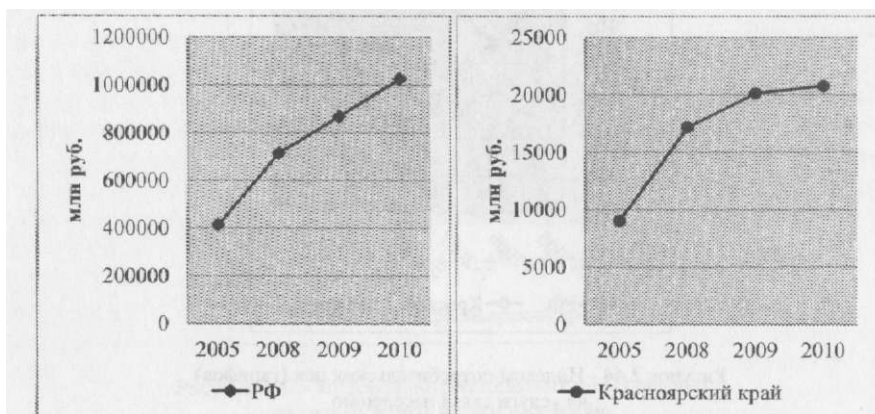


Рисунок 2.45 — Объем коммунальных услуг населению [82]

Объем жилищных услуг так же растет в течение всего рассматриваемого периода (рис. 2.46). Однако тут напротив Красноярский край отличается от РФ в общем более высоким темпом роста показателя. По России темп роста объема жилищных услуг значительно снижается в период 2009-2010гг.

Тарифы на жилищно-коммунальные услуги оказались наименее зависимы от кризисных явлений, так как ЖКУ относятся к услугам, от которых потребителю сложно отказаться. Воспользовавшись этим отрасли снизили для себя последствия рецессии. В последние годы наблюдается снижение уровня цен на ЖКУ (рис. 2.47).

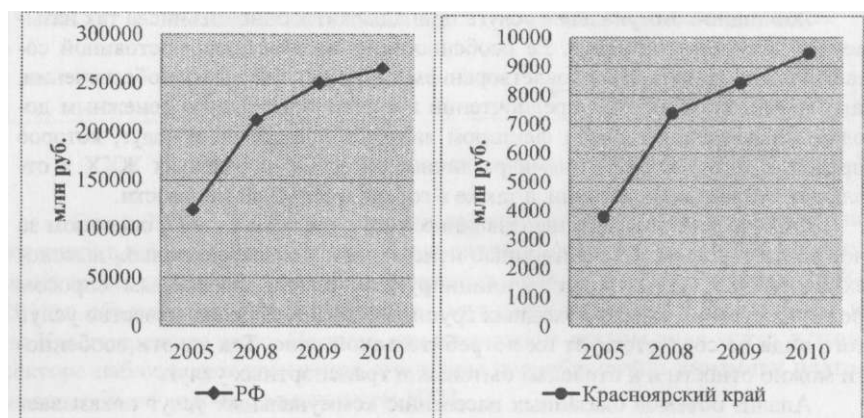


Рисунок 2.46 — Объем жилищных услуг населению [82]



Рисунок 2.47 - Индексы потребительских цен (тарифов) на жилищно-коммунальные услуги населению (декабрь к декабрю предыдущего года) [82, 53]

Услуги учреждений культуры

В последние годы постоянно растет потребность населения в приобретении услуг учреждений культуры.

Особенно негативной является тенденция к сокращению числа таких учреждений культурно-досугового типа, как клубы, дворцы и дома культуры, ориентированных на культурные интересы определенных профессиональных, национальных, половозрастных и других социально демографических категорий населения, т. е. сужаются возможности прямого межличностного общения. До 90% таких учреждений расположено в сельской местности, и именно от их работы зависит возможность содержательного проведения свободного времени сельскими жителями. [15]

Общий объем оказанных платных услуг культуры растет как по России, так и в Красноярском крае (рис. 2.48). Однако в Красноярском крае наблюдается снижение темпов роста объема услуг данной отрасли, что связано с макроэкономическим влиянием на развитие этих видов услуг.

Общий уровень цен на услуги организаций культуры снижается и по РФ и по краю (рис. 2.49). В последние годы этот процесс происходит более медленными темпами. Снижение уровня цен происходит из-за достаточно высокого уровня конкуренции по многим позициям отрасли. Доля расходов населения на данный вид услуг снижается.

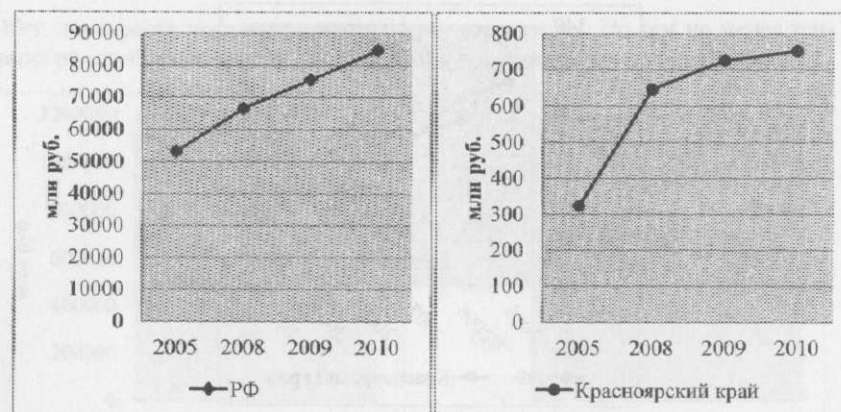


Рисунок 2.48– Объем платных услуг культуры [82]



Рисунок 2.49 - Индексы потребительских цен (тарифов) на услуги организаций культуры населению (декабрь к декабрю предыдущего года) [82, 53]

Туристские и экскурсионные услуги

Объем платных услуг населению в сфере туризма имеет четкую тенденцию постоянного роста как в общероссийской динамике, так и по показателям Красноярского края (рис. 2.50).

Объем услуг гостиниц и аналогичных средств размещения в динамике отражает влияние кризисных явлений на данный вид услуги. Рост показателя до 2008 года, затем небольшой спад, и вновь наращивание объемов по России в целом и по Красноярскому краю (рис. 2.51).

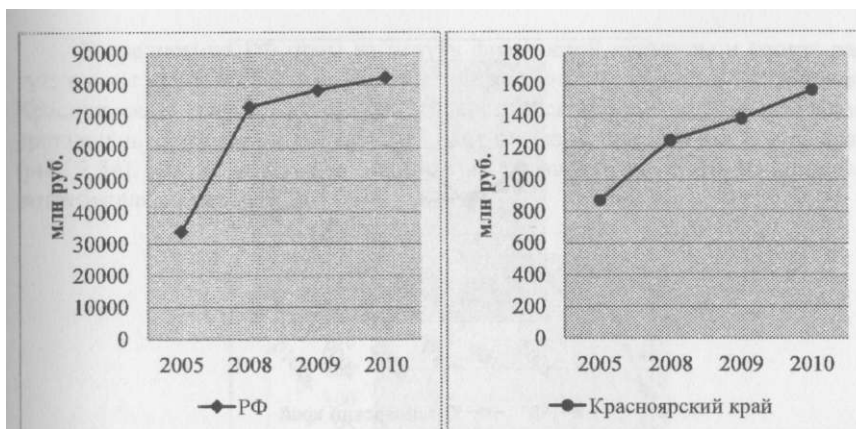


Рисунок 2.50 - Объем платных услуг в сфере туризма населению [82]

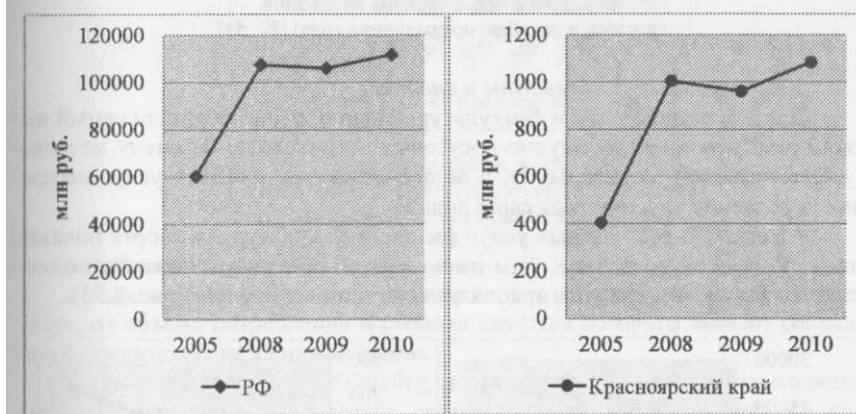


Рисунок 2.51 - Объем услуг гостиниц и аналогичных средств размещения [82, 53]

Уровень цен на услуги в сфере туризма в последние годы имеет тенденцию к снижению по России, в Красноярском крае в последние годы происходит рост показателя (рис. 2.52). Однако изменения уровня цен мало влияет на объем оказанных услуг, так как активность в этом секторе поддерживается слоями населения с достаточно высоким уровнем денежных доходов.

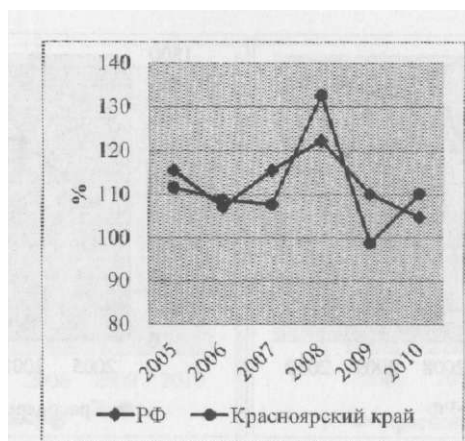


Рисунок 2.52 - Индексы потребительских цен (тарифов)
на услуги в сфере туризма населению
(декабрь к декабрю предыдущего года) [82, 53]

Услуги физической культуры и спорта

Дорогостоящие услуги физкультуры и спорта (они показали самый высокий рост цен среди культурно-досуговых), пришедшие на смену массовому (бесплатному) любительству, в общей структуре платных услуг населению постепенно увеличивают свою долю.

Анализ объема платных услуг физической культуры и спорта показал, что по России за последние годы имеет место небольшое снижение показателя. А в Красноярском крае ярко выражена тенденция роста (рис. 2.53).

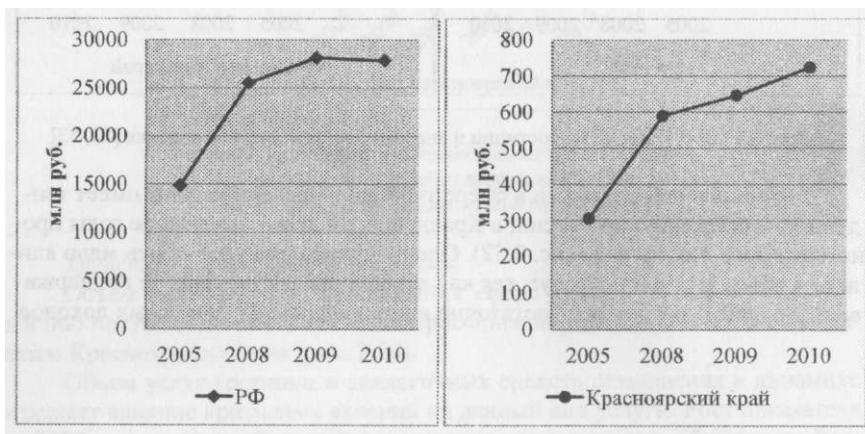


Рисунок 2.53 - Объем платных услуг физической культуры и спорта [82]

В среднем по РФ цены на услуги физической культуры и спорта растут, имеют одни из самых высоких темпов роста (рисунок К). Тенденция Красноярского края отличается от общероссийской более резкими скачками уровня цен. В последние годы происходит серьезный спад уровня цен по краю (рис. 2.54). Это является одной из причин наращивания объемов оказанных потребителям услуг этого вида.



Рисунок 2.54 - Индексы потребительских цен (тарифов) на услуги физической культуры и спорта населению (декабрь к декабрю предыдущего года) [82, 53]

Медицинские услуги

Услуги здравоохранения относятся к социально значимым видам услуг, от объема потребления и степени качества которого зависит сохранение и преумножение здоровья нации.

Анализ за период 2005-2010гг. показал, что объем платных медицинских услуг растет и в масштабе страны и в рамках Красноярского края (рис. 2.55). Краевая тенденция отличается от общероссийской лишь более медленными темпами роста объема услуг данного вида населению. Доля расходов населения на здравоохранение в РФ в целом растет после спада в 2008 году (рисунок И).

Анализ индекса цен на платные медицинские услуги показал (рис. 2.56), что краевая тенденция более чутко отражает влияние кризиса 2009 года, нежели общероссийская.

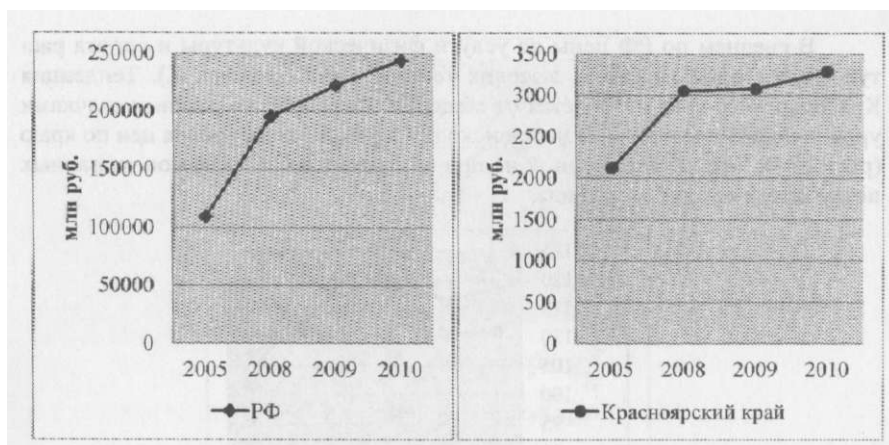


Рисунок 2.55 - Объем платных медицинских услуг населению [82]

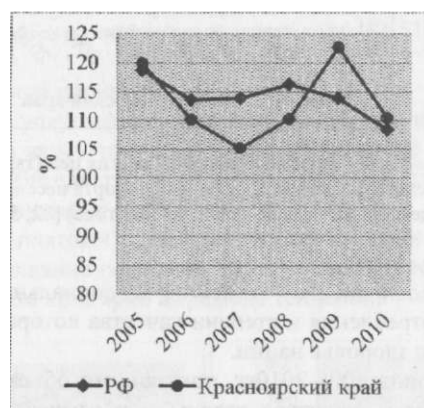


Рисунок 2.56 - Индексы потребительских цен (тарифов) на платные медицинские услуги населению (декабрь к декабрю предыдущего года) [82, 53]

Услуги правового характера

Анализ объема услуг правового характера показал, что краевая тенденция разительно отличается от общероссийской (рис. 2.57), если по РФ после 2008 года произошел спад и дальнейший рост объемов оказания услуг не наблюдается, то по краю с 2008 по 2009 год объем платных правовых услуг вырос в 1,8 раз. И в дальнейшем значение данного показателя остается примерно на этом же уровне. Такой резкий рост спроса на данный вид услуг связан с запущенной в тот период реформой приватизации.

С этим же связан резкий рост уровня цен на данные услуги, произошедший в Красноярском крае в 2009 году после длительного затишья, когда

цены ряд лет находились на одном и том же уровне (рис. 2.58). Тогда как в масштабах страны происходили более серьезные колебания уровня цен на услуги правового характера. В 2010 году цены снизились и по РФ и в крае.

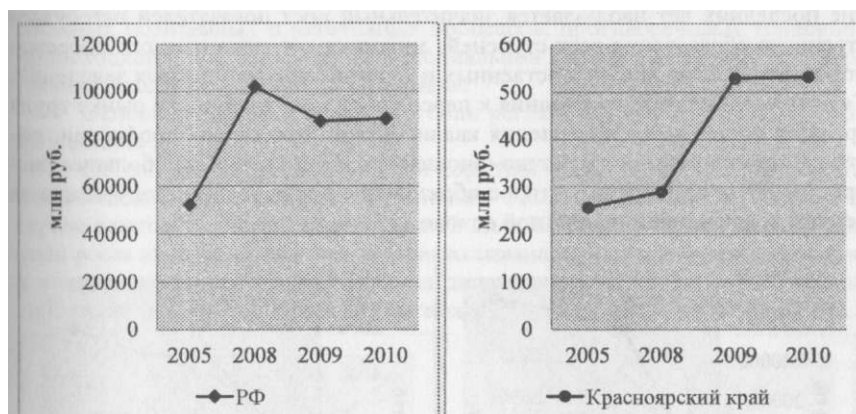


Рисунок 2.57 - Объем услуг правового характера [82]



Рисунок 2.58 - Индексы потребительских цен (тарифов) на услуги правового характера населению (декабрь к декабрю предыдущего года) [82,53]

Услуги в системе образования

Услуги просвещения как и услуги здравоохранения относятся к блоку социально значимых. От образования зависит развитие интеллектуального потенциала нации. Услуги системы образования в последние годы стали весомой статьёй семейных расходов и одновременно стимулом к повышению трудовой и деловой активности. Доля услуг данного вида в общей структуре платных услуг к-2010 году достигает 6,7% по России и 6% по Красноярскому краю (рисунок 3).

Объем оказанных населению платных услуг образования постепенно растет (рис. 2.59), хотя и темп роста данной отрасли в Красноярском крае меньше нежели общероссийский. Такая динамика связана с тем, что в течение последних лет наблюдается значительный рост показателей негосударственного образования всех ступеней, динамика которого намного опережает развитие системы государственных и муниципальных учебных заведений. **Так как** современные требования к персоналу и конкуренция на рынке труда требуют постоянного повышения квалификации или смены профессии, поэтому, кроме привычного детско-юношеского образования, все большее распространение приобретает второе образование для взрослых, получаемое за редким исключением на платной основе. [15]

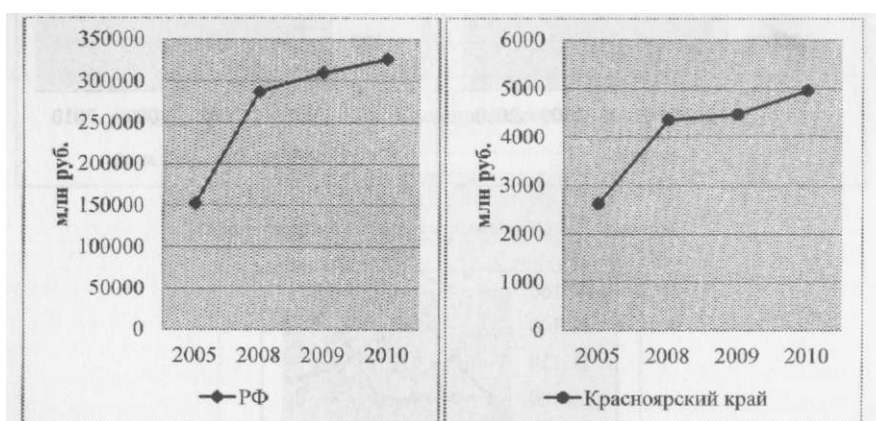


Рисунок 2.59 - Объем платных услуг в системе образования [82]



Рисунок 2.60 - Индексы потребительских цен (тарифов) на услуги в системе образования (декабрь к декабрю предыдущего года) [82, 53]

Услуги торговли и общественного питания, услуги рынков

Торговля в условиях рыночных отношений превращается в сложную динамичную систему, функционирующую в рамках крупномасштабной, быстроменяющейся социально-экономической рыночной среды. Весь спектр сложных позитивных и негативных процессов, противоречивых тенденций, происходящих в экономической и социальной жизни, как страны, так и регионов, находит отражение и в торговле.

Основные понятия сферы торговли регламентируются ГОСТ Р 51303-99 (таблица J1)

По данным оборота розничной торговли в период 2005-2010гг. видно, **что** наблюдается положительная динамика объема розничной торговли и по стране в целом и в Красноярском крае. Лишь в 2009 году под влиянием кризиса темп роста данного показателя несколько снизился. В оптовой торговле так же и общем наблюдается положительная динамика за исключением небольшого снижения показателя оборота по Красноярскому краю в 2010 году (рис. 2.61).

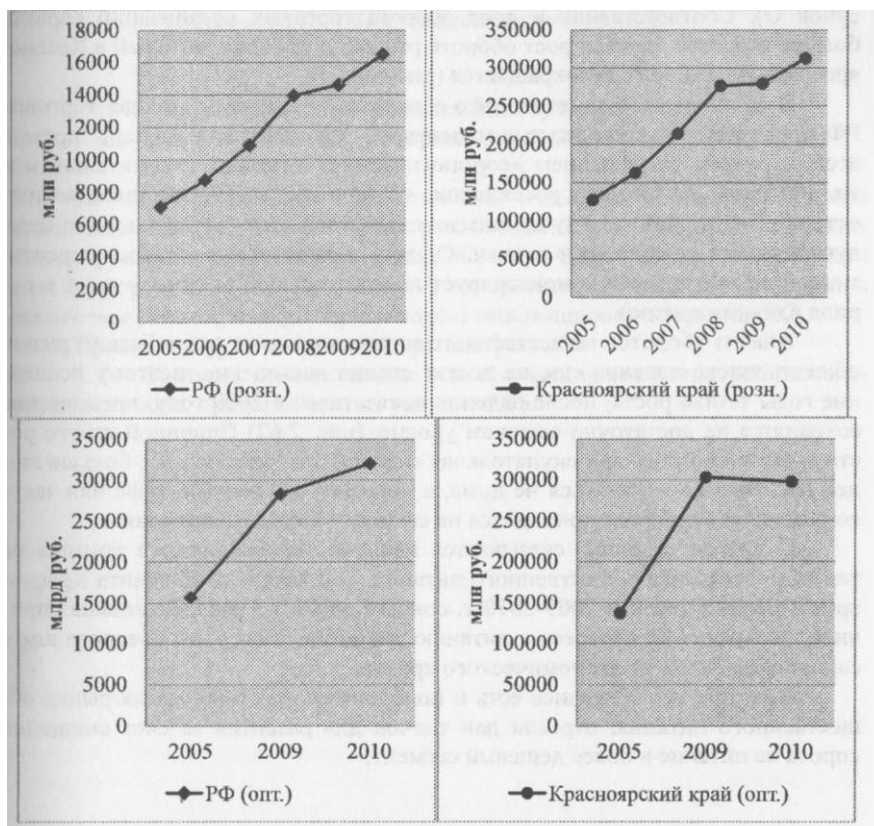


Рисунок 2.61 - Оборот розничной и оптовой торговли [82, 53]

Анализируя динамику по числу хозяйствующих субъектов торговли и их структуре, следует отметить более быстрый рост числа предприятий розничной торговли продовольственными товарами (таблица М).

Из приведенных данных видно, что к 2010 году в сравнении с 2005 отмечается положительная динамика по числу всех хозяйствующих субъектов торговли, за исключением розничных рынков. Однако число торговых мест на рынках в 2010 г. к уровню 2009 хоть и значительно уменьшилось, в целом сохранилась тенденция к росту по отношению к 2005 г. Наиболее значительно росла торговля пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в специализированных магазинах и прочая розничная торговля в специализированных магазинах.

В целом о стране и по региону наблюдается тенденция уменьшения доли частных форм собственности в рознице (рисунок Н) и сокращение доли рынков и ярмарок, всё больше возникает торговых организаций, сетей (рисунок О). Соответственно и рост оборота торговых организаций гораздо больше выражен, нежели рост оборота рынков и ярмарок, который в Красноярском крае с 2009 года сокращается (рисунок П).

В целом можно заметить, что в настоящее время розничная торговля РФ претерпевает кардинальные изменения. Эти изменения связаны прежде всего с резким сокращением неорганизованной торговли, стремительным и масштабным развитием российских розничных сетей, возникновением острой конкуренции между крупными отечественными и глобальными международными розничными сетями. Однако данная сфера остается перспективной для развития и демонстрирует положительную динамику даже в период влияния кризиса.

Анализ оборотов общественного питания показал, что в России рынок общественного питания еще не достиг стадии насыщения, поэтому последние годы темпы роста, после падения показателей в 2009 году, продолжают сохраняться на достаточно высоком уровне, (рис. 2.62) Причиной такого роста является возросшая покупательная способность россиян: все больше людей предпочитают питаться не дома, а посещать какие-либо кафе или закусочные. Основной рост приходится на сегмент «быстрого питания».

С другой стороны, сказывается влияние экономического кризиса на темпы роста рынка общественного питания. Так, обороты общепита Красноярского края в течение 2009-2010гг. сократились в 1,3 раза. Возможная причина в сокращении интереса к питанию вне дома со стороны среднего класса, пострадавшего от экономического кризиса.

Вместе с тем в кризисе есть и положительные стороны для рынка общественного питания: отрасли дан толчок для развития за счет смещения спроса на питание в более дешевый сегмент.

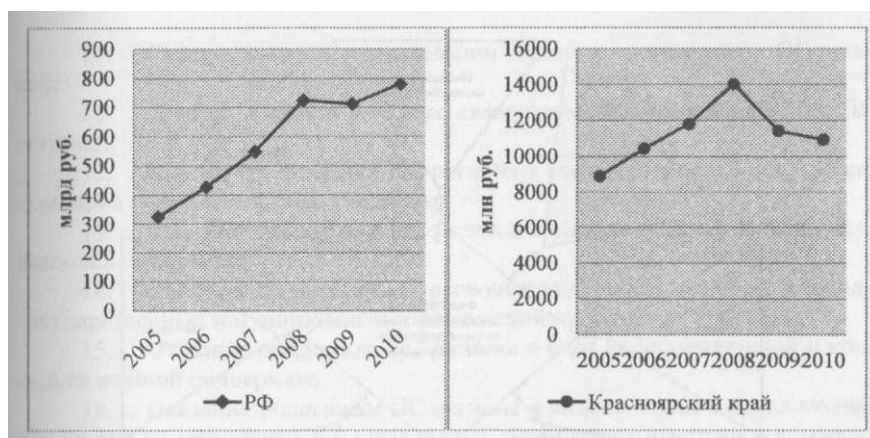


Рисунок 2.62 - Оборот общественного питания [82]

2.3. Выявление ключевых факторов, влияющих на уровень развития предпринимательства в сфере услуг

На основе проведенных исследований в п.2.1 и 2.2 настоящей главы можно выделить ряд ключевых факторов, которые способствуют, либо препятствуют функционированию и развитию ПС, в том числе в сфере услуг. Помимо них факторов немаловажным является их ориентация на инновационность, в связи с чем рассмотрена факторная модель инновационного развития ПС.

Проанализируем следующие группы факторов:

1. Факторы, определяющие условия предпринимательской деятельности в регионе, представлены на рисунке 2.63.

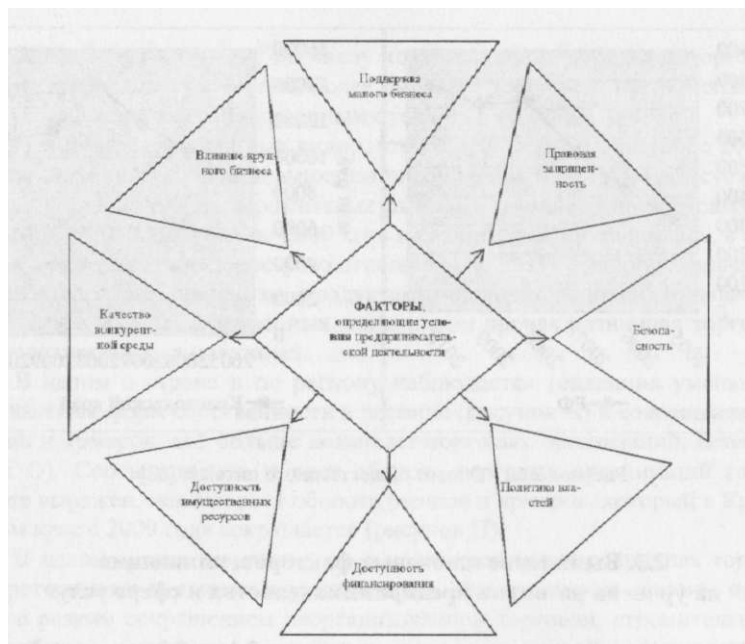


Рисунок 2.63 - Модель восьми факторов функционирования предпринимательской структуры [составлено авторами]

Перечисленные факторы могут быть отражены в наборе из 28 показателей, характеризующих условия для предпринимательской деятельности в регионе:

1. Возможность получения предпринимательской структурой производственных, офисных и торговых помещений в собственность;
2. Возможность получения ПС производственных, офисных и торговых помещений в аренду;
3. Возможность получения ПС банковского кредита;
4. Возможность получения ПС небанковского кредита или ссуды;
5. Возможность получения ПС денежных средств в обмен на долю в бизнесе;
6. Возможность получения ПС финансирования конкретного проекта заказчика;
7. Возможность получения ПС помощи государственных или муниципальных фондов;
8. Степень влияния Федерального правительства на деятельность ПС региона;
9. Степень влияния территориальных органов федеральной власти на деятельность ПС региона;

10. Степень влияния региональной власти на деятельность ПС региона;
11. Степень влияния местного самоуправления на деятельность ПС региона;
12. Оказание поддержки ПС региона в виде финансовой поддержки, помощи в получении ссуд и кредитов;
13. Оказание поддержки ПС региона в виде государственного и муниципального заказа;
14. Оказание поддержки ПС региона в виде предоставления в аренду государственных и муниципальных помещений на льготных условиях;
15. Оказание поддержки ПС региона в виде информационной и консультационной поддержки;
16. Оказание поддержки ПС региона в виде помощи в продвижении продукции на региональной и иные рынки, организации выставок и ярмарок;
17. Оказание поддержки ПС региона в виде обучения населения основам предпринимательской деятельности;
18. Оказание поддержки ПС региона в виде организации бизнес-инкубаторов и технопарков;
19. Шансы предпринимателя в регионе отстоять законные интересы своего бизнеса в суде, если его оппонентом будут региональные и местные администрации;
20. Шансы предпринимателя в регионе отстоять законные интересы своего бизнеса в суде, если его оппонентом будут правоохранительные органы;
21. Шансы предпринимателя в регионе отстоять законные интересы своего бизнеса в суде, если его оппонентом будут контролирующие инстанции;
22. Частота столкновения предпринимателей с произволом и злоупотреблениями со стороны чиновников, представителей региональных и местных администраций;
23. Частота столкновения предпринимателей с произволом и злоупотреблениями со стороны сотрудников контрольно-надзорных органов;
24. Частота столкновения предпринимателей с произволом и злоупотреблениями со стороны представителей правоохранительных органов;
25. Частота столкновения предпринимателей с насилием и угрозами со стороны криминальных группировок;
26. Частота столкновения предпринимателей с коррупцией со стороны чиновников;
27. Частота использования администрацией региона своего служебного положения для создания особо благоприятных условий отдельным фирмам;
28. Степень влияния крупных компаний на условия работы малого и среднего бизнеса в регионе. [81]

2. Модель семи факторов, определяющих качество предпринимательского климата для развития малых и средних компаний в регионе, представлена на рисунке 2.64.



Рисунок 2.64 - Модель семи факторов по развитию предпринимательской структуры [составлено авторами]

В соответствии с представленной моделью данные факторы стали основными темами анкеты регулярно проводимого масштабного опроса руководящих сотрудников предприятий малого и среднего бизнеса и индивидуальных предпринимателей в нашей стране. В основу исследования был положен метод расчета Индекса условий для развития МСБ, структура которого представляет собой дерево, включающее в себя пять слагаемых, каждое из которых имеет равный вес при формировании Индекса. Слагаемые состоят из индикаторов. Всего в формировании Индекса участвует 21 индикатор, все индикаторы представляют собой данные, полученные в результате опроса руководителей компаний (рисунок Р). В ходе опроса по каждому индикатору были выявлены средние оценки, полученные от компаний в каждом из 40 регионов опроса. Оценки проведены по шкале от 1 (худшее значение) до 4 (лучшее значение).

По результатам опроса 2010-2011 гг. выявлено, что большинство компаний оценивает свой регион как благоприятное место для ведения бизнеса, однако, говоря об организации нового бизнеса в регионе, более половины респондентов высказалось в негативном ключе.

Примерно три четверти участников опроса утверждают, что дела у их компаний идут неплохо. И хотя компании еще не в полной мере оправились от последствий кризиса, они намерены сделать это в ближайшем будущем.

Результаты опроса по Красноярскому краю приведены ниже в таблице 2.4 и наглядно отображены в рисунке С.

Таблица 2.4 - Результаты опроса по Красноярскому краю в 2010-2011 гг.

Индикатор	Значение индикатора, %	Рейтинг	Позитивная оценка	Негативная оценка
1 Доступность земельных участков	2,71	8	●	
2. Доступность производственной недвижимости	2,82	12	●	
Доступность складских помещений	2,97	12	●	
4 Доступность офисных помещений	3,20	17	●	
5 Качество транспортной инфраструктуры	2,75	26	*	
6 Качество логистической инфраструктуры	2,87	23	V	
7. Доступность новых энергетических мощностей	2,49	11		
X Доступность тарифов на электроэнергию	2,05	28		*
9 Доступность квалифицированных инженеров и технических специалистов	1,82	38		
10. Доступность квалифицированных рабочих	1,84	37		*
11. Доступность специалистов для непроизводственных подразделений	2,57	35		
12. Доступность финансовых ресурсов на срок до 1 года	2,17	36		*
13. Доступность финансовых ресурсов на срок от 1 года до 3 лет	1,97	35		*
14. Доступность финансовых ресурсов на срок свыше 3 лет	1,95	31		
15 Доля респондентов, не практикующих неформальные выплаты чиновникам	25	14		
16. Свобода от давления со стороны проверяющих инстанций	2,97	22		
17. Свобода от давления со стороны правоохранительных органов	3,33	25	*	
18. Свобода от давления со стороны криминала	3,76	16		
19. Доступность поставщиков машин и оборудования	3,03	29		
20. Доступность поставщиков комплектующих	3,06	22	*	
21. Доступность поставщиков бизнес-услуг	3,37	6		

Результаты опроса показали следующую картину предпринимательского климата Красноярского края на настоящий момент (рис. 2.65).



Рисунок 2.65 - Бизнес в Красноярском крае [87]

Затруднительное положение выявлено в организации нового бизнеса и показателе края, как места для ведения бизнеса. Что касается текущего состояния бизнеса, показатель стремится к «хорошему», несмотря на то, что в докризисные времена этот показатель был выше по уровню.

По результатам опроса были выявлены конкретные факторы, препятствующие развитию ПС в регионе (рис. 2.66).

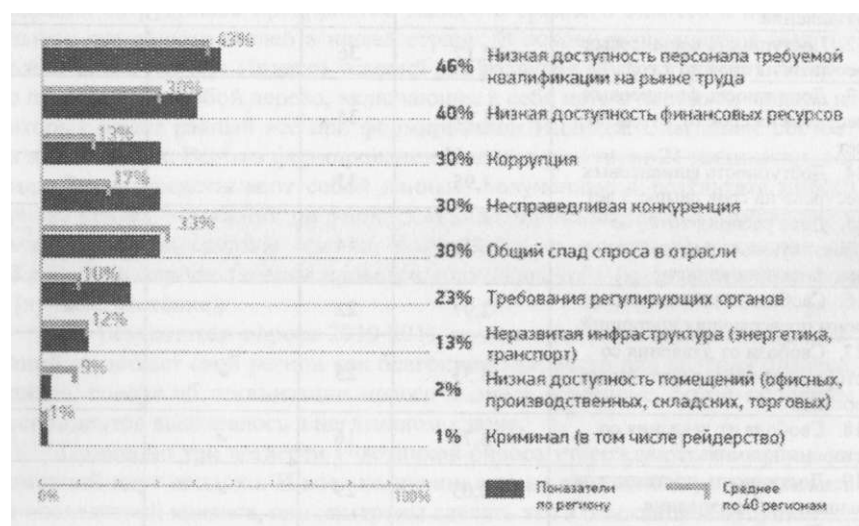


Рисунок 2.66 - Препятствия для развития ПС Красноярского края [87]

Согласно диаграмме основным препятствием для развития является «Низкая доступность персонала требуемой квалификации на рынке труда». (приличным отрывом от этой проблемы, на втором месте - «Низкая доступность финансов»). Тема налогов не затрагивалась.

К тому же, на фоне международных сопоставлений российский бизнес-климат для малого и среднего бизнеса выглядит непривлекательно. По большинству показателей Россия находится во второй, неблагоприятной, половине рейтингов, при этом по ряду показателей - в числе явных аутсайдеров. Так, наиболее серьезное отставание России отмечается в вопросах доступа к финансированию, доступности квалифицированных кадров и, в частности, квалифицированных управленцев, а также в вопросе внедрения новых технологий. Все так же, во второй половине рейтингов, но уже не в самом хвосте, Россия оказалась по показателям проблем с покупательной способностью и проблем с инфраструктурой. И, наконец, в трех из девяти рейтингов позиции России на фоне других стран выглядят относительно благополучно. Речь идет о вопросах стоимости рабочей силы, административного регулирования и изменения организационной структуры компаний. Важно заметить, что относительно высокие оценки, полученные от российских компаний по последним двум показателям, могут являться следствием низкой изощренности отечественного малого и среднего бизнеса в этих вопросах. [87]

3. Влияние факторов на процесс развития ПС сферы услуг с учетом фактора времени.

В процессе своего развития предприятие сферы услуг сталкивается с большим количеством разного рода факторов, которые постоянно видоизменяются, то увеличивают, то уменьшают степень своего влияния на его хозяйственную деятельность. Эти факторы несет в себе окружающая среда предприятия, в которой и благодаря которой оно функционирует и развивается. Связь внутренней и внешней среды предприятия проявляется в том, что любое предприятие должно приспосабливаться к внешним условиям среды путем адаптации внутренней среды, которая и определяет поведение предприятия на рынке.

Рассмотрим процесс прохождения предприятием сферы услуг по кривой жизненного цикла, так как его отношение к различным факторам меняется, несмотря на то, что эти факторы не прекращают своего воздействия, но при этом степень их влияния уменьшается.

Можно сделать вывод о том, что основные участники рынка, от которых напрямую зависит деятельность предприятия: покупатели, партнеры, клиенты, - всегда будут являться центральным звеном в управлении предприятием, на которых направлены стратегические цели и задачи предприятия. А другие виды факторов, в зависимости от стадии жизненного цикла предприятия сферы услуг, будут влиять в разной степени, и нарастание их будет постепенным, по спирали, чем дальше виток с факторами от точки развития предприятия, тем меньше он влияет на него (рис. 2.67).

Так на самых первых стадиях (помимо потребителей, партнеров и конкурентов) сильное влияние оказывают такие факторы внешнего окружения, как налогообложение, цены на ЖКХ и ГСМ, муниципалитеты (причем данные факторы, также влияют на партнеров, конкурентов и потребителей). С течением времени, при развитии и функционировании менеджмент предприятия находит оптимальные инструменты, позволяющие ему расти дальше и эти факторы отступают на второй план, т.к. инструменты, снижающие степень зависимости, найдены. Но возникает следующая волна факторов, которые становятся первостепенными на новой стадии развития предприятия, как правило, в сфере услуг такими факторами выступают доступность заемным средствам, кредитным программам, технологии, инновации и т. д.

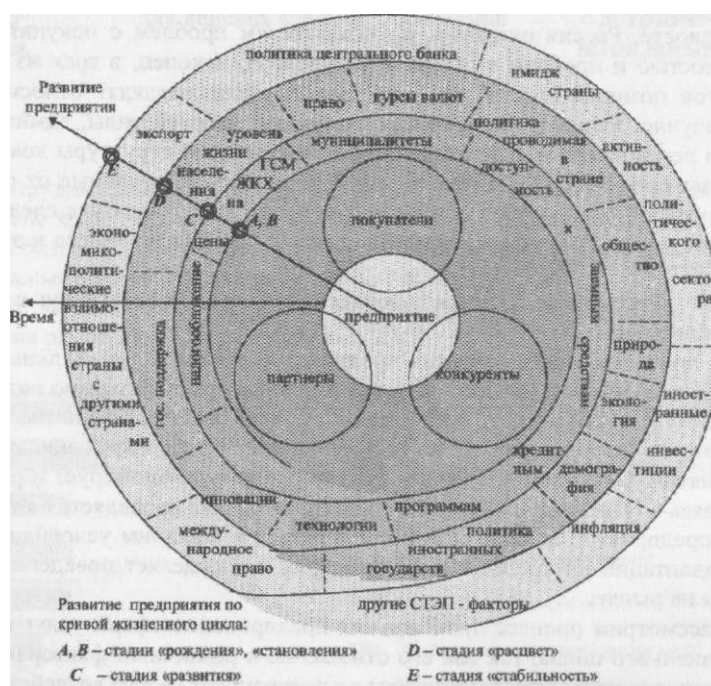


Рисунок 2.67 - Влияние факторов при развитии предприятия в процессе движения его по кривой жизненного цикла [46]

Таким образом, предприятие развивается и функционирует, трансформируясь в транснациональную компанию, где приоритетными факторами и напрямую влияющими становятся политика и экономика, проводимая в стране и других странах, на чей рынок планирует выйти предприятие, взаимоотношения государств и т. д. Тем самым, на первоначальных стадиях раз-

пития предприятия, факторы, которые влияли на функционирование косвенно, к стадии «расцвета» предприятия становятся приоритетными, а те которые были основными по степени значимости, становятся второстепенными. Это связано с тем, что менеджмент предприятия и само предприятие становятся более эффективными и конкурентоспособными, система управления устойчивой, а главное опыт и знание, позволяют понять как и сколько времени требуется предприятию для адаптации к новым условиям. Именно так, по мнению авторов, происходит развитие и адаптация предприятия к изменениям внешней среды, в течение движения его по кривой жизненного цикла.

Рассмотренное изменение степени влияния факторов в соответствии со стадиями жизненного цикла предприятия актуально для предприятий любых отраслей, и время, а точнее скорость перехода от одной стадии развития к [ругой зависит не только от сферы, в которой работает предприятие, но и от сложности и неопределенности внешней среды. Для сферы услуг, как правило, внешняя среда является сложной, и чаще всего, неопределенной.

К специфическим факторам системы управления предприятия сферы услуг относят те факторы, которые непосредственно связаны с оказанием услуг клиентам предприятия, скорости и качества их обслуживания, а также факторы, позволяющие сформировать у клиентов положительное впечатление о предприятии. В данном случае следует уточнить и дополнить данные специфические факторы сферы услуг, еще таким фактором как время (рис. 2.68).

Из вышесказанного, следует отметить, что на такой важный фактор как время необходимо обратить особое внимание, так как оно обладает такими характеристиками, как необратимость, невозможность и быстротечность, временной фактор является главенствующим фактором в жизнедеятельности предприятия, т. к. вся его хозяйственная деятельность осуществляется в определенном промежутке времени, благодаря данному фактору, процесс антикризисного управления приобретает такие черты и характеристики, как динамичность (оперативность), непрерывность, ритмичность, частотность (частота циклов по типам решений), продолжительность циклов, хроноструктура, интенсивность, возвратность и инертность.

Таким образом, время необходимо рационально использовать с помощью учета и проектирования. Учет времени указывает на его резервы, и возможности экономии, благодаря которым обеспечивается производительность, эффективность и качество управления. А проектирование необходимо для дифференциации дел по критериям их срочности, важности, функциональности, сложности, проблематичности, потребности в дополнительном изучении, возможности делегирования, ценностной ориентации, формализации. Тем самым выстраивается приоритетность решаемых задач, и развитие предприятия становится ритмичным, динамичным, а главное эффективным. [35]

4. В наше время любые услуги в подавляющем большинстве случаев не являются уникальными. Если с точки зрения потребителя такая ситуация скорее позитивна, то для игроков рынка это - ежедневная бескомпромиссная борьба за прибыль, а порой и за выживание. А в условиях конку-

ренции, когда ее высокий уровень практически в каждой отрасли считается нормальным явлением, предпринимательским структурам уже недостаточно бороться с ней путем снижения цены на услуги. В сложившейся ситуации решающую роль играют именно инновации.

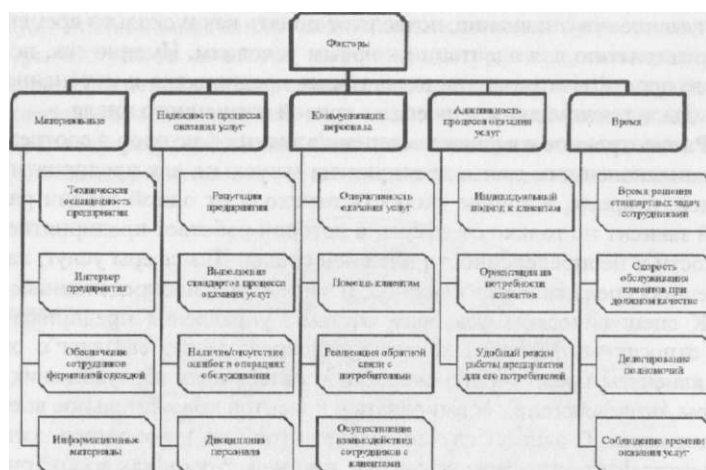


Рисунок 2.68 - Систематизация факторов, определяющих требования к системе управления предприятием сферы услуг [35]

Таким образом, в современных условиях управление инновационным развитием приобретает все большее значение для ПС, становится важным инструментом конкурентной борьбы. Факторы, определяющие необходимость инновационного развития, представлены на рисунке 2.69.

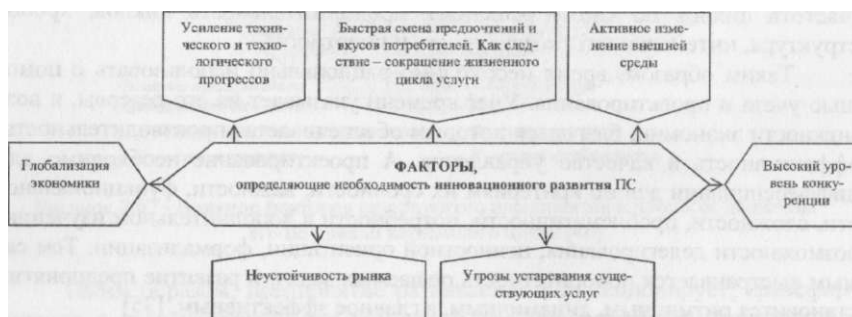


Рисунок 2.69 - Модель семи факторов инновационного развития предпринимательской структуры [составлено авторами]

5. Немаловажным фактором в развитии предпринимательства является стремление человека к независимости, самовыражению, признанию его таланта и заслуг, уважению, альтруизму и взаимопомощи.

Хорошо известно, что предприниматели являются двигателем любой современной развитой экономики, поскольку именно они создают большинство рабочих мест, внедряют новшества, стимулируют рост благосостояния среднего класса и закладывают основу гражданского общества и политической свободы. [102]

Наличие творческой деловой, практической мысли — это основной признак предпринимателя, который должен уметь не только увидеть рыночную возможность, нередко скрытую от большинства взоров, но и изыскать верные пути ее реализации. Иными словами, предприниматель — это человек, который умеет видеть перспективу (промышленную выгоду), скрытую от других, и имеет смелость и настойчивость двигаться к ее достижению, зачастую невзирая на риски и временные неудачи.

Пожалуй, основной чертой, отличающей сопряженное с риском предприятие от опрометчивого авантюризма, является объем духовного капитала (образованность и практический опыт), которым владеет предприниматель. Более того, без знаний несостоятельна свобода, риск превращается в авантюризм, а «новизна» оказывается подделкой.

Помимо хорошего образования, другая важная черта идеального предпринимателя — правосознание. Предпринимательство основано на договоре, то есть на свободном соглашении независимых сторон по поводу установления между ними юридического отношения. Если нет приверженности соблюдению договорных обязательств, то невозможен безрисковый обмен собственностью, а значит трудно обеспечить накопление прибыли и капитала. [45]

Таким образом, необходимость наличия рассмотренных выше черт у успешного предпринимателя можно выразить в группе факторов (рис. 2.70).

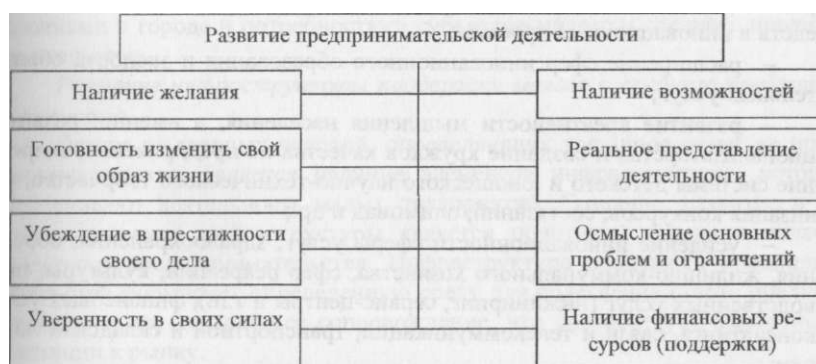


Рисунок 2.70 - Факторы развития предпринимательской деятельности [36]

Активизации рассмотренных групп факторов должна способствовать программа государственной поддержки МСБ. Реализация всех факторов, влияющих на уровень развития предпринимательства в сфере услуг, с участием программ государственной поддержки позволит ПС максимально эффективно функционировать и развиваться в сфере услуг.

2.4. Программы развития и поддержки предпринимательства, разработанные и внедряемые на государственном уровне

Предпринимательство относится к числу приоритетных секторов экономики, имеющих принципиальное значение для экономической и политической стабильности, социальной мобильности общества и выступает основным инструментом для создания цивилизованной конкурентной среды, увеличения налоговых поступлений в бюджеты всех уровней, обеспечения занятости населения.

Приоритетные направления:

У Развитие инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства.

> Развитие инновационного предпринимательства.

> Развитие сферы переработки сельскохозяйственной продукции (оказание финансовой поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства — переработчикам сельскохозяйственной продукции).

> Совершенствование форм и способов финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства в соответствии с экономическими условиями в городе.

Стратегическими приоритетами инновационного развития города Красноярска должны стать:

— развитие инновационной инфраструктуры, включая создание венчурных фондов и других финансовых институтов для инвестирования средств в инновационные проекты;

— расширение сфер инновационного образования и экспорта образовательных услуг;

- развитие креативности мышления населения, а именно: развитие рационализаторства и создание кружков качества на предприятиях; возрождение системы детского и юношеского научно-технического творчества; организация конкурсов, состязаний, олимпиад и др.;

- усиление инновационноеTM сферы услуг: здравоохранения, образования, жилищно-коммунального хозяйства, сфер рекреации, культуры, производственных услуг (инжиниринг, сервис-центры и т.п.), финансовых услуг и консалтинга, связи и телекоммуникаций, транспортной и складской логистики;

- усиление инновационное™ традиционных отраслей города. Строительную индустрию (особенно жилищное строительство) можно рассматривать как «локомотив», способный за небольшой срок оживить экономику города с синергетическим эффектом в производстве строительных материалов, машиностроении, энергетике, внедрении новых строительных технологий;
- создание условий для формирования инфраструктуры мультимодального транспортного узла и транспортных коридоров с инновационным сопровождением логистики;
- создание систем общественной поддержки инновационного развития экономики муниципалитета.

Приоритетными видами экономической деятельности при оказании поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства являются:

- производство машин и оборудования;
- производство готовых металлических изделий;
- производство пищевых продуктов, включая напитки;
- строительство;
- производство резиновых и пластмассовых изделий;
- производство прочих неметаллических минеральных продуктов;
- обработка древесины и производство изделий из дерева;
- транспорт и связь;
- обработка вторичного сырья;
- деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий;
- виды ремесленнической деятельности.

Наиболее востребованной формой поддержки среди субъектов малого и среднего предпринимательства является финансовая форма. При реализации городской целевой Программы «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в городе Красноярске» планируется актуализировать мероприятия финансовой поддержки в соответствии с экономическими условиями в городе и потребностями субъектов малого и среднего предпринимательства.

Развитие инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства.

Одним из главных условий, определяющих успешное развитие предпринимательства, является наличие элементов инфраструктуры, которые обеспечивают деятельность малых предприятий. Создание, развитие и совершенствование инфраструктуры является политикой города в области поддержки предпринимательства. Инфраструктура поддержки предпринимательства формирует определенную среду для облегчения старта предпринимателя и его дальнейшего сопровождение, что способствует быстрой адаптации к рынку.

Базовыми элементами инфраструктуры являются:

- I. Органы управления и разработки политики:

- министерство экономики и регионального развития Красноярского края;
- департамент экономики администрации города Красноярска.
- 2. Финансовые органы:
 - Центр микрофинансирования администрации Красноярского края;
 - Гарантийный фонд поддержки малого и среднего предпринимательства (на базе МАУ «Центр содействия малому и среднему предпринимательству»);
- 3. Информационно-консалтинговые структуры:
 - Научно-инновационные зоны на базе инновационных площадок городского бизнес-инкубатора в Октябрьском районе города (СФУ), предприятия ОАО «РУСАЛ Красноярский алюминиевый завод» в Советском районе города, ОАО «Красмаш» и СибГАУ в Ленинском районе города;
 - МАУ «Центр содействия малому и среднему предпринимательству»;
 - АНО «Красноярский городской инновационно-технологический бизнес-инкубатор»;
 - Красноярский технопарк;
 - ОАО «Красноярское региональное агентство поддержки малого и среднего бизнеса».
- 4. Краевое государственное бюджетное учреждение (далее - КГБУ) «Центр занятости населения города Красноярска».
- 5. Общественные организации.

Все элементы инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства, находящиеся на территории города, взаимодействуют между собой.

Каждый элемент имеет свои цели и задачи [рисунки Т-Х] и механизм реализации [рисунки Ц-Щ]. Так как работа Красноярского технопарка еще не начата, рассмотрим работу технопарка на примере ЗАО «Инновационно-производственный технопарк «Идея» (г. Казань) [рисунок Ш].

На рисунке Э представлены инновационные проекты, реализуемые малыми предприятиями города Красноярска.

Развитие инфраструктуры предпринимательства до 2020 года

С целью развития и расширения деятельности инфраструктуры поддержки субъектов малого предпринимательства администрацией города МАУ «ЦСМСИ» выделены оперативное управление нежилые помещения муниципальной собственности по адресу проспект имени газеты «Красноярский рабочий», 39 с целью открытия Правобережного бизнес-инкубатора и Центра кластерного развития. Это позволит развить филиальную сеть МАУ «ЦСМСП», повысить уровень предпринимательской активности населения города Красноярска и послужит новым толчком для появления и развития малых предприятий города и края.

Центр кластерного развития.

Учитывая необходимость координации деятельности по реализации проектов со стороны кураторов и научных руководителей кластеров, возни-

каст необходимость в создании координирующего органа, системно организующего работу и сопровождающего проектную деятельность. В рамках 18 кластеров с целью реализации инновационных проектов, участвуют свыше 200 хозяйствующих субъектов, которые могут являться потенциальными респондентами центра кластерного развития, созданного при МАУ «ЦСМСП».

Центр кластерного развития для субъектов малого и среднего предпринимательства создается для содействия реализации кластерной политики и координации проектов по развитию кластеров на территории Красноярска, обеспечивающих экономический рост и удовлетворяющих интересам всех хозяйствующих субъектов.

Центр должен стать постоянно действующей площадкой проведения организационных мероприятий (совещаний, семинаров и пр.) для выработки конкретных решений реализации кластерных проектов.

Цели деятельности Центра:

1. Формирование стратегии эффективного многопрофильного кластерного комплекса на основе максимально-полного использования отраслевого, технологического, инновационного, человеческого, финансового и административного потенциала с учетом экономических интересов всех хозяйствующих субъектов.

2. Создание условий для эффективного информационного взаимодействия участников инновационных кластеров, органов государственной власти, учреждений образования и науки, иных заинтересованных лиц, в том числе обеспечение реализации совместных проектов в рамках кластеров.

3. Содействие установлению договорных отношений между участниками инновационных кластеров, органами государственной власти, учреждениями образования и науки, иными заинтересованными лицами.

4. Организация взаимодействия с государственными органами и органами местного самоуправления.

5. Организация привлечения инвестиционных средств в кластерные Проекты.

Задачи Центра:

- 1) Реализация кластерной политики;
- 2) Разработка стратегий (системных проектов) развития инновационных кластеров и инвестиционных программ по их реализации;

- 3) Разработка и реализация совместных кластерных проектов развития с привлечением участников инновационных кластеров, органов государственной и муниципальной власти, учреждений образования и науки, иных заинтересованных лиц;

- 4) Организация подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров в интересах участников инновационных кластеров;

- 5) Оказание содействия участникам инновационных кластеров при получении государственной и муниципальной поддержки, поддержки доноров;

6) Содействие в выводе на рынки новых продуктов (услуг) участников инновационных кластеров;

7) Организация эффективного взаимодействия среди участников кластеров, в т.ч. организация конференций, семинаров и т.п. в сфере интересов участников кластера;

8) Организация мониторинга состояния финансово-экономического, инновационного, научного и производственного потенциала инновационных кластеров.

К 2015 году МАУ «ЦС МСП» будет оказывать около 4000 консультаций в год средним и малым предприятиям по различным вопросам, касающимся финансово-хозяйственной деятельности предприятий, будет выдаваться гарантии по необеспеченным кредитам, начинающим средним и малым предприятиям, порядка 40 млн. рублей в год.

К 2020 году инфраструктура поддержки будет содержать не только объекты, оказывающие поддержку начинающему предпринимательству с центром микрофинансирования, но и уже действующим, в виде технопарка, промышленного парка успешно действующего городского центра кластерного развития и иных объектов. Кроме того, продолжится реализация мероприятий городской программы поддержки и развития малого и среднего предпринимательства. [9]

Кроме вышеперечисленных направлений поддержки государства малого и среднего предпринимательства, в Красноярске существует Юридическая клиника СФУ.

Юридическая клиника является системой оказания бесплатной юридической помощи нуждающимся гражданам и организациям, в силу трудной жизненной ситуации не способным обратиться к адвокату или платному юристу, а также специализированной программой подготовки студентов к профессиональной юридической деятельности.

В работе клиники принимают участие более 100 студентов 2-5 курсов юридического факультета СФУ, а также социально-правового факультета СФУ.

Юридическая клиника в своей деятельности преследует следующие цели:

1. Совмещение теоретического и практического обучения студентов юридического факультета СФУ.

2. Воспитание юристов с высоким уровнем правосознания и правовой культуры, обладающих навыками практической деятельности.

3. Разработка и распространение инновационных содержания, форм и методов профессиональной юридической подготовки.

4. Оказание бесплатной юридической помощи людям, которые в силу жизненных обстоятельств не могут получить её у юристов, оказывающих платные услуги, обеспечение их доступа к правосудию.

5. Правовое просвещение населения. [112]

Однако на практике дело обстоит по-другому. Результаты опроса < п. 2.3) руководителей предприятий МСБ показали следующую картину:

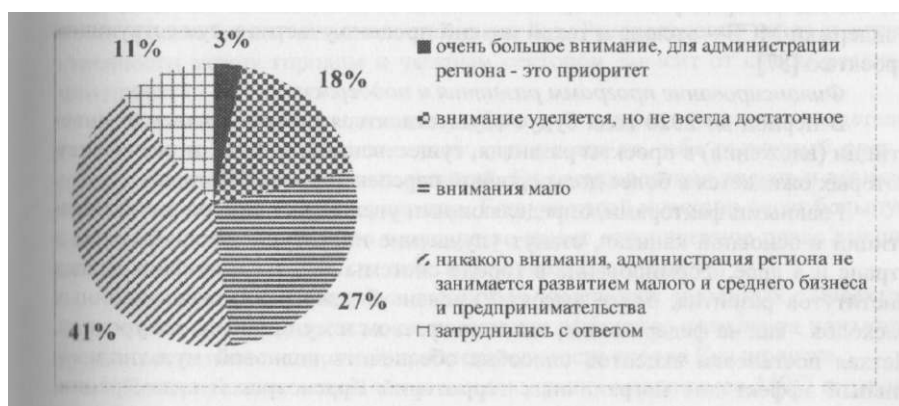


Рисунок 2.71 - внимание администрации Красноярского края к развитию малого и среднего бизнеса [87]

Из этого можно сделать вывод, что внимание к предпринимательской деятельности отражено лишь на бумаге, а на практике мало что реализуется.

Также был освещен вопрос об информированности предпринимателей о программах поддержки МСБ и участии в них:

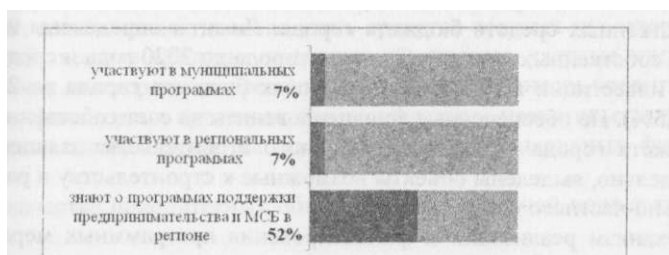


Рисунок 2.72 - программы поддержки МСБ: информированность и участие [87]

Среди компаний преобладает мнение, что региональные администрации уделяют недостаточно внимания вопросам развития МСБ. Но при этом каждая десятая опрошенная компания участвует в какой-либо программе поддержки предпринимательства малого и среднего бизнеса, реализуемой региональными властями, и большинство компаний-участников ощущают пользу, которую им дает участие в программах. В муниципальные (районные или городские) программы поддержки МСБ вовлечено меньшее количество компаний.

Также полученным результатом можно объяснить, почему так мало проектов развития предпринимательской структуры реализуется на практике: многие из предпринимателей даже не знают о возможности программы поддержки МСБ — отсюда и такой низкий процент участия в существующих проектах. [87]

Финансирование программ развития и поддержки.

В период до 2020 года будут осуществляться преимущественно инвестиции (вложения) в проекты развития, существенный эффект от реализации которых ожидается в более долгосрочной перспективе - с 2020 года.

Главными факторами, определяющими увеличение темпов роста инвестиций в основной капитал, станут улучшение институциональной среды в стране и в крае, формирование в городе системы работающих финансовых институтов развития, более высокий уровень бюджетных инвестиционных расходов - как на федеральном, так и на краевом и муниципальном уровнях. Четкая постановка акцентов способна обеспечить волновой мультипликативный эффект для пограничных территорий Красноярской агломерации, устойчивое развитие макрорайона в целом. В среднесрочной перспективе в городе Красноярске наиболее целесообразно развивать инфраструктурный и административно-управленческий потенциал. Он должен быть основной точкой роста всей Агломерации, локомотивом внедрения инноваций во всех сферах и основных импульсов пространственного развития.

Для определения перечня приоритетных социальных и инфраструктурных объектов на территории города Красноярска на 2016-2020 годы с учетом бюджетных ограничений определены лимиты объемов инвестиций за счет собственных средств бюджета города. Лимиты определены исходя из прогноза собственных доходов бюджета города до 2020 года и средней доли объемов инвестиций в собственных доходах бюджета города на 2011-2015 годы (11,5%). Не обеспеченные финансированием за счет собственных доходов бюджета города объекты капитального строительства заявлены в перечне отдельно, выделены объекты возможные к строительству в рамках муниципально-частного партнерства.

Механизм реализации и финансирования программных мероприятий выстраивается посредством их включения в городские, ведомственные целевые программы, адресную инвестиционную программу города, за счет частных и совместных проектов (муниципально-частное партнерство), включения мероприятий, объектов города в федеральные и краевые целевые программы.

Муниципально-частное партнерство (далее - МЧП) - качественно новый и эффективный способ привлечения инвестиций, поскольку партнерства такого типа могут не только способствовать росту экономики, но и развивать социально важную инфраструктуру. Основной целью МЧП является развитие инфраструктуры города Красноярска, реализация общественно значимых проектов с наименьшими затратами и рисками. Основной принцип МЧП состоит в том, что муниципалитет определяет, в каких услугах и инфраструк-

туре нуждается, а частные инвесторы выдвигают предложения, которые должны в наибольшей степени соответствовать требованиям.

Важная часть сделок в рамках МЧП - распределение между участниками проекта задач, возможностей и рисков. Распределение задач и ответственности между городом и частным сектором зависит от сферы реализации проекта.

Мировой опыт реализации инфраструктурных проектов свидетельствует о том, что государство часто принимает на себя рыночный риск в рамках определенных базовых условий. От распределения рисков и возможностей зависят функции государства. Если частный инвестор несет большую часть рисков по проекту, то государство имеет ограниченное право вмешаться в выполнение проекта либо в основном контролирует его.

Муниципалитет получает выгоду от увеличения связанных с проектом бюджетных доходов, а также от косвенных эффектов: оживления конъюнктуры и роста инвестиционной привлекательности города Красноярска.

Приоритетные направления использования механизмов МЧП в городе Красноярске:

- развитие социальной и производственной инфраструктуры;
- строительство и эксплуатация дорог;
- строительство электрических сетей;
- жилищно-коммунальное хозяйство;
- здравоохранение, образование, культура, социальная защита и социальное обслуживание населения.

В перспективе основным источником финансирования в Красноярске, как и в России в целом, должны стать средства частных инвесторов, в том числе: собственные средства предприятий; прямые частные иностранные инвестиции; долгосрочные кредиты коммерческих банков; кредиты международных финансовых организаций и иностранных правительств; доходы от размещения ценных бумаг на российских и международных финансовых рынках.

В качестве приоритетных объектов муниципальной поддержки принимаются:

- учреждения социальной сферы города, обеспечивающие качество жизни горожан: учреждения системы здравоохранения; общего образования (дошкольные, школьные, начальные, средние); учреждения культуры, спорта, социальной защиты населения;
- предприятия и организации жизнеобеспечения города (энергоснабжение, водообеспечение, канализация, благоустройство и озеленение города, предприятия муниципального транспорта);
- организации-участники реализации городских целевых программ и сфере экономического и социального развития города;
- субъекты малого и среднего предпринимательства, обеспечивающие разработку и производство инновационной продукции.

Формы муниципальной поддержки устанавливаются правовыми актами города Красноярска и включают в себя:

- реструктуризацию задолженности перед бюджетом города Красноярска;
- льготы и преференции, предоставляемые в порядке, установленном действующим законодательством;
- предоставление субсидий в рамках реализации городских целевых программ. [9]

Рассмотрим основные виды источников и инструменты их реализации с позиций применения и оценки потенциала в перспективе.

Средства федерального бюджета являются ключевыми инновационной и инвестиционной составляющей с позиций базового элемента. При этом параметры государственной доли участия ограничиваются необходимостью выполнения социальной функции. Совокупная бюджетная поддержка обеспечивает лишь 4 % общих затрат на инновации, из которых почти половина средств федерального бюджета сосредоточена в высокотехнологичных отраслях, и в частности, в производстве изделий медицинской техники, средств измерений, оптических приборов и аппаратуры.

Средства бюджетов субъектов Федерации в большинстве случаев можно рассматривать в качестве потенциальных источников. Причиной, как правило, служит наличие дефицитов, которые частично покрываются дотациями, субвенциями, трансфертами из бюджетов вышестоящих уровней, т. е. федерального бюджета. В отраслевом аспекте ресурсы региональных и местных бюджетов наиболее активно используются в среднетехнологичных отраслях (77,5 %).

Средства, полученные от эмиссии региональных, муниципальных и корпоративных облигаций составляют незначительный удельный вес — порядка 10 %. Практика заимствований, к сожалению, не дает возможности реально рассматривать данный вариант в качестве полноценного источника и инструмента финансирования.

Выручка от реализации акций и других ценных бумаг инновационных программ инвестиционным, инновационным, венчурным, страховым, лизинговым фондам и компаниям, а также другим категориям инвесторов - достаточно новая форма для отечественной экономики.

Внебюджетные фонды фундаментальных исследований (РФФИ), технологического развития (РФТР), экологии, содействия малому бизнесу и др. организованы для оказания целевой финансовой помощи. Значительная роль принадлежит Инвестиционному фонду.

Банковский кредит, доступность которого как финансового инструмента вызывает неоднозначные мнения. С одной стороны, классически кредит является наиболее доступным источником, с другой - существующие в России критерии и параметры не могут характеризовать его применение в качестве эффективного инструмента.

Средства предприятия. Чистые денежные потоки трансформируются и виде нераспределенной прибыли, амортизации, частично средств от дивестирования (распродажи) активов. Наибольший удельный вес составляет доля прибыли. Однако следует подчеркнуть позитивные тенденции в части корректировки системы налогообложения, направленные на стимулирование инновационной деятельности на предприятии, что должно привести к увеличению доли амортизационных отчислений.

Рассмотренные выше формы источников финансирования располагают широким перечнем инструментов, выбор которых оказывает прямое влияние на эффективность инновационной системы.

В целом, структура источников финансирования инноваций отражает основные тенденции развития отечественной экономики:

- неразвитость рынка капитала;
- преобладание банковского кредита;
- недостаточность собственных средств субъектов как результата неэффективной государственной и корпоративной финансовой политики;
- наличие законодательных ограничений или в целом отсутствие нормативной базы, не позволяющих оптимально использовать существующий инструментарий финансового рынка;
- централизация концентрации источников по территориальному признаку, сужающая их доступность.

Однако в России существуют следующие факторы, препятствующие реализации инновационных программ в малом и среднем бизнесе:

- > высокая степень рисков;
- > бюрократия;
- > коррупция;
- > менталитет;
- > сейчас в российской экономике централизованного спроса на инновационные продукты и разработки не существует;
- > в России ряд отраслей совершенно не готов вкладываться в инновации. [62]

В мировой практике сложились определенные формы стимулирования инновационной деятельности малых и средних предприятий [таблица Ю]. [48]

Данные, приведенные выше, свидетельствуют о неполном использовании мирового опыта стимулирования с точки зрения потенциала финансовой системы.

Обобщая приведенное сопоставление, необходимо обратить внимание на некомплексном применении позитивных элементов зарубежного опыта. [34] В «язи с этим, было бы очень полезным обратить внимание на состояние малого и среднего бизнеса в зарубежных странах и проанализировать его.

США

Малое и среднее предпринимательство в США действует в различных сферах: в производстве, в торговле, в финансовом секторе, в области соци-

альных услуг, а также в сфере инноваций. Численность малых предприятий в США неуклонно растет.

Федеральные программы, которые только еще начинают разрабатываться в некоторых странах, в США датируются 1932 годом. В то время, именно малый бизнес обеспечивал в США создание рабочих мест, подчеркивая важную социальную значимость.

В 1953 г. в США создается Федеральное агентство - Администрация по делам малого бизнеса (АМБ) в США, которая по сей день отстаивает и защищает интересы малого бизнеса на правительственном уровне. На эту организацию возложена обязанность оказывать предпринимателям финансовую и консультационную поддержку, содействовать в получении правительственных заказов и в заключении контрактов с крупными предприятиями. Причем филиалы АМБ расположены во всех крупнейших городах, таким образом, политика поддержки малого и среднего бизнеса распространяется на все штаты.

Особое место занимает программа финансового содействия малому бизнесу в случае чрезвычайных обстоятельств (стихийных бедствий, социальных беспорядков, террористических актов) и программа государственного гарантирования аренды и страхования строительных подрядов, осуществляемых малыми предприятиями.

На малый бизнес в США распространяются специальные налоговые льготы, например «бонус первого года», когда налог выплачивается не со всей, а с половины налогооблагаемой суммы. Снижение абсолютных и относительных размеров федеральных налогов способствует развитию малого бизнеса, стимулируя создание небольших предприятий, усиливая их позиции в американской экономике, а значит, увеличивая количество новых рабочих мест.

Реализуется также специальная правительственная программа содействия малому бизнесу, принадлежащему национальным меньшинствам (в основе лежит Закон о равных возможностях и Закон об общественных работах и экономическом развитии).

В ряду наиболее эффективных мероприятий федерального масштаба, можно назвать такие программы как «Программа Инновационных исследований в малом бизнесе» (The Small Business Innovation Research - SBIR) и «Программа Трансферта технологий малого бизнеса» (The Small Business Technology Transfer Program - STTR). Обе эти программы координируются отделом технологий «Администрации Малого Бизнеса» (далее - агентство АМБ). [59]

Kumai

Благодаря государственной поддержке уже в начале 1990 в Китае стали создаваться так называемые «Зоны высоких технологий» (технопарки). Китайское Министерство Науки и Техники сообщает о создании 120 зон освоения высоких и новейших технологий различного уровня, из которых 53 — имеют государственное значение. Помимо льготных условий, предоставляемых центральным правительством, местные администрации и Комитеты по

управлению делами зоны также вырабатывают дополнительные льготные положения, в целях поощрения и привлечения отечественных и зарубежных инвесторов. Например, предприятия в зоне освоения новых и высоких технологий г.Харбина пользуются следующими дополнительными льготами:

1. Предприятия (с даты аккредитации) полностью освобождаются от подоходного налога за первые 3 года, 50% налога (по тарифу 7.5%) оплачивают за вторые 3 года, и, начиная с 7-го года, они платят подоходный налог полностью (по тарифу 15%).

2. Предприятия, стоимость производства на экспорт которого превышает 50% от его годовой валовой продукции, оплачивают подоходный налог по тарифу 10%.

3. Импортируемые приборы и оборудование, предназначенные для проведения исследований и освоения высоких технологий, которые не выпускает местная промышленность, освобождаются от таможенной импортной пошлины.

4. Предприятия пользуются рядом льготных условий при проведении капитального строительства на территории зоны.

Государственное регулирование деятельности научно-технических организаций, технопарков и инженерных центров проявляется, прежде всего, в определении направлений исследований и в развитии высокотехнологичных производства, а также в бюджетном финансировании стратегически важных разработок. Успех в развитии технологических парков и бизнес-инкубаторов способствовал стремительному расширению инновационной активности особенно в сфере малого бизнеса, что послужило мощным импульсом для формирования в КНР рынка венчурного капитала. Сейчас в стране действует (юнее 180 различных венчурных инвестиционных компаний (90% - правительственные, 8% - иностранные, а остальные 2% - совместные) с общим объёмом капиталовложений около \$30 млрд.

В стране эффективно действует система государственной и общественной поддержки и развития инновационных МСП, которая предусматривает:

- Оказание финансовой поддержки МСП для компенсации возможных рисков, предоставления оборотного капитала и субсидий в соответствии с действующим «Законом о поддержке МСП». В государственный бюджет введены статьи затрат на создание специальных фондов для развития МСП и оказание помощи финансовым институтам обслуживающим МСП.

- Уменьшение возможных предпринимательских рисков, особенно на ранних этапах развития предприятий, увеличивая их шансы на достижение успеха. Особое внимание уделяется возможности быстрого привлечения в сектор МСП частного венчурного капитала на достаточно выгодных условиях с учётом льготного налогообложения.

- Оказание бесплатной государственной технологической поддержки МСП, включая предоставление результатов научно-технических разработок, выполненных в государственных НИИ и лабораториях, а также путём свое-

временной информационной и консультационной поддержки предпринимателей.

- Государственную поддержку в обеспечении устойчивого взаимодействия МСП с крупными предприятиями при одновременном содействии в их реструктуризации и оптимизации использования имеющихся ресурсов. Особое внимание уделяется предпочтительному размещению в секторе МСП государственных заказов на товары и услуги. Политика правительства направлена на поддержку экспортных возможностей МСП при одновременном стимулировании предпринимателей к инвестициям за рубежом.

Министерство науки и техники КНР предполагает, что к 2020 году Китай войдет в число государств инновационного типа, к которым относятся, в частности, США, Япония, Республика Корея и Финляндия. Это будет обеспечиваться созданием целостной научно-технической системы развития инновационной деятельности в стране. [48]

Канада

МСП составляют 99,7 % от одного миллиона канадских предприятий. Большинство канадских МСП заняты в: сельском хозяйстве (13%), сфере профессиональных услуг (11%), а также оптовой и розничной торговле (11%).

В 1988 году Канада первой из экономически развитых стран приняла программу «Национальная политика предпринимательской деятельности». С тех пор Канада всегда проявляла интерес к поддержке МСП сектора.

В Канаде выработана программа создания и улучшения благоприятной среды или экономического климата путем:

- устранения или нейтрализации препятствий развития МСП;
- поддержки интересов МСП;
- содействия созданию МСП и способствования их росту и развитию.

В рамках деятельности Канадского правительства существует значительное число программ экономического информирования и экономической поддержки. Они действуют как в сельских, так и в городских районах Канады. Можно отметить такие программы как: Strategis, SEB, CFDC's, WEC и другие.

Strategis — это Интернет сайт правительства Канады, предоставляющий полную информацию и поддержку для предпринимателей в формате бизнес-планов и информацию о состоянии рынка по ключевым проблемам развития МСП.

SEB (Программа поддержки индивидуальной трудовой деятельности) предусматривает финансовую и техническую поддержку для категории безработных и лиц, получающих социальное пособие, собирающихся заняться индивидуальной трудовой деятельностью.

CFDS's (Бизнес-центры) предоставляют широкий спектр услуг для предпринимателей на местах, включая микро-кредитование, консультации, информационные услуги, подготовку молодых кадров. Бизнес-центры осуществляют также поддержку деятельности местных общественных объеди-

нспий, способствуют продвижению инвесторов в регионах. Результатом реализации этой программы стало создание и расширение деятельности тысяч новых предприятий, появление тысяч рабочих мест. Но что более важно, система бизнес-центров позволяет людям объединиться и самим определять будущее своего города или района.

WEC (Центр поддержки женского предпринимательства) предоставляет широкий спектр услуг и поддержку движению женского предпринимательства на местах, включая микро-кредитование, консультации, информационные услуги и подготовку кадров (бизнес инкубатор).

В Канаде многое делается для создания хорошей регуляторной системы. Излишний нормативно-правовой контроль заставляет предпринимателей переходить в сектор неофициальной и теневой экономики. Однако хороший контроль не означает нулевой контроль. Это просто меньшее нормативно-правовое регулирование бизнеса в комбинации с обязательными законами, которые защищают граждан от ущерба, который может быть им нанесен Фугими гражданами. Примером успешного решения нормативно-правовых вопросов является такой факт: в Канаде процесс открытия нового бизнеса занимает 3 дня и состоит из 2 процедур. Кроме того, сектор теневой экономики составляет 16,4%, тогда как средний показатель для высокоразвитых стран - 17,4%, в России же этот показатель составляет 46,1%. [101]

Финляндия

Малый и средний бизнес играет важную роль в социальной и экономической жизни Финляндии. Из общего числа зарегистрированных предприятий в стране более 90% относится к категории малых и средних предприятий (МСП). Их суммарный годовой оборот составляет 52% от общего оборота всех компаний, а доля в производстве ВВП - 50%.

Приоритетной поддержкой в Финляндии пользуются МСП в сфере наукоемких технологий. Правительством страны выбрано несколько основных научно-технических направлений, в которых Финляндия может реально претендовать на мировое лидерство: электроника, информационные технологии и телекоммуникации, химия, биотехнологии, лесо- и металлообработка, энергетика, судостроение.

Поддержка малого и среднего бизнеса в Финляндии осуществляется на четырех уровнях: международном (ЕС), национальном, региональном и местном уровнях.

На национальном уровне за разработку и реализацию системы поддержки МСП отвечает Министерство торговли и промышленности Финляндии. В ведении Министерства торговли и промышленности (МТП) находится деятельность ряда ведомств, участвующих в поддержке МСП, гарантийного фонда ИННВЕРА - государственной компании по специальному финансированию, ТЕКЕС государственного центра технологического развития, государственной инвестиционной компании Инвестиции финской промышленности», ФИНПРО - Ассоциации внешней торговли, региональных Центров занятости и экономического развития (ТЕ-центры). Кроме того, в дея-

тельности по оказанию услуг МСП на национальном уровне принимают участие практически все финские министерства, в первую очередь Министерство труда и социальных вопросов, Министерство сельского и лесного хозяйства, Министерство иностранных дел, Министерство образования.

К концу 1990-х гг. в Финляндии под руководством и управлением МТП была сформирована так называемая «группа семи» — специализированных компаний по поддержке МСП, в которую, кроме перечисленных, входят организация «Инвестируй в Финляндию» и Национальный фонд исследований и развития «СИТРА», деятельность которого курирует Парламент Финляндии.

Основную роль в работе по координации государственной поддержки МСП на региональном и местном уровнях, в которой принимают участие 9 финских министерств и Ассоциация региональных советов Финляндии, также играет Министерство торговли и промышленности, через подведомственные ему Центры занятости и экономического развития (ТЕ-центры, всего 15 центров на территории Финляндии) и региональные отделения Государственной специализированной финансовой компании «ФИННВЕРА».

Основополагающим документом в области поддержки МСП является разработанная МТП «Национальная промышленная стратегия Финляндии». В нем особо подчеркивается, что проблема финансирования является одной из самых сложных для предприятий малого и среднего бизнеса, а также то обстоятельство, что возможность облегченного доступа к финансированию может стать ключевым фактором в развитии этих предприятий.

Объем государственной финансовой помощи МСП зависит от нахождения предприятия в одной из трех «зон развития», на которые условно разделена Финляндия, и может составлять в процентах от полной стоимости необходимых затрат соответственно:

- зона развития I (Северные территории) - 30%;
- зона развития II (Восточные территории) - 24%;
- зона развития III (Южные территории) - 15%.

Особое значение в системе поддержки малых и средних предприятий имеет реализуемый в Финляндии комплекс мер, направленных на создание для них особого благоприятного режима в ряде отраслей и сфер производства путем предоставления налоговых, таможенных и тарифных льгот, в частности:

- налоговых льгот, предоставляемых для содействия развития строительной промышленности металлопромышленности;
- налоговых льгот судовладельцам;
- возврата импортной пошлины (в случае, если импортированные товары используются в производстве экспортных);
- освобождения от внесения уравнительных платежей;
- освобождения от уплаты НДС по экспорту (распространяется и на импорт товаров, используемых в производстве экспортной продукции);
- системы выравнивания цен на сырье для пищевой промышленности;

- дотаций отечественным экспортерам сельскохозяйственной продукции;

- снижения транспортных тарифов;

- выравнивания фрахтовых ставок;

- региональных транспортных субсидий (предназначенных для стимулирования перевозок через порты северной Финляндии и Сайменского канала).

Многолетний опыт Финляндии и других стран в сфере государственной поддержки МСП на различных уровнях вертикали власти мог бы быть применим и в Российской Федерации, где малые и средние предприятия могут в значительной мере способствовать экономическому росту и созданию новых рабочих мест. В этом отношении внимания заслуживают зарубежные наработки по следующим направлениям:

- S созданию кредитных кооперативов, других не банковских государственных кредитных институтов, предоставляющих на возвратной основе средства под инвестиционные проекты субъектам малого предпринимательства;

- S разработке действенного механизма государственных гарантий, обеспечивающих разделение рисков между государством, кредитными организациями и малыми предприятиями; развитию венчурного финансирования инновационных проектов малого предпринимательства;

- S эффективности использования государственного и муниципального имущества для развития системы малого предпринимательства;

- S совершенствованию информационной поддержки;

- S созданию и обеспечению доступа к государственным органам поддержки МСП в режиме реального времени через интернет-порталы и осуществлению «обратной связи» МСП с государственными организациями;

- S проведению активной антимонопольной политики и пресечению недобросовестной конкуренции по отношению к малым предприятиям;

- S осуществлению правового регулирования преимущественно через нормы прямого действия, установленные в законах, а не подзаконных актах. [38]

- S поддержке инновационной деятельности, осуществляемой на всех ее стадиях (от выполнения научно-исследовательской работы до реализации технологической продукции (услуг)). Как правило, государством предлагается целый спектр программ в зависимости от стадии развития технологии;

- S многокомпонентной поддержке инновационной деятельности, осуществляемой с учетом региональных особенностей и государственных приоритетов. Каждая из стадий развития и преобразования знаний получает финансовую, консультационную, информационную и другие виды поддержки;

- S программам, переводящим результаты исследований и разработок в стадию коммерческого приложения, а также комплексным программам поддержки начинающих технологических компаний. Государство, участвуя и гарантировании рисков и финансируя высокорисковые проекты, тем самым не подменяет собой бизнес, а компенсирует «провалы рынка»;

•f развитию связей науки с промышленностью через финансирование кооперативных НИОКР на доконкурентных стадиях. При этом сотрудничество выгодно как научным организациям, так и бизнес-сектору. Существенным стимулом в таких программах является передача прав на интеллектуальную собственность, созданную за счет бюджетных средств, в промышленность для ее последующей коммерциализации;

•S при создании инновационной инфраструктуры важно строить не только те элементы, которые непосредственно относятся к сфере науки и технологического производства. «Внешняя» инфраструктура - состояние дорог, аэропортов, других коммуникаций - должны быть привлекательными для потенциальных инвесторов, а не служить препятствием инновационному развитию. [41]

Вывод

В ходе мониторинга тенденций и закономерностей функционирования и развития предпринимательских структур сферы услуг был проведен анализ внешней и внутренней предпринимательской среды Красноярского края. В результате были сформированы следующие экономико-организационные проблемы развития ПС:

- трудности с приобретением сырья, оборудования;
- рост цен на сырье, материалы;
- трудности с арендой и приобретением помещений;
- проблемы со сбытом товаров и услуг;
- нехватка денежных оборотных средств;
- нормативно-правовые и административные барьеры;
- дефицит средств на развитие;
- большие налоги.

Так же в ходе исследования были выявлены основные тенденции и закономерности развития предпринимательства в сфере услуг по РФ:

- стабильный характер активности населения в сфере платных услуг;
- сфера услуг представляет собой самую динамичную часть потребительского рынка;
- уменьшается влияние ценового фактора на динамику объема платных услуг населению;
- рост удельного веса расходов на оплату жилищно-коммунальных услуг, услуг по ремонту и прочим бытовым, услуг учреждений культуры, образовательных услуг и связи;
- сокращение расходов на услуги, связанные с охраной здоровья и спортом;

Выявленные тенденции находят свое отражение и в развитии сферы услуг Красноярского края. Среди регионов Сибирского федерального округа

но итогам первого полугодия 2011 года по объему платных услуг на душу населения Красноярский край занял 2 место после Томской области.

В рамках города можно сделать выводы о том, что помимо традиционных видов услуг в последние годы активно развиваются клининговые услуги (профессиональная уборка помещений, окон и фасадов, установка грязезащитных систем), дизайнерские услуги, услуги гувернанток, нянь и сиделок.

В процессе своего развития предприятие сферы услуг сталкивается с большим количеством разного рода факторов, которые постоянно видоизменяются. Основными факторами, от которых напрямую зависит деятельность предприятия, являются покупатели, партнеры, клиенты. А другие виды факторов, в зависимости от стадии жизненного цикла предприятия сферы услуг, будут влиять в разной степени, и нарастание их будет постепенным. На самых первых стадиях сильное влияние оказывают такие факторы внешнего окружения, как налогообложение, цены на ЖКХ и ГСМ, муниципалитеты, в процессе развития предприятия приоритетными и напрямую влияющими факторами становятся политика и экономика, проводимая в стране, взаимоотношения государств и т. д.

Среди компаний Красноярского края преобладает мнение, что региональные администрации уделяют недостаточно внимания вопросам развития МСБ. Но при этом каждая десятая опрошенная компания участвует в какой-либо программе поддержки предпринимательства малого и среднего бизнеса, реализуемой региональными властями, и большинство компаний-участников ощущают пользу, которую им дает участие в программах. В муниципальных (районные или городские) программы поддержки МСБ вовлечено меньшее количество компаний. Также полученным результатом можно объяснить, почему так мало проектов развития предпринимательской структуры реализуется на практике: многие из предпринимателей даже не знают о возможности программы поддержки МСБ - отсюда и такой низкий процент участия в существующих проектах. Для улучшения сложившейся ситуации можно обратиться к опыту зарубежных стран в поддержке МСБ.

3. МЕТОДИКА РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР СФЕРЫ УСЛУГ

3.1. Сущность понятия «методика» в системе управления

Для эффективной деятельности предприятия должны применяться методы, наиболее соответствующие цели, соответственно необходимо их выбирать, разрабатывать и совершенствовать.

Для изучения места метода в системе и процессе управления рассмотрим взаимосвязь методов управления в системе категорий теории управления (рис. 3.1).



Рисунок 3.1 - Взаимосвязь категорий теории управления [63]

Из рисунка видно, что методы управления занимают определенное место в системе категорий теории управления. Они являются звеном в цепи: цели управления, которые базируются на законах и принципах управления - методы - приемы и способы выполнения операций в процессе управления.

Через методы реализуются управленческие функции, в применении этих методов - основное содержание управленческой деятельности.

Метод состоит из приемов и способов. Прием - это определенное действие, движение. Способ — порядок применения сил и средств. Таким обра-

чем, метод - это организация приемов и способов, обеспечивающая достижение цели.

Принципы - это рекомендации, правила, основанные на требованиях объективных законов.

Цель - одно из базовых понятий в системном подходе к выявлению взаимосвязей категорий теории управления. Существуют различные формулировки понятия «цель». Мы под целью будем понимать желаемый результат деятельности отдельного человека или всей организации. Цель, выступая предвосхищением результата работы, предполагает выбор средств его получения.

Средства достижения цели могут быть различными. Они зависят от сложившихся условий деятельности, культуры персонала управления, психологического климата коллектива.

Средства придают различную окраску последующим методам достижения поставленных целей. Они, например, делают методы безнравственными.

Цель в процессе управления оказывает влияние на методологию организации управления, организационную культуру. В соответствии с целью формируется механизм управления, строится система управления организацией. К сожалению, этому у нас придавалось значение, не соответствующее нежности. Существующая система управления в СССР не соответствовала провозглашаемой цели. Многократные попытки перестроить систему управления практически не реализовывались, что объективно привело к кризису всей системы.

Итак, метод деятельности - это внутренняя упорядоченность, согласованность применяемых приемов и способов для достижения определенной цели. Метод деятельности базируется на требованиях объективных законов развития управляемого объекта.

Знание методов целесообразной деятельности позволяет разобраться во всем количестве известных конкретных приемов и способов, придать им соответствующую организацию для достижения цели.

В философском плане метод — это явление, имеющее, естественно, • ную сущность. Сущность метода деятельности выражается в необходимых, устойчивых, закономерных внутренних связях, присущих приемам и способам управленческой деятельности в процессе достижения цели.

Каждое явление имеет содержание и форму. Методы деятельности характеризуются еще и направленностью. [63]

Конкретизация метода, доведение его до инструкции, алгоритма, четкого описания способа существования - это методика. [95]

Методика (греч. methodjke) в самом общем виде представляет собой совокупность методов, приемов и средств целесообразного проведения какой-либо работы.

Прием понимается как частное выражение метода, его конкретизация, носит по отношению к методу частный, подчиненный характер. Соотношение между методом и приемом можно рассматривать как взаимодействие

родового (метод) и видового (прием) понятий. Фактически каждый метод реализуется через совокупность отдельных приемов, которые накапливаются практикой, обобщаются теорией и рекомендуются к их использованию всеми специалистами.

Средство является более широким понятием, чем прием и метод, поскольку последние сами в определенных обстоятельствах могут выступать средствами. Средства - это совокупность материальных, эмоциональных, интеллектуальных и других условий, которые используются социальным педагогом для достижения поставленной цели. Средства сами по себе, по своей сути не являются способами деятельности, а становятся ими только тогда, когда используются для достижения какой-то цели.

Различая эти понятия, следует помнить, что в реальном процессе деятельности четкую границу между ними провести весьма сложно, так как методам свойственна подвижность, изменчивость. В одних ситуациях метод выступает как самостоятельный путь решения задачи, в других он входит в прием, который используется в различных обстоятельствах по-разному. [84] Например, методы для разработки стратегии используются в рамках формальных стратегических моделей. Прежде чем подробнее их рассмотреть обратимся к понятию стратегия.

Стратегия - программа, план, генеральный курс субъекта управления по достижению им стратегических целей в любой области деятельности. Стратегия должна:

а) синтезировать в себе технические, технологические, экологические, экономические, управленческие и другие аспекты развития объекта управления;

б) интегрировать различные стороны управляемого объекта, например, для организации - миссию, потенциал, структуру, корпоративную культуру, систему менеджмента и др.;

в) ориентировать на достижение не сиюминутных задач, а стратегических целей, обеспечивающих удовлетворение стратегических общественных, корпоративных и личных интересов;

г) воплощать в себе научные достижения в области экономики, техники, управления и других наук;

д) быть гибкой, учитывать многовариантность стратегических ситуаций, возникающих в пространстве и во времени;

е) концентрировать стратегические и тактические конкурентные преимущества субъектов и объектов управления, внешней среды, знания, умения и опыт всего коллектива. В разработке стратегии должны принимать участие все творческие работники организации (системы), а ответственность за конечные стратегические результаты (нулевой уровень дерева целей) должен нести первый руководитель, за промежуточные результаты (остальные уровни дерева целей) - соответствующие руководители и ответственные исполнители;

ж) быть умеренно рискованной, но не занижающей стратегические преимущества конкурентов и не завышающей свои преимущества.

Формирование стратегии фирмы, на наш взгляд, является одним из ключевых методических вопросов стратегического менеджмента. Поэтому с делаем исторический анализ концепций формирования стратегии фирмы по научным источникам, а затем сформулируем некоторые свои предложения **И Д** данному вопросу. Проанализировав различные подходы к данной проблеме предприниматель самостоятельно выберет наиболее подходящую для конкретной ситуации стратегию своей фирмы.

О.С. Виханский, А.И. Наумов [32] рассматривают известные базовые стратегии фирмы, шаги определения стратегии, ее выбор и выполнение.

Шаги определения стратегии:

- уяснение текущей стратегии;
- анализ внешних факторов;
- анализ внутренних факторов;
- анализ портфеля продукции;
- выбор стратегии (определение целей, интересов, ресурсов, обязательств фирмы, зависимости ее от внешней среды, оценка с учетом риска);
- организация выполнения стратегии.

Все подходы к разработке стратегии организации сводятся к теоретическому анализу в сочетании с интуицией разработчиков, которыми в первую очередь должны быть субъекты, детализирующие и реализующие стратегию. Важным является и то, что стратегия никогда не может быть продумана и просчитана до конца, а ее корректировка по мере изменения внешних и внутренних условий - процедура необходимая.

Из сказанного следует, что универсального, пригодного на все случаи жизни метода разработки стратегии не существует, но опыт подсказывает множество возможных методов разработки. [111]

Таблица 3.1 - Сравнительный анализ методов разработки стратегии развития ПС

Преимущества методов	Недостатки метода
Кластерный метод	
Метод представляет собой способ перехода ИИ неопределенности к оценке действий организации в условиях неопределенности. И [озволяет качественно улучшить систему управления с помощью механизма координации реакции сред	Задача метода заключается в построении «схемы» развития организации при тех или иных равных условиях, т.е. того, чего в действительности не может быть. Метод является высокотрудоемким
Метод использования интеллектуальных моделей	
Метод будущего. Позволяет максимально эффективно использовать «человеческий потенциал» организации	Отсутствие (на сегодня) внутренней готовности к использованию метода интеллектуальных моделей для большинства российских организаций
Метод экспертных оценок	
Доступность метода, относительная дешевизна и незначительные временные затраты	Метод экспертных оценок преимущественно основан на субъективном мнении экспертов

Метод оценки рыночного потенциала	
Охватывает все сферы внутренней деятельности предприятия, улучшает внутренние показатели его работы. Позволяет четко представить направления развития организации для эффективного взаимодействия с рынком. Дает возможность относительно объективной оценки изменения рыночного потенциала предприятия при различных вариантах стратегий развития	Отсутствует общепринятая методика оценки рыночного потенциала. Метод оценки рыночного потенциала требует значительных: временных и финансовых затрат
Метод оценки конкурентоспособности	
Метод оценки конкурентоспособности позволяет произвести детализированную оценку вариантов стратегий развития	Метод является достаточно затратным, не позволяет оперативно принимать решения. Нет общепринятой методики оценки
Метод оценки стратегии на основе матрицы экономического развития	
Метод позволяет произвести детализированную оценку вариантов стратегий развития организации	Высокотрудоемкий процесс, длительность проведения оценки минимизирует актуальность получения результатов
Система сбалансированных показателей (BSC)	
Позволяет реализовывать цели организации с минимизацией затрат в максимально сжатые сроки за счет согласования действий подразделений и сотрудников для достижения основной цели. Основной принцип - управлять можно только тем, что можно измерить	Система сбалансированных показателей используется преимущественно на этапе реализации стратегии организации

Из указанных методов (табл. 3.1), в данной работе были использованы следующие.

Метод экспертных оценок - это метод организации работы со специалистами-экспертами и обработки мнений экспертов, выраженных в количественной и/или качественной форме с целью подготовки информации для принятия решения.

Метод использования интеллектуальных моделей позволяет максимально эффективно использовать «человеческий потенциал» организации.

Также для выявления реальных и потенциальных возможностей ПС используется *метод оценки рыночного потенциала* - позволяет четко представить направления развития организации для эффективного взаимодействия с рынком. Дает возможность относительно объективной оценки изменения рыночного потенциала предприятия при различных вариантах стратегий развития.

В ходе мониторинга внутренней среды ПС используется *метод оценки конкурентоспособности ПС*. Позволяет произвести детализированную оценку вариантов стратегий развития

На этапе реализации стратегии ПС используется *метод системы сбалансированных показателей (BSC)*. Он позволяет реализовывать цели организации с минимизацией затрат в максимально сжатые сроки за счет согла-

сования действий подразделений и сотрудников для достижения основной цели.

На основе этих методов было разработано значительное количество формальных моделей и матриц (таблица Я).

Указанные модели позволяют оценивать результаты стратегического управления и являются своего рода инструментами стратегического анализа. Пик популярности таких моделей пришелся на середину 1970-х гг., затем они утратили свою популярность, уступив место творческому анализу. По нашему мнению, это объясняется тем, что они не учитывают специфических особенностей организаций, для которых разрабатывается стратегия. Однако они сохранили свою ценность для понимания отдельных аспектов стратегического управления организацией.

Разработчик конкурентной стратегии инновационного развития, обычно, сам определяет, сколько и какие именно частные исследования следует провести. Как правило, это количественные и (или) качественные исследования рынка. Должно быть проведено не менее 3–4 самостоятельных исследований, например SWOT-анализ, STEP-анализ, исследование по определению покупательских предпочтений, изучение и анализ имеющихся рисков, исследования входных отраслевых барьеров и т.п. [12]

Одна из *традиционных моделей разработки стратегий*, такая как SWOT-анализ, была использована в исследовательской части данной работы (глава 2).

Ставший сегодня уже азбучной истиной для менеджеров SWOT-анализ внешних и внутренних параметров организации позволяет:

- определить возможности и угрозы;
- построить матрицу SWOT-анализа;
- выбрать товары и рынки, на которых товары будут продаваться;
- построить экономическую стратегию, определив доступные ресурсы, необходимые для ее реализации.

SWOT-анализ во всех своих модификациях наиболее удобный и надёжный инструмент стратегического планирования. В курсах стратегического маркетинга SWOT-анализу уделяется самое пристальное внимание. Хотя после создания SWOT-анализа появилось много других подходов к изучению стратегического поведения фирм и их конкурентного окружения, тем не менее SWOT-анализ продолжает активно и продуктивно использоваться и совершенствоваться.

Для выбора стратегии предприятия инновационного развития целесообразно воспользоваться *матричным методом*. Для этого необходимо использовать данные об уровне инновационного развития, в зависимости от перспективности отрасли, которые необходимо сформировать в портфель стратегий. [93]

Разработка видения организации

Разнообразие самих организаций и их фактическое состояние объясняются различными состояниями внешней и внутренней среды ПС.

Многофакторность параметров, определяющих положение каждой конкретной ПС, не позволяет их систематизировать и формализовать процесс разработки образа существующего и желаемого состояния ПС.

Различный жизненный опыт работников ПС приводит к различному восприятию одних и тех же явлений, а неизбежные потери, искажения и опущения при вербальном описании самих ПС требуют долгих и болезненных в социальном плане согласований мнений. Поэтому эффективным является метод «рисования образов» (настоящего и будущего желаемого состояния ПС) и последующего их описания, для определения «разрыва» между мечтой и действительностью.

Формализовать процесс описания мечты и действительного состояния ПС можно путем заполнения матрицы видения (таблица 1), где настоящее и будущее состояния ПС представлены глазами стороннего наблюдателя и одного из работников ПС изнутри.

Взгляд со стороны направлен на оценку возможностей и угроз, определение конкурентного положения ПС и соответствия ее одной из типовых стратегий, а также установление, что из ресурсов поступает в организацию и что организация передает во внешнюю среду, переработав указанные ресурсы.

Видение изнутри направлено на описание потенциала организации (ее сильных сторон) и назревших проблем, определение ключевых компетенций организации, а также особенностей управления персоналом и ориентации самой организации.

На данном этапе особое искусство состоит в умелом трансформировании множества слабых сигналов в систему, представляющую настоящее и будущее организации.

Миссия ПС

Являясь платформой мотивации развития организации, миссия отражает амбиции лидера и его команды. Поэтому при разработке миссии учитывается потенциал не только организации и ее взаимодействие с внешней средой, но и взаимодействие субъектов целеполагания, имидж организации, положение выпускаемого продукта на рынке и многое другое. В любом случае необходимо помнить о том, что в разработке миссии должны принимать участие и те сотрудники, которые будут внедрять результаты разработки, - менеджеры среднего звена.

Для концентрации информации с целью составления формулировки миссии полезной является матрица, приведенная в таблице 1.

Миссия, представленная в матрице пятью направлениями, расшифровывается до содержания параметров, которым соответствуют определенные характеристики рассматриваемой организации. Указанные характеристики формулируются, заносятся в таблицу и ранжируются (например, по степени значимости для организации в целом и для формирования миссии в частности).

Аналогичным образом оцениваются параметры внутренней среды организации: определяются соответствующие им характеристики организации, которые ранжируются.

Окончательная формулировка миссии должна содержать наиболее значимые характеристики организации.

Цель ПС

Отталкиваясь от формулировки миссии, необходимо перейти к разработке стратегических целей организации. Известный голландский консультант Х. Виссема выделяет три типа стратегических целей:

- корпоративные (цели организации в целом);
- бизнес-цели (цели однородной группы конкретной деятельности);
- функциональные (цели функциональной деятельности).

Подобный подход не учитывает оценку влияния целей внешней среды и целей ПС как системы.

В таблице 1 приведена матрица, позволяющая выстраивать цели организации, определяемые как совокупность целей субъектов целеполагания субъектов различного уровня и направленности. Критерии приоритетности **целей** приведены в нижней части матрицы, но, как было показано выше, приоритетное значение имеет внутренние цели, и в первую очередь целеполагание менеджеров и собственников. Векторы остальных целей учитываются, но не являются доминирующими.

Решение об итоговой формулировке целей ПС принимается на уровне интуиции в силу многофакторности этого явления, но все сформулированные цели затем так или иначе будут использованы при детализации самой стратегии организации.

Стратегия ПС

Напомним, что под стратегией следует понимать модель достижения цели организации. Указанная модель должна отражать параметры образа организации, предназначение и конкретные цели ПС, поэтому следует воспользоваться наработанным материалом по философии бизнеса. Для разработки вербальной модели составим итоговую матрицу, включающую конкретные параметры ПС.

Матрица, представленная в таблице 1, включает описание внешних и внутренних характеристик ПС по трем составляющим философии бизнеса - видению, миссии и целям. Конкретное содержание указанных составляющих взято из соответствующих предыдущих матриц.

Матрицей предусмотрена оценка существующего и желаемого состояния бизнеса по 10-балльной шкале. Величина разрыва между желаемым и будущим определяет приоритетные направления разработки стратегии ПС.

Формулировка стратегии должна, с одной стороны, отражать движение в направлении устранения разрыва между настоящим и желаемым будущим, а с другой - вбирать в себя основное содержание стратегических целей, сформулированных на предыдущем этапе. [70]

При выборе стратегии инновационного развития предприятия предлагается применение *наноподхода*. Применение наноподхода в экономических исследованиях возможно посредством распространения теории нанотехнологий в экономическую сферу.

С учетом наноподхода инновационная система представляет собой совокупность независимых взаимосвязанных инновационных элементов разного размера, конфигурации и свойств, самоорганизующихся в более сложные структуры и точно направленных на достижение эффекта в процессе реализации инновационных целей. Элементы в составе инновационной системы создают единый механизм, функционирующий и развивающийся на основе нанопринципов.

Использование наноподхода к выбору стратегии инновационного развития возможно и целесообразно, поскольку он соответствует следующим требованиям выработки стратегии:

— ситуационный подход к принятию решения о выборе стратегии, что позволяет своевременно отследить изменения во внешней инновационной среде и сопоставить их с необходимой корректировкой внутренней инновационной среды, способной к реализации стратегии;

— обязательный контроль процесса стратегического выбора для взаимосвязки управленческих решений, их координации с общей стратегической целью экономической системы;

— сравнение положительных и отрицательных последствий реализации стратегии, которое должно проводиться на стадии выбора стратегии, чтобы избежать неверных управленческих решений, потерь ресурсов и времени, что особенно важно для инновационной сферы;

— стратегические решения должны сопоставляться с возможностями экономической системы реализовать инновационный проект в ближайшем инновационном цикле, чтобы сократить долгосрочные инвестиции, повысить ожидаемый эффект и уйти от дублирования функций и межфункциональных противоречий.

Выполнение следующих *принципов наноподхода* позволяет эффективно провести моделирование выбора стратегии развития предприятия:

1) принятие стратегического решения относительно его возможно реализации «снизу-вверх», т. е. усилиями инновационных наноэлементов;

2) возможность присоединения необходимых элементов (ресурсов, информации, функция, процессов) инновационной деятельности при реализации выбранной стратегии;

3) оценка наноэффекта при стратегическом выборе и на каждом этапе реализации инновационной стратегии;

4) «самосборка» инновационной стратегии из набора тактических решений инновационных наноэлементов;

5) возможность ускорения реализации стратегии (катализа инновационного процесса) при присоединении наноэлементов, обладающих необходимыми для этого свойствами, функциями, процессами, ресурсами;

6) чёткость в работе наноэлементов, «подбор» стратегии в точном соответствии с целями инновационной деятельности;

7) межфункциональное взаимодействие частей инновационной системы при реализации стратегического выбора;

8) направленность на усовершенствование системы при выборе стратегии;

9) гибкость принятия инновационных решений;

10) создание единого наномеханизма выбора инновационной стратегии.

Следует отметить, что процесс выбора стратегии инновационного развития представляет собой сложный механизм, который не только включает множество элементов, их взаимосвязи, но и комплекс факторов внешнего и внутреннего характера, что необходимо учитывать при принятии стратегического решения, а также особенности информационного взаимодействия элементов системы предприятия и его руководства. [92]

3.2. Методический подход к разработке стратегии инновационного развития предпринимательской структуры сферы услуг

Разнообразие рассмотренных выше методов, моделей и подходов к разработке стратегии составляет базу для *методики* разработки такой стратегии. В связи с этим, методика содержит в себе совокупность данных методов, моделей и подходов, представляет четкое описание способа существования каждого метода и доведение его до некоего алгоритма, инструкции. Главная задача методики сводится к тому, чтобы гармонично вписать методы разработки стратегии в соответствующий процесс развития ПС.

Методика разработки стратегии инновационного развития ПС сферы услуг в современной литературе пока еще недостаточно изучена. Однако необходимость в ней велика по причине того, что действительно значительный доход приносят только по-настоящему новаторские услуги и инновационная составляющая в области процессов, управления и в бизнес-моделях ПС сферы услуг. А традиционные источники конкурентных преимуществ постепенно уходят в прошлое. Сегодня, в условиях очень «плотно заселенного», высокотехнологичного и активного рынка, уже далеко не всегда удается получить конкурентные преимущества перед экономическими соперниками лишь за счет «классических» источников - доступа к дешевым ресурсам, удобного географического положения, снижения себестоимости продукции и других. Когда «классические» источники преимуществ исчерпаны, единственной возможностью выиграть в конкурентной борьбе становится создание и выпуск на рынок продукта в виде услуг, обладающего новыми качествами, отсутствующими у аналогов. Поэтому залогом успешного развития ПС сферы услуг являются инновации. Согласованно внести методы в процесс разработки стратегии инновационного развития ПС сферы услуг представляется актуальным в выработке конкретной методики для этого действия.

В общем виде процесс выбора стратегии инновационного развития, как правило, представлен следующими несколькими шагами (рис. 3.2).



Рисунок 3.2 - Процесс выбора стратегии инновационного развития [12]

Для разработки полноценной инновационной стратегии такого подхода, недостаточно, управленческие решения о стратегическом развитии бизнеса, и тем более инновационной направленности — это всегда самые важные решения, от которых зависит не только, как конкретной ПС развиваться дальше и сможет ли она достичь успеха, а сможет ли она вообще выжить на современном конкурентном рынке. [12] Именно через инновационную активность, по нашему мнению, достигается инновационное, а на этой основе - и экономическое развитие предприятия. В этой связи предлагаем считать равнозначными следующие понятия: «конкурентная стратегия инновационного развития ПС», «стратегия экономического развития на основе активной инновационной деятельности ПС», «инновационная стратегия». Такая стратегия подразумевает набор целевых установок и соответствующих им направлений деятельности, позволяющих мобилизовать ресурсы предприятия на разработку и реализацию проектов инновационной деятельности, обеспечивающих конкурентные преимущества, развитие и укрепление финансового положения ПС за счет информационного, технологического, а также экономического обновления. [105]

Так, руководителям ПС сферы услуг как на стадии зарождения их бизнесов, так и на стадии роста необходима методика разработки эффективной стратегии инновационного развития, опираясь на которую они могли бы выстраивать долговременную модель развития своего бизнеса.

Вследствие вышесказанного целесообразно предложить свой *методический подход к разработке стратегии инновационного развития предпринимательской структуры сферы услуг* (таблица 2), используя некоторые наработки в данной области. Под понятием «методический подход» предлагаем здесь понимать перечень последовательных шагов, алгоритм, позволяющий среднестатистическому руководителю ПС сферы услуг решить действительно нестандартную задачу — существенно повысить вероятность разработки *эффективной* стратегии инновационного развития своего предприятия.

По предлагаемому методическому подходу в рассматриваемом вопросе далее проведем подробный анализ по блокам выстроенного алгоритма.

1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ ОРИЕНТИРОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПС включает три последовательных этапа (рис. 3.3):



Рисунок 3.3 — Схема 1 стадии алгоритма [составлено авторами]

Этап 1. Определение миссии ПС (рис. 3.4).

Успешная конкурентная стратегия инновационного развития ПС сферы услуг требует ясного понимания направления развития, которое позволит организации в наилучшей степени воспользоваться благоприятной ситуацией на рынке и с максимальной эффективностью применить имеющиеся конкурентные преимущества. Поэтому первым этапом разработки стратегии является формулирование корпоративной миссии. Она не должна непосредственно вытекать из текущего состояния предприятия, форм и методов его работы, а являясь комплексной целью, выражать устремленность в будущее, показывать направление усилий и приоритетность ценностей. Сформулированная миссия служит ориентиром для всех последующих этапов стратегического планирования и одновременно накладывает определенные ограничения при анализе различных альтернатив деятельности. [105]

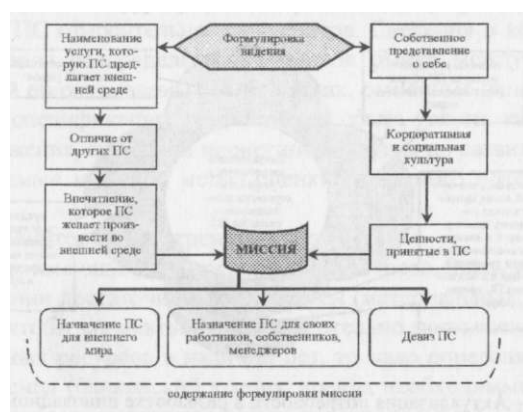


Рисунок 3.4 - Схема разработки миссии ПС [составлено авторами]

Используемые методы: матричный метод (матрица миссии).

Этап 2. Определение целей ПС (рис. 3.5).

Отталкиваясь от формулировки миссии, необходимо перейти к разработке стратегических целей организации.



Рисунок 3.5 — Схема разработки цели ПК [составлено авторами]

Используемые методы: матричный метод (матрица целей).

Этап 3. Актуализация потребности в разработке инновационной стратегии (рис. 3.6).

Выдвижение предварительной гипотезы о необходимости развития предприятия в инновационном направлении. [12]

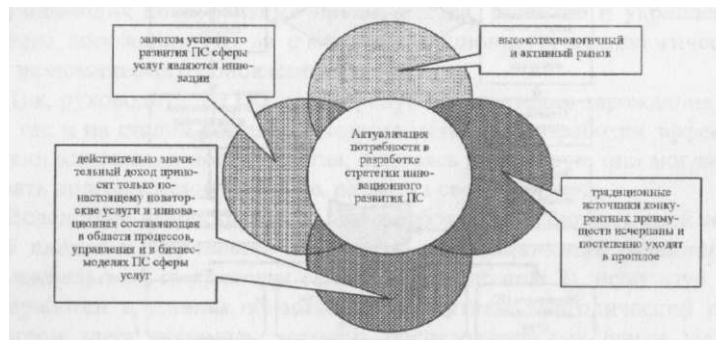


Рисунок 3.6 - Актуализация потребности в разработке инновационной стратегии [составлено авторами]

Используемые методы: метод оценки рыночного потенциала, метод оценки конкурентоспособности.

II. СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПК включает три последовательных этапа (рис. 3.7):

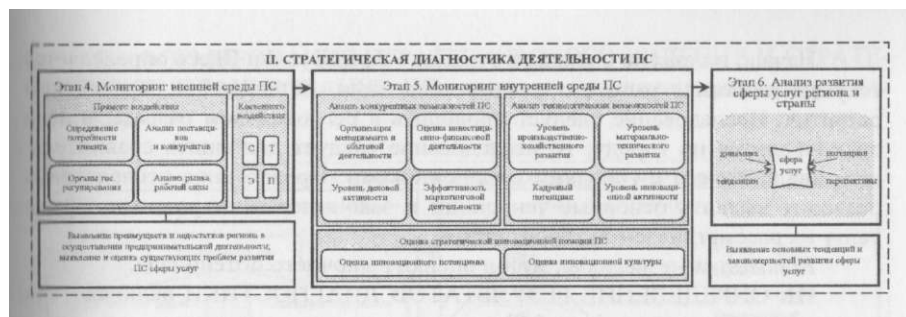


Рисунок 3.7 - Схема II стадии алгоритма [составлено авторами]

Этап 4. Мониторинг внешней среды ПС.

Включает в себя сбор и анализ информации об актуальных рыночных тенденциях, также проведение анализа отрасли (рыночной ниши) и рыночной конъюнктуры. Здесь определяется, насколько широк рынок и его текущая динамика.

Важно точно определить, кто является вашим клиентом, и знать, что он хочет, его основные потребности. При разработке конкурентной стратегии **или** инновационного развития необходимо ориентироваться на клиента.

При этом важно корректировать свои действия и в зависимости от поведения конкурентов. В этой связи, необходим сбор и анализ информации о конкурентах, их сильных и слабых сторонах, а также своей актуальной конкурентной позиции на рынке. На этом этапе определяется, в чем состоят основные отличия ПС от конкурентов, в чем заключаются преимущества и недостатки бизнеса ПС относительно конкурентов. Сведения о конкурентах подразумевают анализ распределения сегментов рынка между конкурентами, анализ сведений об оказываемых ими услугах, рыночные цены, скидки, условия договоров, спецификации, общий объем сбыта услуги, каналы и условия сбыта и продвижения, стратегии маркетинга и планы по развитию. [12]

Используемые методы: метод оценки рыночного потенциала (СТЭП-анализ).

Этап 5. Мониторинг внутренней среды ПС.

Это анализ имеющихся у предприятия ресурсов. Здесь важно выяснить, есть ли у компании достаточно возможностей (материальных, интеллектуальных) для того, чтобы справиться с предварительно поставленными задачами. Если необходимых ресурсов в наличии нет, то надо определить пути их возможного получения (банковский кредит, аренда необходимых площадей или оборудования, наем квалифицированного персонала и т.п.). [105]

Прохождение этих двух этапов позволит выявить и оценить существующие проблемы развития ПС сферы услуг. [12]

Используемые методы: метод оценки конкурентоспособности.

Этап 6. Анализ развития сферы услуг региона и страны.

Начало положено с анализа отрасли - сферы услуг. Здесь определяется текущая динамика рынка, основные тенденции, потенциал и перспективы развития. Исследование следует проводить в региональном разрезе, и если он проводится по городу, то исследование следует дополнить сравнительным анализом его с городами-миллионниками. Проведенное исследование позволит выявить основные тенденции и закономерности развития сферы услуг на рассматриваемой территории.

Используемые методы: метод оценки рыночного потенциала.

III. ОПРЕДЕЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ДИАГНОСТИКИ включает три последовательных этапа (рис. 3.8).

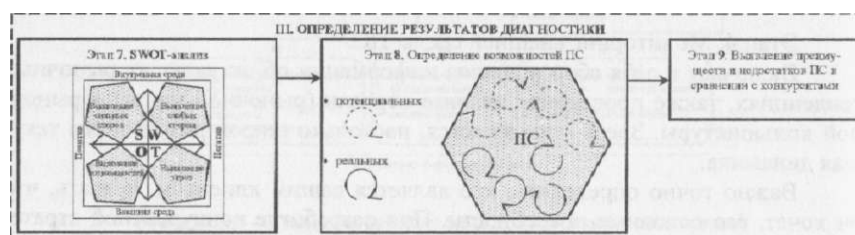


Рисунок 3.8 — Схема III стадии алгоритма [составлено авторами]

Основной задачей третьей стадии является обобщение результатов, полученных на предыдущей стадии, с целью определения реальных и потенциальных возможностей предприятия на основе построения матрицы стратегического положения. [105]

Этап 7. SWOT-анализ.

Следует выявить возможности, которыми располагают ПС для дальнейшего развития на рассматриваемой территории, и угрозы, которых при этом им следует избегать. Затем необходимо выявить сильные и слабые стороны в функционировании и развитии ПС. И наконец, получить целостную картину в рамках SWOT-анализа предоставляется возможным в виде матрицы.

Используемые методы: метод экспертных оценок, матричный метод.

Этап 8. Определение возможностей ПС.

На основе построенной матрицы стратегического положения ПС определяются ее реальные и потенциальные возможности.

Этап 9. Выявление преимуществ и недостатков региона в осуществлении предпринимательской деятельности

Выявление недостатков и преимуществ рассматриваемой территории для осуществления предпринимательской деятельности перед аналогичными территориями и регионами позволяет показать, какое положение занимает рассматриваемая территория по факторам прямого и косвенного воздействия на функционирование и развитие ПС на этой территории. [12]

IV. ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ВИДЕНИЯ И СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ПС включает два последовательных этапа (рис. 3.9).



Рисунок 3.9 - Схема IV стадии алгоритма [составлено авторами]

Этап 10. Формулирование сбалансированной системы стратегических целей и задач.

Выявленные возможности ПС становятся отправным пунктом для установления целей и последующего преобразования стратегического видения и направлений развития ПС в четко сформулированные стратегические задачи. Следует отметить, что выстраиваемая иерархия целей и задач устанавливает связь и обеспечивает ориентацию деятельности всех подразделений предприятия на достижение целей и задач системы в целом. [105]

Используемые методы: матричный метод (дерево целей).

Этап 11. Стратегическое планирование в ПС.

После формирования стратегических целей и задач, структурированных по функциональным областям ПС (кадры, финансы, маркетинг, управление, сбыт, производство и т.д.), на пятой стадии проводится их распределение по соответствующим уровням организационной иерархии. Следует выделить четыре стратегических уровня: корпоративный, деловой, функциональный и операционный. [105]

Корпоративный уровень управления представлен главным управляющим (генеральным директором, президентом корпорации и т.д.), советом директоров и другим старшим персоналом, принимающим стратегические решения для всей организации. Обычно в обязанности этих руководящих лиц входят: определение назначения, миссии и целей организации, выявление ключевых областей деятельности, выделение ресурсов для каждого вида деятельности, а также формулирование стратегий, которые охватывают корпоративную деятельность. Корпоративная стратегия включает также вопросы финансовой и организационной структуры предприятия в целом.

Деловой уровень предприятия состоит из руководителей отдельных хозяйственных подразделений, входящих в организацию, а также обеспечивающего их персонала. Главная роль этих управляющих состоит в том, чтобы перерабатывать общие сведения о направлении и намерениях поступающих с корпоративного уровня в конкретные стратегии групповой и индивидуальной деятельности.

На функциональном уровне исполнители не имеют возможности оценить всю широту картины, однако они отвечают за развитие функциональных стратегий, которые вписываются в стратегические задачи, поставленные управляющими на корпоративном и деловом уровнях предприятия.

На уровне оперативного управления создаются предпосылки или условия для решения стратегических задач. [100]

V. СТРАТЕГИЧЕСКИМ ВЫБОР включает четыре последовательных этапа (рис. 3.10). Сущность — формирование и анализ альтернативных направлений развития ПС.

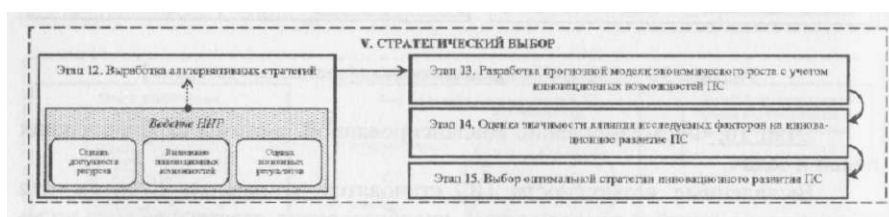


Рисунок 3.10 - Схема V стадии алгоритма [составлено авторами]

Этап 12. Выработка альтернативных стратегий.

Процесс создания альтернативных стратегий заключается в разработке как можно большего числа вариантов достижения поставленных целей и задач на основе имеющихся ресурсов. В свою очередь, для получения стратегических конкурентных преимуществ каждая альтернативная стратегия должна содержать набор элементов научно-технической политики, применяемой в ПС, поскольку охватывает все структурные звенья, определяющие научно-технический прогресс и разрабатывается по направлениям, связанным с оказанием как принципиально новой услуги, так и имеющейся на рынке, а также с совершенствованием уже оказываемой предприятием услуги. Успешная реализация научно-технической политики по решающим направлениям развития предприятия возможна лишь путем внедрения инноваций. [12]

Стратегия обеспечения конкурентоспособности ПС сферы услуг должна отвечать требованиям процессного, маркетингового и поведенческого подходов. [93]

Правильно сформированный портфель стратегий способствует более рациональному распределению ресурсов и, соответственно, влияет на эффективность деятельности предприятия в целом. [23]

Этап 13. Разработка прогнозной модели экономического роста с учетом инновационных возможностей ПС.

На данном этапе возникает необходимость выбора наиболее подходящих стратегий инновационного развития ПС из множества возможных, используя средства математического моделирования.

Математическое моделирование позволит прогнозировать вероятность экономического развития — получения улучшенных значений индикаторов

деятельности в последующих периодах при изменении исходных значений исследуемых параметров. [12]

Используемые методы: метод использования интеллектуальных моделей.

Этап 14. Оценка значимости влияния исследуемых факторов на инновационное развитие ПС.

Использование прогнозной модели позволяет определить значимость факторов в зависимости от их влияния на экономическое развитие, что может быть использовано при выборе оптимальной стратегии.

Проведенные исследования должны подтвердить либо опровергнуть обоснованность теоретически выбранной стратегии развития. [12]

Этап 15. Выбор оптимальной стратегии инновационного развития ПС.

На данном этапе осуществляется окончательный выбор и формулировка необходимого пути развития и определение необходимых действий, выполнение которых должно будет привести к решению поставленных стратегических задач. [12]

VI. РЕАЛИЗАЦИЯ ВЫБРАННОЙ СТРАТЕГИИ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ включает три последовательных этапа (рис. 3.11).



Рисунок 3.11 - Схема VI стадии алгоритма [составлено авторами]

Этап 16. Разработка планов действий.

На данном этапе составляется подробный план реализации разработанной конкурентной стратегии инновационного развития, в котором пошагово описываются все этапы необходимых изменений и ответственные за их исполнение.

Он включает в себя:

- использование системного подхода к оценке деятельности ПС с целью улучшения планирования, контроля и реализации стратегии;
- реализация системного подхода с помощью задачи о максимальном потоке с целью планирования выбранной стратегии по нескольким вариантам действий.

Также важным моментом является ясность конкурентной стратегии инновационного развития для участников ее реализации. Если стратегия излишне усложнена, ее основные составляющие не будут хорошо понятны и, следовательно, правильно реализованы в подразделениях организации.

Вместе с тем необходимо учесть будущие расходы, связанные с мотивацией участников реализации. Поэтому под эти цели обязательно должен быть запланирован необходимый бюджет. Каждый участник реализации кон-

курентной стратегии должен видеть перед собой не только задачи, но дополнительные материальные стимулы успешного выполнения этих задач. [12]

Используемые методы: метод системы сбалансированности показателей.

Этап 17. Проведение стратегических изменений.

На этом этапе ответственный за общее воплощение конкурентной стратегии осуществляет общую организацию всего процесса.

Все участники реализации конкурентной стратегии должны четко представлять свою роль в общем деле, выполнять все необходимые мероприятия точно и в поставленные сроки. В связи с этим при необходимости **нужно** проводить обучение персонала.

Отдельным важным и обязательно рекомендуемым к реализации мероприятием является определение мотивационной составляющей участников реализации инновационной стратегии. Важно понимать, что стимулирование участников процесса к качественному выполнению ими конкретных работ и достижению в срок поставленных задач будет являться дополнительной гарантией успешности воплощения всей конкурентной стратегии. [12]

Этап 18. Контроль за ходом выполнения стратегии.

Включает в себя:

контроль и мониторинг процесса внедрения - не менее важно, чтобы ответственный за реализацию стратегии осуществлял контроль за всеми участниками реализации стратегии инновационного развития, следил за правильным, полным и своевременным выполнением всех пунктов утвержденного плана. Полное выполнение всех пунктов плана может считаться завершением реализации новой конкурентной стратегии. Кроме того, важно, чтобы была установлена постоянная обратная связь ответственного за реализацию конкурентной стратегии со всеми участниками процесса. Это необходимо для того, чтобы лицо, принимающее решения, при необходимости всегда могло внести необходимые корректировки в стратегические цели и задачи отдельных пунктов плана.

- корректировка стратегии - на основании полученных выводов из результатов исследований делаются конкретные рекомендации, в соответствии с которыми в разрабатываемую конкурентную стратегию вносятся необходимые коррективы.

- оценка влияния выбранной стратегии на достижение целей - подводятся итоги всей проделанной работы. Выявляется, к каким результатам привели проведенные мероприятия, достигнуты ли поставленные стратегические цели, необходимые экономические показатели. Вслед за изменением рыночной ситуации ставятся соответствующие новые задачи, формируется новая конкурентная стратегия.

Это стадия является наиболее сложной и требует максимальных вложений средств и усилий. Если по тем или иным причинам стратегия не удовлетворяет требованиям обеспечения конкурентоспособности, то предприятию приходится дорабатывать цели организации, а, следовательно, возвращаться к начальному этапу стратегического планирования.

Если же ПС способна оказать востребованную услугу, то необходимо немедленно переходить к стадии производства. В условиях изменчивости і проса, конкурентоспособность продукта можно усилить путем инновационного обеспечения гибкого развития, которое способствует повышению уровня мобильности предложения и улучшению качества предоставляемых услуг.

Как показывает практика, у большинства руководителей ПС сферы услуг нет теоретической подготовки по вопросу стратегического развития бизнеса, особенно в инновационной направленности. Они не могут самостоятельно осознанно разработать и реализовать эффективную конкурентную стратегию инновационного развития, на дорогостоящих консультантов нет средств.

Предлагаемый методический подход к разработке стратегии инновационного развития предпринимательской структуры сферы услуг направлен именно на то, чтобы помочь руководителям ПС восполнить этот пробел, подсказать им, как самостоятельно можно изучить рынок и разработать успешную стратегию экономического развития на основе активной инновационной деятельности ПС сферы услуг. [12]

В результате реализации предложенного методического подхода к разработке стратегии инновационного развития ПС сферы услуг она должна принять следующий вид, который изображен на рис. 3.12.



Рисунок 3.12 - Элементы стратегии инновационного развития ПС сферы услуг
[составлено авторами]

Таким образом, предложенный порядок выбора оптимальной стратегии инновационного предприятия выполняется в несколько этапов, алгоритм отличается комплексным скоординированным подходом. Особенностью, предложенного подхода является то, что на этапе стратегического анализа помимо анализа внешней среды, в которой функционирует предприятие, внутренней среды самого предприятия, необходима оценка стратегического состояния инновационной деятельности, позволяющая определить уровень развития инновации на предприятии. [23]

Именно за счет выпуска на рынок уникальной продукции - ноу-хау, основанной на собственных инновационных разработках, достигается конкурентное преимущество. Для преодоления такого преимущества конкурентам надо либо разработать аналогичную продукцию, либо предложить нечто лучшее, либо заполучить ноу-хау с наименьшими затратами. Все эти пути требуют больших затрат времени и усилий конкурента. Это означает, что на некоторое время фирма оказывается в лидирующем и недосигаемом положении — то есть она является устойчиво конкурентоспособной. Это справедливо и применительно к уникальным технологиям и специалистам — эти ресурсы трудно воспроизвести вне компании.

При этом достигается еще одно очень важное преимущество на рынке - повышение репутации фирмы. Такое преимущество обычно формируется с большим трудом, очень медленно и требует крупных затрат на его поддержание.

Принимая вышесказанное во внимание, следует признать, что самые надежные стратегии обеспечения конкурентоспособности опираются на уникальность, лидерство, качество и выборочную специализацию производства услуг. Формирование и поддержание конкурентного преимущества затрагивает весь механизм деятельности организации, связанный с созданием, производством и реализацией продукции (услуг). Основными принципами формирования и поддержания конкурентных преимуществ являются:

- стремление руководства организации к улучшениям, новшествам и переменам во всех аспектах хозяйственной деятельности организации;
- совершенствование и увеличение количества источников конкурентного преимущества, способствующее сохранению его деятельности и устойчивости на рынке;
- применение системного подхода к формированию конкурентного преимущества, охватывающего весь механизм деятельности ПС.

При этом к фактору успеха относится инновационный инструментарий современной экономики, открывающий более широкий спектр потенциальных возможностей гибкости для долгосрочного поддержания инновационной активности ПС, его конкурентоспособности, критерием которой выступает способность максимально полно использовать свои потенциальные возможности.

Таким образом, конкурентная стратегия инновационного развития ПС сферы услуг определяется как совокупность правил и приемов, которыми должно руководствоваться предприятие, целью которого является достижение и поддержание конкурентоспособности в соответствующей отрасли. [93]

3.3. Механизм и оценка эффективности реализации стратегии инновационного развития ПС сферы услуг

Развитие предприятия в долгосрочной перспективе, с высокими показателями устойчивости и эффективности функционирования, это основная цель большинства предприятий сферы услуг, но достичь ее достаточно **сложно**, из-за отсутствия необходимой и адекватной методологической базы, **которая** является основой в организационно-экономическом механизме. [46] **благодаря** механизму реализации стратегии инновационного развития ПС сферы услуг становится возможным за счет определенных методов, средств, принципов, подходов и инструментов воздействовать на объект управления, **адаптируя** его под сложившуюся ситуацию и привнося тем самым ему **гибкость**, с помощью чего можно достичь высокого уровня инновационного развития и продолжать, тем самым, двигаться к поставленной цели.

Рассматривая в целом организационно-экономический механизм реализации стратегии инновационного развития ПС сферы услуг [рисунок 3], его можно представить в виде схемы (рис. 3.13), которая отражает общие и основные его элементы во взаимосвязи друг с другом.



Рисунок 3.13 - Организационно-экономический механизм реализации стратегии инновационного развития ПС сферы услуг [составлено авторами]

Исходя из анализа научной литературы, сам организационно-экономический механизм управления реализацией стратегии инновационного развития, мы представляем, как комплекс рычагов и методов воздействия, регулируемых нормативно-правовой документацией, основанной на достаточной и достоверной информации о состоянии и тенденциях развития, организационной среды предприятия сферы услуг при ресурсном его обеспечении, и позволяющих административно-управленческому персоналу реализовывать данную стратегию при минимальных временных и других ресурсных затратах.

В структуру организационно-экономического механизма управления реализацией стратегии инновационного развития входят взаимосвязанные элементы такие, как:

- цели, задачи, функции стратегического управления;
- « принципы инновационной деятельности предприятия;
- субъекты стратегического управления;
- объекты стратегического управления;
- нормативно-правовое обеспечение;
- методологическое обеспечение;
- информационное обеспечение;
- управленческий регламент.

Итак, выделяя в организационно-экономическом механизме рычаги воздействия (рис. 3.14), можно сказать, что они согласовывают деятельность персонала [44] для обеспечения целенаправленной деятельности, которая позволяет предприятию сферы услуг функционировать и развиваться.



Рисунок 3.14 - Рычаги механизма управления [46]

Данные рычаги можно дифференцировать, как, личностные, экономические, организационные, социально-психологические, информационные и фупповые. Каждый вид этих рычагов является определенным «ключом» к управлению предприятием - воздействуя на тот или иной рычаг, менеджер достигает тех целей, которые он поставил перед собой, поэтому эффективное управление позволяет достигать максимальных результатов при минимальных целенаправленных воздействиях на рычаги механизма управления.

Любой организационно-экономический механизм также требует организаторской, распорядительной деятельности, координации усилий работников отдельных подразделений, отдельных функций, отдельных элементов управляемой системы. Через взаимосвязь организационных отношений, составляющих часть механизма управления, реализуется одна из важнейших функций менеджмента - функция организации.

Для эффективной реализации стратегии инновационного развития, она подразделяется на конкретные задачи (рис. 3.15).

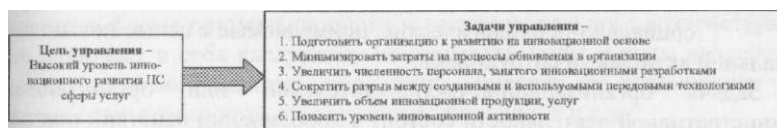


Рисунок 3.15 — Цели и задачи стратегии инновационного развития [составлено авторами]

Задачи управления, в свою очередь, осуществляются за счет методов управления (рис. 3.16). Прежде чем представить полноценный вид организационно-экономического механизма реализации инновационной стратегии, целесообразно более подробно рассмотреть эти методы.

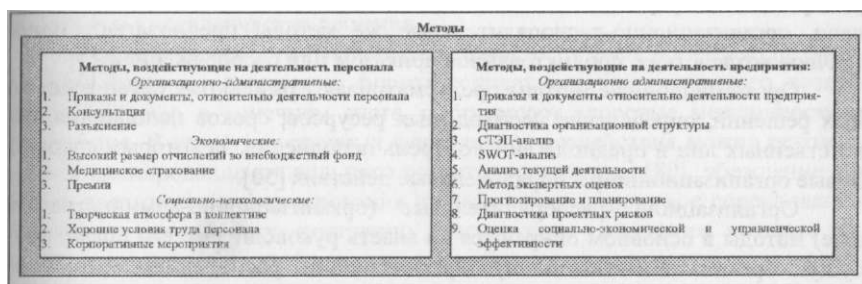


Рисунок 3.16 — Методы воздействия на объект управления [составлено авторами]

Среди них основными являются организационно-распорядительные, или организационно-административные, экономические и социально-психологические методы. В последнее время приобретают значение и со-

психологические методы. Все эти методы управления не могут действовать изолированно друг от друга, так как представляют совокупность способов воздействия управляющей системы на управляемую, для достижения определенной цели, решения необходимых задач.

Вообще метод управления - это совокупность приемов и способов воздействия на управляемый объект для достижения целей [74].

Содержание методов управления — это специфика приемов и способов воздействия. Организационная форма методов управления — воздействие на конкретно сложившуюся ситуацию. Оно может быть прямым (непосредственным) или косвенным (постановка задачи и создание стимулирующих условий).

В связи с вышеизложенным выделяются следующие методы управления [51]:

- организационно-распорядительные, или организационно-административные, основанные на прямых директивных указаниях;
- экономические, обусловленные экономическими стимулами;
- социально-психологические, применяемые с целью повышения социальной активности сотрудников.

Задача организационно-распорядительной или организационно-административной деятельности состоит в координации действий подчиненных. Организационно-административное воздействие обеспечивает четкость, дисциплинированность и порядок работы в коллективе, искусство менеджера будет проявляться в умении определить оптимальное сочетание организационно-административных и экономических методов.

Организационно-административные методы решают те же задачи, что и экономические методы, но отличаются формами и приемами воздействия. Различие в том, что экономические методы разрешают руководителям выбирать различные формы и приемы воздействия для решения определенной задачи, организационно-распорядительные же методы предполагают однозначное воздействие, продиктованное приказом или распоряжением.

Организационные методы предусматривают разработку организационных решений, определение необходимых ресурсов, сроков исполнения, ответственных лиц и предполагают контроль исполнения, за которым следуют новые организационно-распорядительные действия [50].

Организационно-распорядительные (организационно-административные) методы в основном опираются на власть руководителя, его права, присущую организации дисциплину. Организационно-распорядительные методы оказывают прямое воздействие на управляемый объект через приказы, распоряжения, оперативные указания, отдаваемые письменно или устно, через контроль за их выполнением, а также систему административных средств поддержания трудовой дисциплины и т.д. Эти методы помогают обеспечить организационную четкость и дисциплину труда. Регламентируются они правовыми актами трудового и хозяйственного законодательства.

В общем виде система организационно-распорядительных (организационно-административных) методов может быть представлена как совокупность двух равнозначных элементов:

1. Воздействие на структуру управления (регламентация деятельности и нормирование в системе управления).

2. Воздействие на процесс управления (подготовка, принятие, организация выполнения и контроль над управленческими решениями).

Организационное воздействие на структуру управления осуществляется в большинстве случаев путем организационного регламентирования, нормирования, организационно-методического инструктирования и проектирования [94].

Принятые в коллективе методы руководства оказывают влияние на формирование системы подчинения. Формы подчинения должны носить самый благожелательный прогрессивный характер и не вызывать таких эмоций, как унижение, неловкость, досада, раздражение и даже стресс.

В целом организационно-административные методы руководства существуют в форме организационного и распорядительного воздействия, которое включает в себя следующие компоненты: виды и типы воздействия; адресат; постановку задания; определение критерия его выполнения; установление ответственности; инструктаж подчиненных и т.д.

В случае использования экономических методов управления коллектив распоряжается материальными фондами самостоятельно, так же как и полученным доходом (прибылью), заработной платой, и самостоятельно реализует свои экономические интересы.

Необходимость использования в практике управления организацией социально-психологических методов руководства очевидна, так как они позволяют своевременно учитывать мотивы деятельности и потребности работников, видеть перспективы изменения конкретной ситуации, принимать оптимальные управленческие решения.

Успех деятельности руководителя зависит от того, насколько правильно применяет он различные формы социально-психологического воздействия, которые, в конечном счете, сформируют здоровые межличностные отношения. В качестве основных форм такого воздействия можно рекомендовать планирование социального развития коллектива [80], убеждение как метод воспитания и формирования личности, экономическое соревнование, критику и самокритику, постоянно действующие совещания, которые выступают как метод и как форма участия работников в управлении, различного рода ритуалы и традиции.

Рычаги и методы воздействия на объект управления регламентируются соответствующей нормативно-правовой документацией, которая основывается на информации о состоянии и тенденциях развития организационной среды ПС сферы услуг. Обеспечение достаточного объема и достоверности новой информации обеспечивается комплексным обеспечением инновационной деятельности (рис. 3.17).

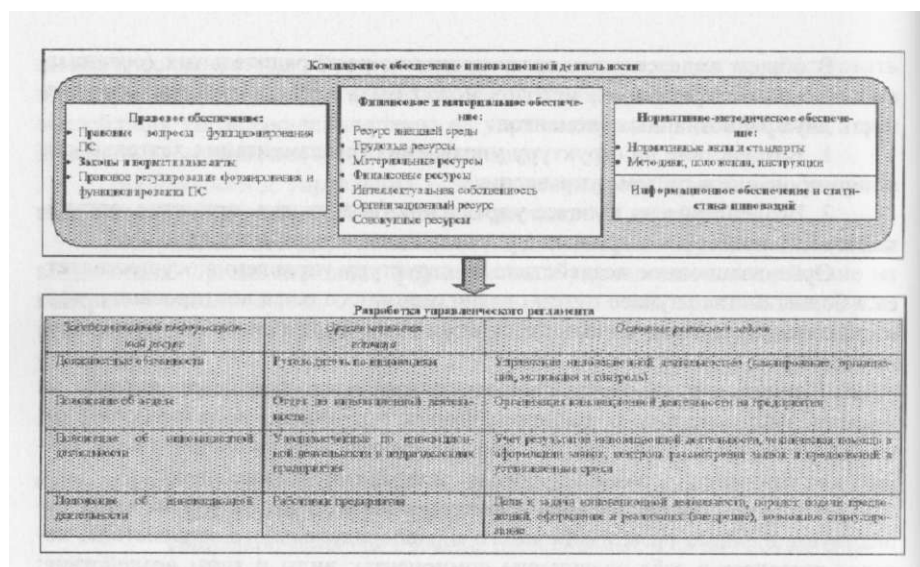


Рисунок 3.17- взаимосвязь комплексного обеспечения инновационной деятельности и разработки управленческого регламента инновационной деятельности [составлено авторами]

В современных условиях рынка для обеспечения успешной деятельности организации, приобретает большую значимость сохранение ориентации методов управления на принципы инновационного менеджмента (рис. 3.18):

- Формирование и поддержание благоприятного инновационного климата
- Определение приоритетных направлений инновационной деятельности
- Нацеленность инновационной деятельности на потребителя
- Максимальное сокращение сроков разработки и внедрения нововведений.

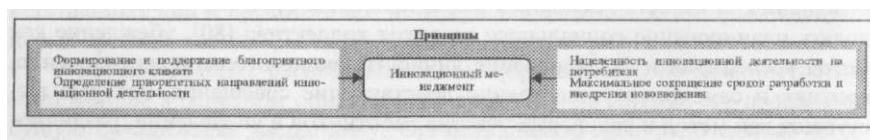


Рисунок 3.18 - Принципы инновационного менеджмента [составлено авторами]

Таким образом, наглядно показана важность разработки не только элементов механизма реализации стратегии в отдельности, но и их взаимосвязи и взаимозависимости. Также необходимо учитывать специфику выбранного направления развития. Вообще этап реализации стратегии — один

in наиболее важных составляющих стратегического управления в организации, так как именно качество внедрения стратегических изменений оказывает ключевое влияние на достижение целей выбранной стратегии развития.

Для определения степени достижения поставленных целей на долгосрочный период в ПС проводится оценка эффективности реализации стратегии. Далее рассмотрим, как ее следует осуществлять применительно к ПС сферы услуг. Предлагается осуществлять оценку в двух направлениях, а значит сам процесс - разделять на две фазы (рисунок 4).

I. Оценка уровня инновационного развития ПС сферы услуг.

Для этого в теоретической части работы представлен набор показателей и комплекс методов их оценки (рис. 2.24). На их основе целесообразно предложить авторский подход к оценке уровня инновационного развития ПС сферы услуг в несколько этапов.

Основные принципы, на которых базируется данный методический подход, заключаются в следующем:

используемые критерии и показатели имеют прикладной характер, в динамике способны характеризовать процесс его инновационного развития;

полученные критерии и показатели сопоставимы с факторами внешней и внутренней среды, которые оказали влияние на результаты;

в полученных критериях и показателях заинтересованы как сама ПС, так и сторонние пользователи информации (инвесторы, партнеры, региональные органы власти для государственной поддержки).

1 этап. Формирование экспертной группы.

В ходе текущего анализа применение экспертного метода оценки обосновано тем, что большинство информации содержит не количественные жываленты, а качественные. Бесспорно, в таких случаях необходимо опираться на опыт, знания и интуицию специалистов.

Для проведения работы по методу экспертных оценок необходимо создать Рабочую группу, которая и организует деятельность экспертов, объединенных в экспертную комиссию. Основные задачи этой группы в проводимом анализе:

- определение цели и задач экспертизы;
- разработка процедур проведения экспертизы;
- отбор, проверка компетентности и формирование группы экспертов;
- проведение опроса экспертов и получение их оценок по каждому показателю;
- обработка, формализация и интерпретация полученной информации.

Результаты экспертных оценок являются основой для определения уровня инновационного развития ПС сферы услуг в дальнейшем.

2 этап. Оценивание экспертами определенных значений показателей для оценки уровня инновационного развития ПС сферы услуг.

В связи с этой задачей, для формализации результатов исследования по предлагаемым критериям (рис. 2.24) используется балльная оценка. Метод балльной оценки заключается в следующем: отдельным позициям присваивается некоторый балл в соответствии с их важностью и значимостью и, соответственно, из суммы баллов выводится оценка, которая является количественной характеристикой уровня инновационного развития ПС.

Для этих критериев и показателей, как правило, разрабатываются шкалы для измерения определенных значений показателей. Изучение их в динамике за определенный период позволяет установить сформировавшиеся тенденции, а также определить перспективы дальнейшего развития.

Для присвоения баллов значениям показателей предлагается следующая шкала оценки: нулевой уровень значения показателя - 0 баллов, низкий уровень - 1 балл, средний уровень - 2 балла, высокий уровень - 3 балла. Критерии оценки значений показателей, определяемых расчетным путем, установлены на основе средних показателей для отрасли, оцениваемых с помощью метода экспертных оценок.

Оценочные интервалы определены исходя из деления шкалы оценок (от 0 до 1) на четыре группы с последующим присвоением интервалу следующих значений:

- S с нулевыми значениями показателей (от 0 до 0,19) - ноль баллов, с наименьшими значениями показателей (от 0,20 до 0,39; от 0,80 до 1) - один балл,
- S со средними значениями показателей (от 0,60 до 0,79) - два балла, с наибольшими значениями показателей (от 0,40 до 0,59) - три балла.

Если показатель сложно или невозможно достоверно оценить количественно, то для анализа принимается положительный экспертный ответ, которому присваивается три балла, или отрицательный, которому присваивается ноль баллов.

3 этап. Формирование категорий инновационного развития, уровней инновационного развития и классов инновационной чувствительности ПС (табл. 3.8).

Таблица 3.8 - Категории и уровни инновационного развития, и классы инновационной чувствительности ПС [37]

Категории инновационного развития	Интервал коэффициента инновационное™ развития	Присвоение баллов	Уровень инновационного развития	Характеристика инновационной чувствительности
I	0-0,19	0	нулевой	нечувствительная
II	0,20-0,39	1	низкий	низкочувствительная
III	0,40-0,59	3	высокий	высокочувствительная
IV	0,60-0,79	2	средний	чувствительная
V	0,80-1	1	низкий	низкочувствительная

Максимальным уровнем инновационного развития и инновационной чувствительности ПС в рамках данного исследования следует считать интервал значений коэффициента инновационное™ от 0,40 до 0,59 третьей категории. [37]

Смысл, заложенный в таблице, заключается в том, что развитие инновации может происходить по некоторой кривой, в которой оно достигает своего пика и после продукт (или услуга) постепенно теряет инновационную составляющую, т.е. инновация перестает быть инновацией как таковой (рис. 3.19).

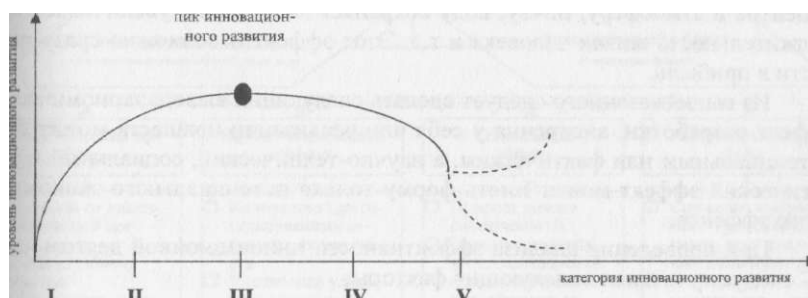


Рисунок 3.19 —Кривая инновационного развития [составлено авторами]

4 этап. Подведение итогов исследования.

Результаты оценки уровня инновационного развития ПС по предлагаемому подходу позволят определить динамику, модель, эффективность инновационного развития ПС, определить уровень инновационной чувствительности.

В том случае, если не достигнут планируемый результат, необходимо корректирование стратегии в соответствии с полученными данными. Это означает переход к этапу выработки альтернативных стратегий в методическом подходе к разработке стратегии инновационного развития ПС сферы услуг.

II. Оценка эффективности деятельности ПС в осуществлении инновационной деятельности.

Данная эффективность выражается через экономические и финансовые показатели. В условиях рыночных отношений не может быть унифицированной системы показателей. Каждый инвестор самостоятельно определяет эту систему, исходя из особенностей инновационного проекта, профессионализма специалистов и менеджеров и других факторов.

Внедрение новшеств может дать четыре вида эффекта:

- экономический;
- научно-технический;
- социальный;
- экологический.

За счет получения экономического эффекта в форме прибыли осуществляется комплексное развитие и повышение благосостояния сотрудников.

Остальные виды эффекта несут в себе потенциальный экономический эффект. Например, разработанное в ПС изобретение как новшество высшего уровня может дать экономический эффект после реализации услуги на основе изобретения. Или повышение степени удовлетворения физиологических потребностей сотрудников ПС и их семей повысит производительность труда, качество воспроизводства трудовых ресурсов и т.д., что не определяется сразу в форме экономического эффекта. Снижение выбросов вредных компонентов в атмосферу, почву, воду сохраняет экосистему, увеличивает продолжительность жизни человека и т.д. Этот эффект невозможно сразу перевести в прибыль.

Из вышесказанного следует сделать следующий вывод: экономический эффект разработки, внедрения у себя или реализации новшеств может быть потенциальным или фактическим, а научно-технический, социальный и экологический эффект может иметь форму только потенциального экономического эффекта.

При проведении анализа эффективности инновационной деятельности ПС следует учитывать следующие факторы:

- фактор времени;
- фактор качества;
- фактор масштаба;
- фактор освоенности объекта в производстве;
- метод получения информации;
- условия применения объекта;
- фактор инфляции;
- фактор риска (прежде всего технологического и коммерческого)

и неопределенности.

В настоящее время в практике применяются следующие показатели эффективности инновационной деятельности (рис. 3.20).

На основе представленного набора показателей и таких методов их оценки как сравнение, балансовый, индексный, факторный и др. целесообразно рассмотреть основные этапы анализа эффективности инновационной деятельности ПС сферы услуг:

- | | |
|---------|--|
| 1 этап. | Формулирование целей и задач анализа. |
| 2 этап. | Формирование временной творческой группы для проведения анализа. |
| 3 этап. | Разработка проекта программы анализа. |
| 4 этап. | Подготовка и издание приказа о целях, группе, ее правах и обязанностях, программе анализа. |
| 5 этап. | Выбор методов выполнения работ. |
| 6 этап. | Сбор, обработка необходимой информации, документов и т.д. |

- 7 этап. Проведение анализа по перечисленным выше задачам и системе показателей (рис. 3.20).
- 8 этап. Подготовка, согласование и утверждение отчета о проделанной работе.
- 9 этап. Принятие мер по результатам анализа. [103]

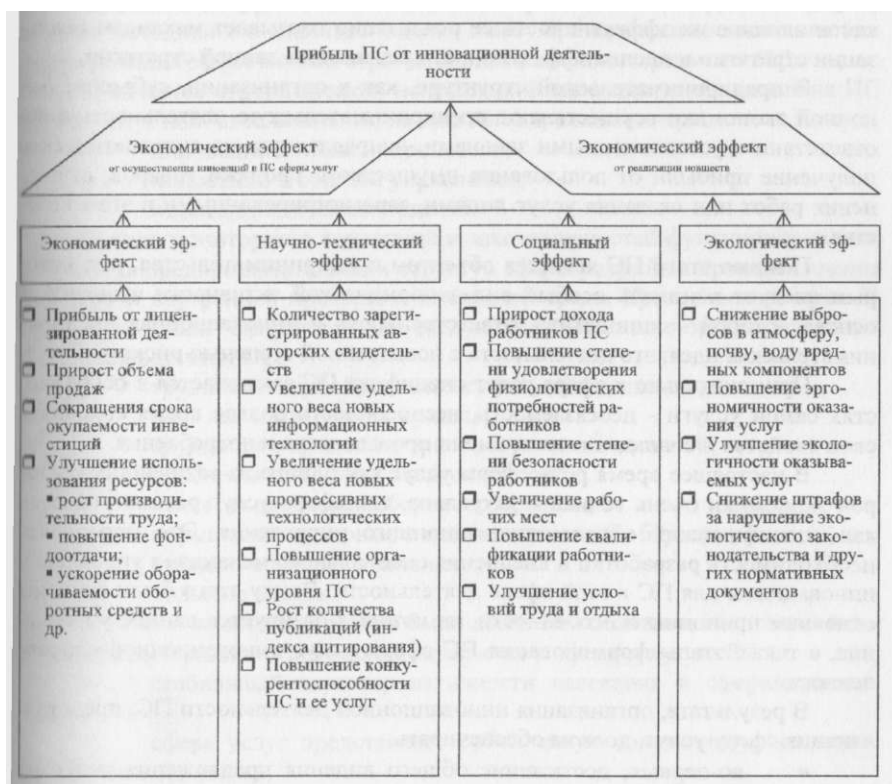


Рисунок 3.20 - Система показателей эффективности инновационной деятельности ПС сферы услуг [103]

В заключение следует сказать, что важность оценки эффективности реализации стратегии инновационного развития определяется тем, что менеджеру необходимо понять, сработал ли механизм реализации стратегии инновационного развития, насколько этот механизм способен приблизить ПС к стратегической цели. Ведь оценка напрямую показывает эффективность внедрения стратегии в ПС.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе выполнения научно-исследовательской работы были выполнены поставленные задачи. Анализ научной литературы и статистической информации позволил авторам сформировать методический подход разработки стратегии инновационного развития ПС сферы услуг, и выявить какое влияние на эффективность ее реализации оказывает механизм реализации стратегии и оценка эффективности реализации данной стратегии.

В предпринимательской структуре, как в организации, субъекты рыночной экономики осуществляют предпринимательскую деятельность в соответствии с установленными законами, направленную на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве.

Помимо этого ПС является объектом предпринимательства, под которым следует понимать особый вид экономической активности человека, в основе которой — инициатива, ответственность и инновационная предпринимательская идея; это деятельность с повышенной степенью риска.

Применительно к сфере услуг специфика ПС заключается в особенностях самой услуги - неосязаемость, неспособность долгое время сохранять свои свойства и совпадение по времени производства и потребления.

В настоящее время роль сферы услуг как одного из важнейших секторов экономики очень велика и актуальна, т.к. сфера услуг рассматривается как специфический объект инновационного управления. Это определяет необходимость разработки и внедрения специального механизма управления инновациями для ПС в этой сфере деятельности. Ввиду этого были изучены основные принципы и особенности, на которых базируется данное управление, а также этапы формирования ПС сферы услуг инновационной направленности.

В результате, организация инновационной деятельности ПС, представляющих сферу услуг, должна обеспечивать:

- во-первых, достижение общего видения предложения услуг на потребительском рынке;
- во-вторых, определение стратегических приоритетов в преобразовании данной сферы;
- в-третьих, разработку стратегии деятельности предприятий в длительной перспективе;
- в-четвертых, создание системы коммуникаций, ориентированной на реализацию услуг;
- в-пятых, формирование инновационного персонала с определением зон ответственности за результаты работы;
- в-шестых, внедрение системного контроллинга процессов развития услуг на потребительском рынке.

В области планирования инноваций, инновационной деятельности и ст инновационного развития в ПС ценным инструментом управления является анализ и оценка уровня инновационного развития. В этом отношении была предложена методика, основанная на системном подходе, включающая и себя три этапа, с использованием методов балльной и экспертной оценки.

Определение уровня инновационного развития ПС в рамках предложенной методики его анализа и оценки имеет принципиальное значение для формирования эффективных стратегий инновационного развития ПС.

В качестве стратегических направлений инновационного развития ПС сферы услуг наиболее важными, на наш взгляд, являются три:

- инновации в области процессов;
- инновации в области управления;
- инновации в бизнес-моделях.

В ходе мониторинга тенденций и закономерностей функционирования п развития предпринимательских структур сферы услуг был проведен анализ нпешней и внутренней предпринимательской среды Красноярского края. В результате были сформированы следующие экономико-организационные проблемы развития ПС:

- трудности с приобретением сырья, оборудования;
- рост цен на сырье, материалы;
- трудности с арендой и приобретением помещений;
- проблемы со сбытом товаров и услуг;
- нехватка денежных оборотных средств;
- нормативно-правовые и административные барьеры;
- дефицит средств на развитие;
- большие налоги.

Так же в ходе исследования были выявлены основные тенденции и закономерности развития предпринимательства в сфере услуг по РФ:

- стабильный характер активности населения в сфере платных услуг;
- сфера услуг представляет собой самую динамичную часть потребительского рынка;
- уменьшается влияние ценового фактора на динамику объема платных услуг населению;
- рост удельного веса расходов на оплату жилищно- коммуналь- ных услуг, услуг по ремонту и прочим бытовых, услуг учреждений культу- ры, образовательных услуг и связи;
- сокращение расходов на услуги, связанные с охраной здоровья и спортом;

Выявленные тенденции находят свое отражение и в развитии сферы услуг Красноярского края. Среди регионов Сибирского федерального округа по итогам первого полугодия 2011 года по объему платных услуг на душу населения Красноярский край занял 2 место после Томской области.

В рамках города можно сделать выводы о том, что помимо традиционных видов услуг в последние годы активно развиваются клининговые услуги (профессиональная уборка помещений, окон и фасадов, установка грязезащитных систем), дизайнерские услуги, услуги гувернанток, нянь и сиделок.

В процессе своего развития предприятие сферы услуг сталкивается с большим количеством разного рода факторов, которые постоянно видоизменяются. Основными факторами, от которых напрямую зависит деятельность предприятия, являются покупатели, партнеры, клиенты. А другие виды факторов, в зависимости от стадии жизненного цикла предприятия сферы услуг, будут влиять в разной степени, и нарастание их будет постепенным. На самых первых стадиях сильное влияние оказывают такие факторы внешнего окружения, как налогообложение, цены на ЖКХ и ГСМ, муниципалитеты, в процессе развития предприятия приоритетными и напрямую влияющими факторами становятся политика и экономика, проводимая в стране, взаимоотношения государств и т. д.

Среди компаний Красноярского края преобладает мнение, что региональные администрации уделяют недостаточно внимания вопросам развития МСБ. Но при этом каждая десятая опрошенная компания участвует в какой-либо программе поддержки предпринимательства малого и среднего бизнеса, реализуемой региональными властями, и большинство компаний-участников ощущают пользу, которую им дает участие в программах. В муниципальных (районные или городские) программы поддержки МСБ вовлечено меньшее количество компаний. Также полученным результатом можно объяснить, почему так мало проектов развития предпринимательской структуры реализуется на практике: многие из предпринимателей даже не знают о возможности программы поддержки МСБ - отсюда и такой низкий процент участия в существующих проектах. Для улучшения сложившейся ситуации стоит обратить внимание на опыт зарубежных стран в поддержке МСБ.

В главе 3 работы предложен авторский методический подход к разработке стратегии инновационного развития предпринимательской структуры сферы услуг.

Предлагаемый методический подход направлен именно на то, чтобы помочь руководителям ПС восполнить пробел теоретической подготовки по вопросу стратегического развития бизнеса, особенно в инновационной направленности, подсказать им, как самостоятельно можно изучить рынок и разработать успешную стратегию экономического развития на основе активной инновационной деятельности ПС сферы услуг.

Таким образом, конкурентная стратегия инновационного развития ПС сферы услуг определяется как совокупность правил и приемов, которыми должно руководствоваться предприятие, целью которого является достижение и поддержание конкурентоспособности в соответствующей отрасли.

Особое внимание предлагается обратить на последнюю стадию данного методического подхода — реализацию выбранной стратегии и оценку результатов. По этому поводу был предложен авторский механизм реализации

стратегии инновационного развития ПС сферы услуг и рассмотрен процесс оценки эффективности реализации этой стратегии.

Организационно-экономический механизм управления реализацией стратегии инновационного развития представляет, на наш взгляд, как комплекс рычагов и методов воздействия, регулируемых нормативно-правовой документацией, основанной на достаточной и достоверной информации о состоянии и тенденциях развития организационной среды предприятия сферы услуг при ресурсном его обеспечении, и позволяющих административно-управленческому персоналу реализовывать данную стратегию при минимальных временных и других ресурсных затратах.

В структуру механизма входят взаимосвязанные элементы такие, как:

- цели, задачи, функции стратегического управления;
- принципы инновационной деятельности предприятия;
- субъекты стратегического управления;
- объекты стратегического управления;
- нормативно-правовое обеспечение;
- методологическое обеспечение;
- информационное обеспечение;
- управленческий регламент.

Для определения степени достижения поставленных целей на долгосрочный период в организации проводится оценка эффективности реализации стратегии.

Насколько эффективно была реализована стратегия инновационного развития при использовании механизма внедрения стратегии, насколько стратегические изменения ПС соответствуют стратегическим целям - дает оценку эффективности внедрения стратегии. Оценка реализации стратегии включает в себя две последовательные фазы:

I. Оценка уровня инновационного развития ПС сферы услуг

II. Оценка эффективности деятельности ПС в осуществлении инновационной деятельности

В каждой фазе используется определенная система показателей и своя методология.

В результате проведения оценки эффективности внедрения стратегии планируется возможным сравнить насколько реализованные изменения соответствуют запланированной стратегией, другими словами, определить эффективность внедрения стратегических изменений.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Уголовный кодекс Российской Федерации. [Электронный ресурс] : федер. закон от 30.06.1996 № 63-ФЗ ред. от 13.07.2010. - Режим доступа : <http://www.ukgu.ru/>, 27 мая
2. ГОСТ Р 51303-99. Торговля. Термины и определения. [Электронный ресурс]. Введен 01. 01. 2000 г. — Режим доступа : <http://vsegost.com/>, 5 мая.
3. Краевая целевая программа «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае» на 2008-2010 годы [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://new.zubarev.info/>, 24 апр.
4. Отчет о деятельности Исполкома и руководителя Исполкома Казани в 2010 году на отчетной сессии Казанской городской Думы 3 марта 2011 года [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.kzn.ru>, 11 мая
5. Отчет об итогах социально-экономического развития Красноярского края за 2010 год [Электронный ресурс] - Режим доступа <http://www.econ.krskstate.ru/>, 26 апр.
6. Отчет о деятельности администрации города Красноярска в 2011 году [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.admkrsk.ru/>, 11 мая
7. О программе социально-экономического развития города Красноярска до 2020 года : решение Красноярского городского Совета депутатов от 13.10.2011 № В-267. — Режим доступа : <http://www.admkrsk.ru/>, 30 апр.
8. Протокол проведения публичных слушаний по проекту бюджета города Красноярска на 2011 год и плановый период 2012-2013 годов [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.admkrsk.ru/>, 7 мая
9. Аакер, Д. А. Стратегическое рыночное управление / Д. А. Аакер. - 6-е изд. - СПб. : Питер, 2002. - 544 с.
10. Аверков, А.М. Методика разработки стратегии предприятия малого бизнеса / А.М. Аверков // Вестникакадемии. 2010. - №3. — С. 16-19.
11. Администрация города Красноярска [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.admkrsk.ru/>, 25 мая
12. Азоев, Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика : монография / Г. Л. Азоев. - М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. - 208 с.
13. Айзинова, И. М. Экономика недопотребления / И. М. Айзинова // Проблемы прогнозирования. - 2011. - № 3 - С. 64-82.
14. Александров, Г. А. Антикризисное управление : теория, практика, инфраструктура / Г. А. Александров. - М. : БЕК, 2002. - 544 с.
15. Алиев, И. М. Повышение доходов и уровня жизни населения в условиях совершенствования социальной политики РФ (федеральный и региональный аспекты) : автореф. дис. д-ра экон. наук : / И. М. Алиев. - СПб, - 2007. - 3 с.
16. Аппанова, Ю. Э. Региональная сфера услуг: классификация и перспективы развития / Ю. Э. Аппанова // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. - 2010. - № 1. - С. 14-17.

17. Артамонов, И. И. Особенности формирования и развития сферы услуг в условиях трансформации региональной экономики / И. И. Артамонов // Региональная экономика: теория и практика. - 2009. — № 32. - С. 119-122.
18. Багиев, Г.Л. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие / Г.Л. Багиев, А.Н. Асаул ; под общей ред. проф. Г.Л. Багиева. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. - 231 с.
19. Богачев, В. Ф. Введение в предпринимательство / В. Ф. Богачев. (Пб.: Балт. гос. техн. ун-т, 2003. — 80 с.
20. Большаков, А. С. Современный менеджмент. Теория и практика / А. С. Большаков, В. И. Михайлов. - 2-е изд., испр. и доп. - СПб. : Питер, 2002. - 416 с.
21. Бор, В.Н. Методика разработки стратегии инновационных предприятий / В.Н. Бор, Е.Е. Макарова // Современные исследования социальных проблем. - 2011. - №1. - С. 123-126.
22. Буров, В. Ю. Основы предпринимательства : учебное пособие / И. Ю. Буров. - Чита, 2011. - 441 с.
23. Бусыгин, А. В. Предпринимательство : учебник / А. В. Бусыгин. - 3-е изд. - М.: Дело, 2001. - 640 с.
24. Быкова, О.Н. Предприятия сферы услуг как объекты инновационного управления / О.Н. Быкова, А.Ю. Гулиева // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. - 2009. - № 4. - С. 204-206.
25. В Красноярском крае уровень безработицы в 2010 году составил 6,3% [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://krsk.sibnovosti.ru/>, 24 апр.
26. Валдайцев, С. В. Управление инновационным бизнесом : учеб. пособие / С. В. Валдайцев. - М.: ЮНИТИ, 2001. - 343 с.
27. Веснин, В. Р. Менеджмент : учебник / В. Р. Веснин. - М. : Велби : Проспект, 2004. - 504 с.
28. Винокуров, В. А. Организация стратегического управления на предприятии / В. А. Винокуров. — М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. - 183 с.
29. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, Д. И. Наумов. - 4-е изд., перерб. и доп. - М.: Экономистъ, 2005. - 670 с.
30. Виханский, О. С. Менеджмент : человек, стратегия, организация, процесс / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - М. : МГУ, 1995. - 416 с.
31. Виханский, О. С. Стратегическое управление : учебник / О. С. Виханский, Н. И. Наумов. - 3-е изд. - М.: Гардарики, 2002. - 528 с.
32. Владимирова, О. Н. Источники формирования инноваций : тенденции и перспективы / О. Н. Владимирова // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета им. академика М.Ф. Решетнева. — Красноярск, 2009. - № 2. - С. 292-295.
33. Влияние факторов на процесс развития предприятий сферы услуг с учетом фактора времени [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://sibac.info/index.php/>, 19 мая.
34. Герасимова, Е. А. Формирование стратегии устойчивого развития предпринимательской структуры : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Е. А. Герасимова. - СПб, 2008. - 41 с.

35. Гилязутдинова, И.В. Методика оценки уровня инновационного развития производственного потенциала предприятий в региональной хозяйственной системе / И.В. Гилязутдинова // Вестник Чувашского университета. - 2008. - № 3. - С. 331-341.
36. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса в Финляндии [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.irLfofin.ru/>, 25 мая.
37. Грибов, В. Д. Бизнес в сфере услуг / В. Д. Грибов. — М : Изд-во МЭГУ, 1994
38. Деперева, В. А., Тенденции развития сферы услуг в постиндустриальной экономике / В. А. Дегтерева, О. В. Заборовская, И. В. Баранова // Научно-технические ведомости СПбГПУ. — 2008. - № 3. — С. 60—68.
39. Дежина, И. Г. Зарубежный опыт государственного участия в поддержке коммерциализации результатов исследовательской деятельности / И. Г. Дежина, Б. Г. Салтыков // Научные труды. - 2004. - № 72. - С. 24.
40. Дудакова, И. А. Инновационное развитие сферы услуг России как основа построения сервисной экономики / И. А. Дудакова, Ю. В. Гладкова // Вестник ДГТУ. - 2010. - № 6, - С. 49.
41. Дэвенпорт, Т. Каталог изобретений. Как сформировать портфель инноваций / Т. Дэвенпорт // Кейс. - 2007. - № 1. - С. 9.
42. Дюжилова О. М. Формирование системы антикризисного управления предприятием: теория и методология : монография / О. М. Дюжилова - Тверь : Тверской филиал МЭСИ, 2006. - 144 с.
43. Егоров, И. Роль предпринимателей в современной России [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.cfe.ru.bulletins?baid=8,21> мая
44. Еронкевич, Н. А. Организационно-экономический механизм антикризисного управления предприятиями сферы услуг на основе учета фактора времени : автореф. дис... канд. экон. наук : 08.00.05 /Н.А. Еронкевич. Красноярск, 2012. - 34 с.
45. Зайченко, С.А. Развитие инноваций в сфере услуг / С. А. Зайченко // Форсайт. - 2007. - № 1. - С. 30.
46. Зарубежный опыт государственной поддержки инновационных малых и средних предприятий [Электронный ресурс]. - Режим доступа ; БЦр://кфр.ги/апа1уйс5/та1епа1/тпоа1ю.р1|р, 16 мая
47. Захарова, Е.Н. Особенности процесса управления знаниями на торговом предприятии / Е.Н. Захарова, И.В. Золотухина // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Экономика. - Майкоп: Изд-во АГУ. - 2010. - Вып. 1. - С. 55-66.
48. Зуб, А.Т. Стратегический менеджмент / А.Т. Зуб. - М.: Аспект пресс, 2002. - 416 с.
49. Зуб, А. Т., Теория и практика антикризисного управления: монография / А. Т. Зуб, М. В. Локтионов. - М.: Генезис, 2005. - 576 с.
50. Индексы потребительских цен на товары и платные услуги населению по Красноярскому краю [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.krasstat.gks.ru/>, 24 апр.

51. Индексы потребительских цен (тарифов) по группам платных услуг населению по Красноярскому краю [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.krasstat.gks.ru/>, 3 мая
52. Индивидуальные качества менеджера и стиль руководства в процессе принятия решений [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://gendocs.ru/>, 1 июня
53. Инновации и разработка нового продукта [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.lib.4i5.ru/cu425.htm>, 2 июня
54. Инновационный менеджмент : учебное пособие / под ред. И. Н. Завлина, А. К. Казанцева Л. Э. Миндели. - СПб.: Наука, 2000
55. Инновационный менеджмент : учебное пособие / под ред. Ильенковой С. Д. - М.: Банки и биржи, - ЮНИТИ, - 1997
56. Инновационный технопарк «Идея» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.tpidea.ru/index.php?nodeid=5>
57. Калинин, А. В. Анализ развития и состояние малого и среднего бизнеса в мире / А. В. Калинин // Экономика, предпринимательство и право. **2011.** - № 4. - С. 3-12.
58. Кашникова, К. В. Сервис в России. Десятка самых популярных и востребованных услуг : учеб. пособие / К. В. Кашникова, А. В. Палагина. - М : Гросс-Медиа : РОСБУХ, 2008. - 176 с. - (Отраслевой учет).
59. Классификация предпринимательства [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.kukiani.ru/>, 29 мая
60. Колпаков, Н. Инновации : Моська лает, слон идет / Н. Колпаков // Деловой квартал. - 2011. - № 16. - С. 218-219.
61. Колпаков, В.М. Методы управления / В.М. Колпаков. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://biglibrary.ru/>, 13 июня
62. Короткое, Э. М. Концепция российского менеджмента : учеб. пособие / Э. М. Коротков. - 2-е изд., перераб. - М.: Де КА, 2004. - 896 с.
63. Краевые законодательные и нормативные акты [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://smbkras.ru/>, 26 мая
64. Красноярск: городские законодательные и нормативные акты [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://smbkras.ru/bizlib/lawbase/city>, 15 мая.
65. Красноярский край в цифрах в 2006 году : стат. сб. / Гос. комитет по статистике ; Краснояр. краевой комитет гос. статистики. - Красноярск, 2007. - 119 с.
66. Кузнецов, Н. В. Основные проблемы и пути устойчивого развития предпринимательских структур в современных условиях / Н. В. Кузнецов // Российское предпринимательство. - 2009. - № 9. - с. 76-80.
67. Кушлин, В.И. Инновационность хозяйственных систем : монография / В.И. Кушлин, А.Н. Фоломьев, А.З. Селезнев, Е.К. Смирницкий. М.: (директор УРСС, 2000. - 202 с
68. Лаврищева Е. Е. Информационный ресурс предприятия как стратегический и его роль в формировании внутренней инновационной среды :

адтореф. дис. ... док. экон. наук : 08. 00. 05 / Е. Е. Лавршцева. - Владимир. 2010. - 40 с.

69. Лапыгин. Ю.Н. Стратегический менеджмент : учеб. пособие / Ю.Н. Лапыгин. - М. : ИНФРА-М, 2007. - 242с.

70. Матаевская. И. В компании Красноярска инвестировали 54 млрд рублей [Электронный ресурс] / И. Матаевская. - Режим доступа : <http://krasnoyarsk.dkvtal.ru/>, 8 мая

71. Матаевская, И. Край потратил около 12 млрд руб. на научные исследования [Электронный ресурс] / И. Матаевская. — Режим доступа : <http://krasnoyarsk.dkvtal.ru/>, 4 мая

72. Медведева, С.А. Инновационный путь развития предприятия: необходимость реализации и основные преимущества [Электронный ресурс] / С.А.Медведева. - Режим доступа : <http://fpro.ifmo.ru/>, 30 мая

73. Мескон, М. Х. Основы менеджмента : пер.с англ. / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. - М. : Дело, 2005. - 719 с.

74. Министерство экономики и регионального развития Красноярского края [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.krskstate.ru/>, 30 апр.

75. Мустафаева, З. А. Закономерности трансформаций и факторы развития сферы услуг в региональной экономике (на материалах федеральных округов РФ и регионов ЮФО) : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / З. А. Мустафаева. - Нальчик, 2007. - 10 с.

76. Национальная инновационная система и государственная инновационная политика Российской Федерации: базовый доклад к обзору ОЭСР национальной инновационной системы Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.nanonewsnet.ru/>, 4 июня

77. Общероссийский классификатор услуг населению (ОКУН) [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://mvf.klerk.ru/>, 27 мая

78. Огородникова, Ю.Г. Инновации как фактор конкурентоспособности [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.tisbi.ru/>, 4 июня

79. Одинцов А. А. Менеджмент организации / А. А. Одинцов - М.: Экзамен, 2004. - 320 с

80. Отчет по результатам общероссийского исследования «Условия и факторы развития малого предпринимательства в регионах России» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://opora.ru/>, 10 мая

81. Платное обслуживание населения в России, 2011 : стат. сб. // Росстат, Федер. служба гос. статистики. - М. : Федер. служба гос. статистики, 2011. - 390 с.

82. Показатели, характеризующие состояние экономики и социальной сферы муниципального образования городские округа Красноярского края, город Красноярск [Электронный ресурс]. - Режим доступа <http://www.gks.ru/>, 3 мая

83. Понятие «Методика» [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://referats.inform-online.ru/>, 7 июня.

84. Портал по поддержке малого и среднего предпринимательства Красноярского края [Электронный ресурс]. - Режим доступа : [Intp://smb24.ru/](http://smb24.ru/)
85. Постиндустриальное общество [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/>, 1 июня
86. Предпринимательский климат в России : Индекс ОПОРЫ 2010-2011 [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.scribd.com/>, 18 мая
87. Предпринимательство : учебник / под ред. М. Г. Лапусты. - М. : ИНФРА-М, 2000.-433 с.
88. Регионы России. Основные социально-экономические показатели городов, 2011 : стат. сб. / Росстат, Федер. служба гос. статистики. - М. : Федер. служба гос. статистики, 2011. - 397 с.
89. Регионы России. Социально-экономические показатели, 2011 : стат. сб. / Росстат, Федер. служба гос. статистики. - М. : Федер. служба гос. статистики, 2011. - 990 с.
90. Российский статистический ежегодник, 2011 : стат. сб. // Росстат, Федер. служба гос. статистики. - М. : Федер. служба гос. статистики, 2011. - 795 с.
91. Свиридова, С.В. Формы и методы разработки стратегии инновационного развития / С.В. Свиридова // Инновационная промышленная политика и экономика. -2011. - №4. - С.15-18.
92. Селяев, Е.В. Формирование стратегии обеспечения конкурентоспособности на предприятиях сферы услуг / Е.В. Селяев // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института). Серия: Социально-экономические науки. — 2011. - №4. — С.241-247.
93. Скуба Р.В. Программно-целевое управление развитием инфраструктуры хозяйствующих субъектов / Р.В.Скуба // Экономика регионов. - 2006, - №3. - С. 17-20.
94. Справочник экономических терминов [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://uprg.org.ru/>, 7 июня
95. Сравнительный анализ показателей социально-экономического развития Красноярского края со среднероссийскими за период 1995-2006 годы : аналит. записка / Гос. комитет РФ по статистике ; Краснояр. краевой комитет гос. статистики. - Красноярск, 2007. - 32 с.
96. Стрекалов, О.Б. Инновационное развитие региона: состояние и перспективы / О.Б. Стрекалов. Казань: Казан, гос. технол. ун-т, 1997. - 256 с
97. Тарасова, Г. П. Рынок бытовых услуг: особенности регионального развития (на примере рынка Красноярского края) / Г. П. Тарасова, Т. Г. Бутова, И. В. Решетова // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика Ф. Решетнева. -2010.- С. 201-205.
98. Темпы развития Красноярска вернулись к докризисным [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://krasnoyarsk.dkvartal.ru/>, 11 мая.

99. Тлехурай-Берзегова, Л.Т. Особенности инновационных процессов в современной сфере услуг / Л.Т. Тлехурай-Берзегова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. - 2011. - 2. - С. 223-230. "
100. Уровни стратегического управления [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://uiform.od.ua/>, 11 июня
101. Условия и перспективы развития среднего и малого бизнеса в Канаде [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://ru.exgus.eu/>, 24 мая
102. Факторы развития предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://businessadviser.ru/>, 22 мая
103. Фатхутдинов, Р. А. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / Р. А. Фатхутдинов. - 6-е изд. - СПб. : Питер, 2008. - 448 с. : ил. — (Серия «Учебник для вузов»),
104. Федеральные законодательные и нормативные акты [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://smbkras.ru/>, 14 мая
105. Хореев, А.И. Механизм разработки стратегии экономического развития предприятия / А.И. Хореев. - [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.ekportal.ru/>, 4 июня
106. Хохлов, Ю.Е. Экономика, основанная на знании: социально-экономические тенденции и политические цели / Ю.Е. Хохлов, С.Б. Шапошник// Информационное общество. - 2002. - Вып. 1. - С. 6.
107. Центр содействия предпринимательству [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.smbkras.ru/>
108. Чаплина, А.Н. Организационно-экономические инструменты реализации стратегии развития организаций рынка потребительских услуг : монография / А. Н. Чаплина, Е. А. Герасимова, И.А. Войцеховская., А.В. Пушкарева; Краснояр. гос. торг.-эконом. ин-т. — Красноярск, 2004. - 343 с.
109. Чаплина, А. И. Формирование стратегии комплексного развития предпринимательских структур : монография / А. И. Чаплина, Е. А. Герасимова; Краснояр. гос. торг.-эконом. ин-т. - Красноярск, 2009. - 218 с.
110. Шабуришвили, М. В. Инновационная деятельность как реализация инновационного процесса в масштабах организации [Электронный ресурс] / М. В. Шабуришвили. - Режим доступа : <http://www.innovbusiness.ru/>, 29 мая.
111. Шевченко, А.В. Основные этапы разработки методики выбора стратегии развития производственной организации (на основе двухступенчатой критериальной оценки) / А.В. Шевченко // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. - 2008. - №58. - С.495-501.
112. Юридическая клиника [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://law.sfu-kras.ru/>, 22 мая

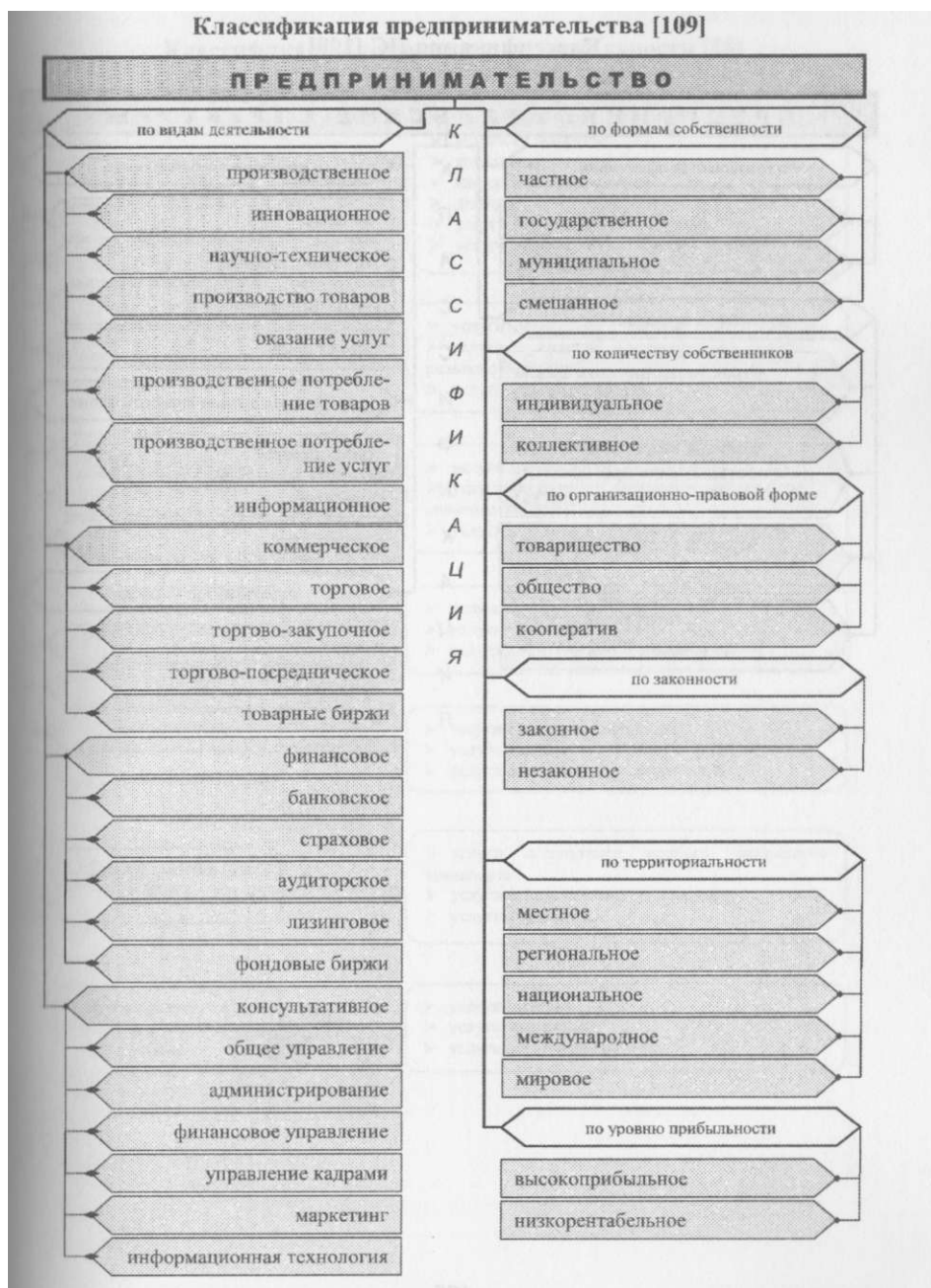
Приложения

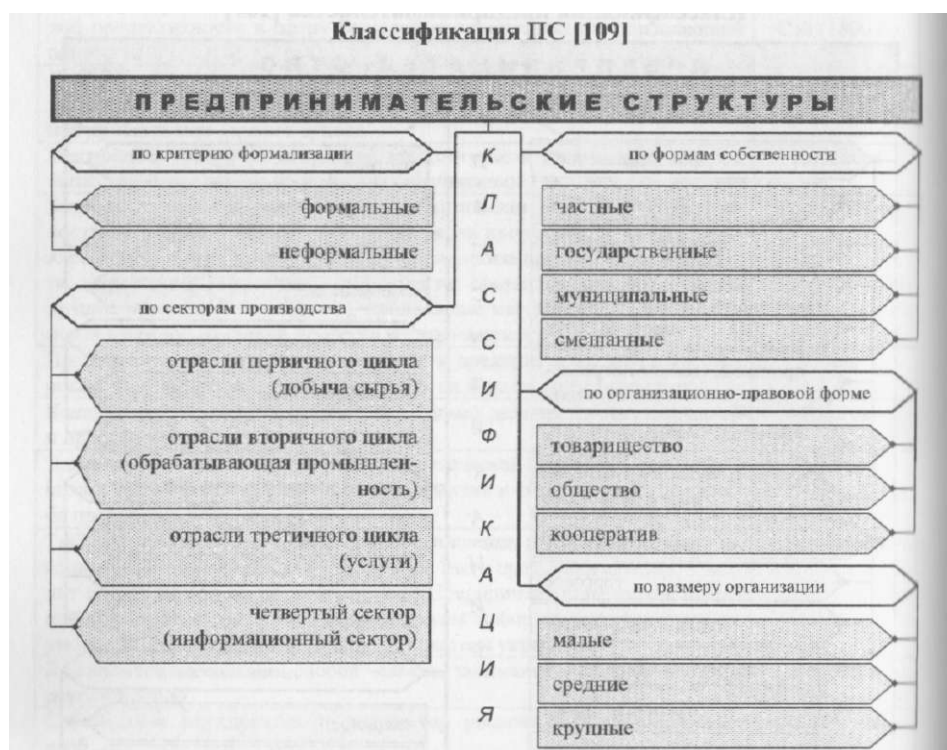
ПРИЛОЖЕНИЕ А

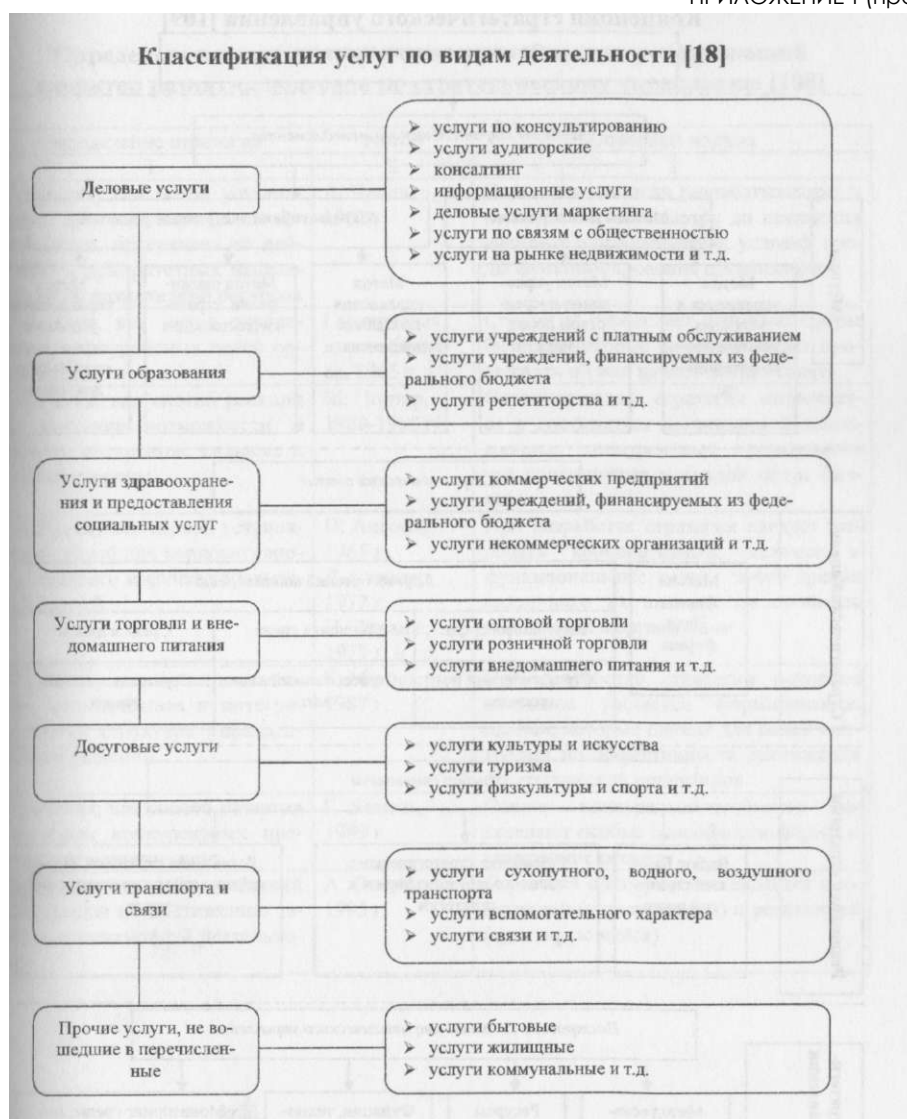
«Предпринимательство», «предпринимательская деятельность», «предприниматель» - трактовки разных авторов [24, 20,109]

<u>Определение понятия</u>	<u>Автор</u>
<u>ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО</u>	
Синь хозяйствования, которому присущи принципы новаторства, антибюрократизма, постоянной инициативы, ориентации на инновации, нововведения	Бусыгин
Процесс организации и осуществления деятельности в условиях формирования, развития и функционирования рыночных отношений	Короткое
Процесс взаимодействия рыночных субъектов по поводу взаимопередачи права собственности на какой-либо товар или услугу	Кнышева
Процедура планирования, организации и осуществления непрерывного, постоянно обновляемого процесса расширенного воспроизводства товаров и услуг в целях удовлетворения экономических, социальных и экологических потребностей общества и получения прибыли	Горфинкель
То, что из действенных средств, которые помогают поддерживать стимулы к высокопроизводительному труду, хозяйскую мотивацию	Киперман
Разработка и принятие решений, связанных с организацией, осуществлением производства, распределением, маркетингом и реализацией товара или услуги до конечного потребителя для удовлетворения спроса и получения прибыли	Малашихина
Собой вид активности человека основанной на инициативе, ответственности и инновационной предпринимательской идее	Буров
Идеа креативного разрушения, действующая на рынках и в производстве, одновременно создавая новые продукты и модели бизнеса. Креативное разрушение обеспечивает динамичный и долгосрочный экономический рост.	И. Шумпетер
<u>ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ</u>	
<u>Организация предпринимательства</u>	<u>Бусыгин</u>
Инициативная, новаторская деятельность граждан и их объединений, направленная на получение прибыли или личного дохода путем организации, создания и воспроизводства спроса на товары и услуги, удовлетворяющие потребности конечного потребителя	Горфинкель
Организация и соединение факторов производства (ресурсов) для создания материальных благ и услуг, удовлетворяющих общественные потребности, с конечной целью реализации собственных материальных интересов	Гребеник
Процесс предпринимателя	
Освоение рациональности (под рациональностью он понимал функциональную эффективность, получение максимальной выгоды от использования вложенных средств и приложенных усилий и т.п.)	Макс Вебер
Особенность способностей индивида, выражающаяся в рациональном соединении факторов производства на основе инновационного рискованного подхода	Багиев

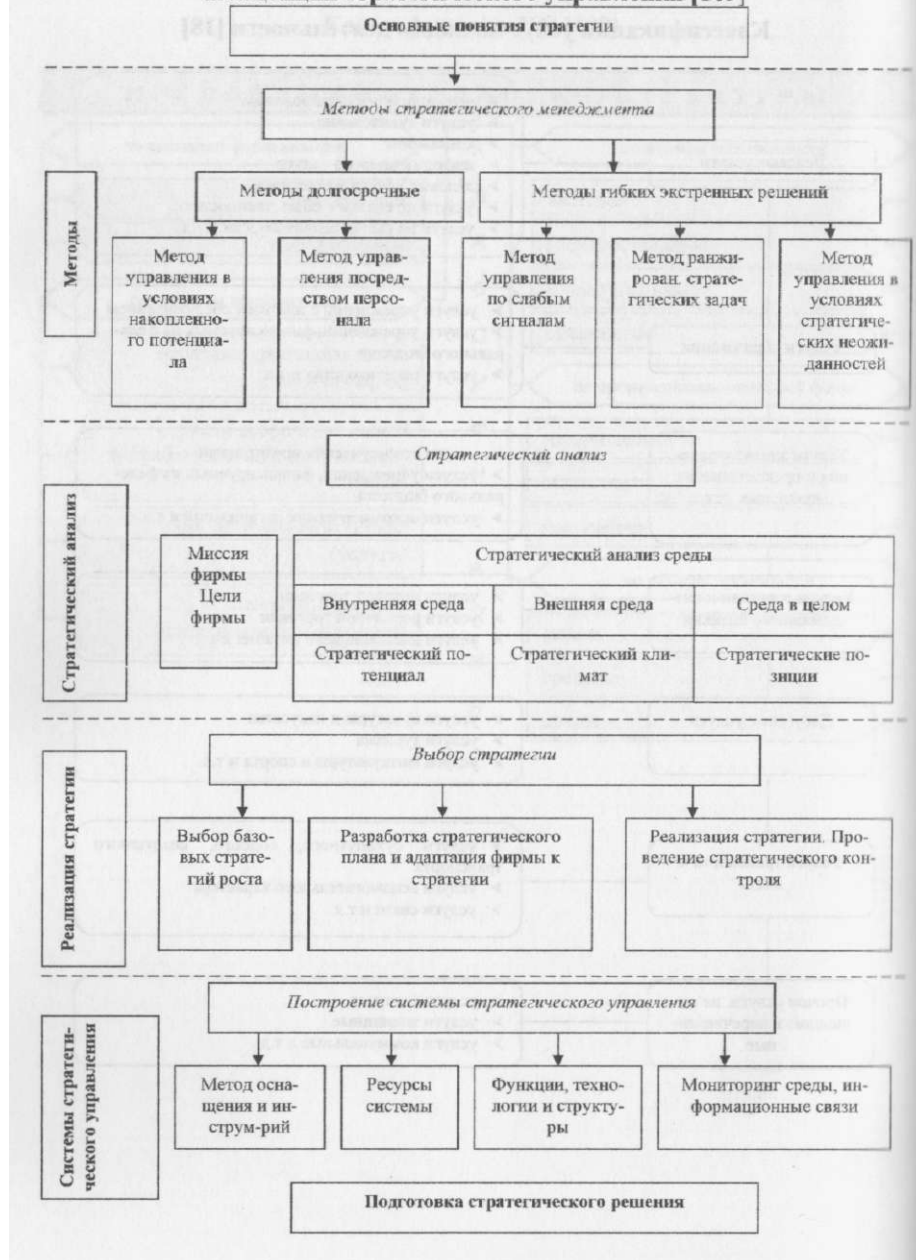
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ	
Антрепренер, перебрасывающий экономические ресурсы из сферы малой продуктивности в сферу большой продуктивности и пожинающий плоды	Жан-Батист Сэй (1800 г.)
Лицо, самостоятельно, от своего имени, на свой риск, инициативно организующее и осуществляющее деятельность, направляемую на получение прибыли или личного дохода	Бусыгин
Центральная фигура в социально-экономической жизни современного общества, основанного на рыночных отношениях	Кнышева
Бизнесмен, занимающийся непрерывным поиском изменений в потребностях, в спросе конечного потребителя на продукцию и услуги, удовлетворением этих потребностей путем организации производства, сбыта, маркетинга, логистики, менеджмента, ориентированной на самые лучшие новации (бенчмаркинг), приносящие максимум производительности в каждой из стадий процесса воспроизводства	Горфинкель
Предприимчивый торговец, способный к предприятиям, крупным оборотам, смелый, решительный, отважный на дела этого рода человек	Даль
Капиталист, владелец предприятия, крупный деятель, предприимчивый и практичный человек	Ожегов
Лицо, которое занимается предпринимательской деятельностью, изыскивает средства для организации предприятия и тем самым берет на себя предпринимательский риск	Одинцов
Тип «выскочки». Он революционер в экономике, невольный зачинатель социальной и политической революций. Быть предпринимателем - значит делать не так, как делают другие. Предприниматель лишен традиций. Он должен обладать специфическим набором качеств: здравым умом, постоянством, знанием людей, талантом управления	Герчикова
В современном значении, любой человек, занимающийся коммерческой деятельностью	Поршнев
Собственник предприятия и реализатор рискованных коммерческих идей	Адам Смит
Энергичный человек, действующий в условиях умеренного риска	Макклелланд
Человек, пытающийся превратить новую идею или изобретение в успешную инновацию	И. Шумпетер







Концепция стратегического управления [109]

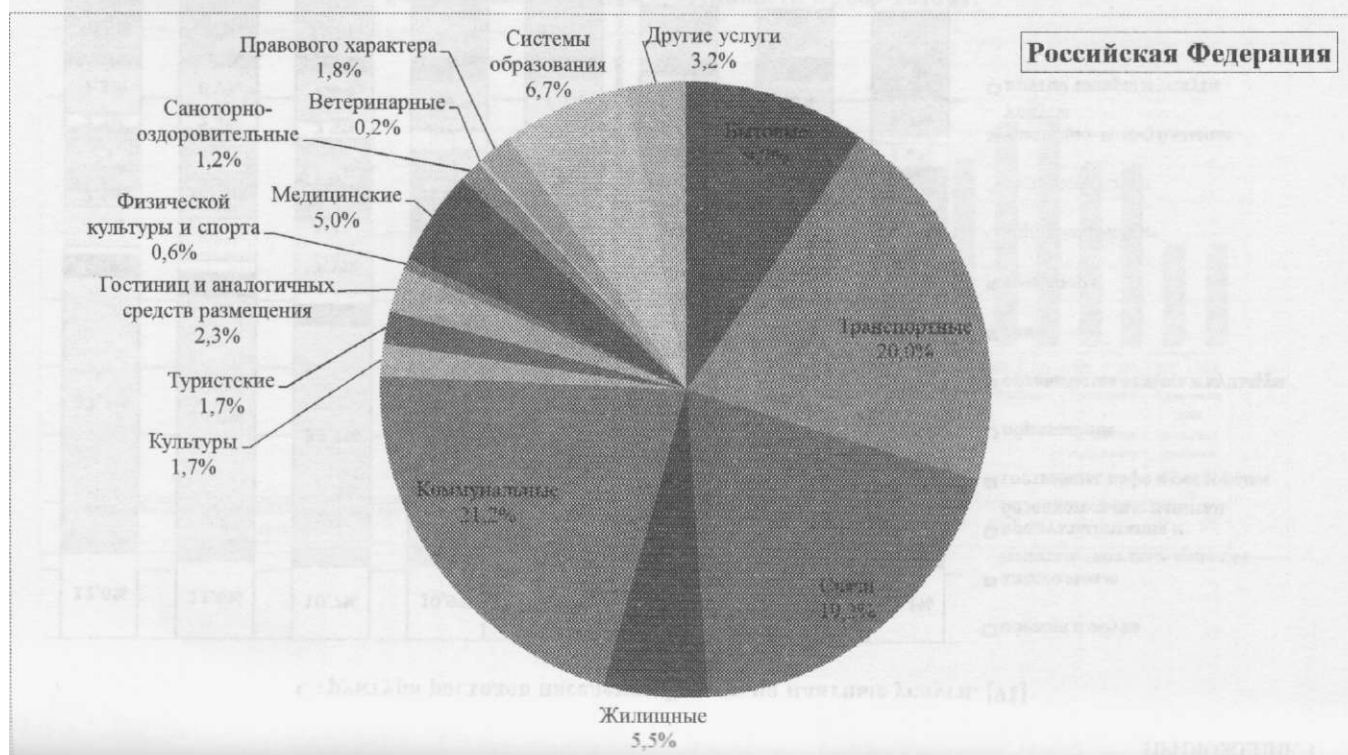


Определения понятия «стратегия», отражающие усложняющийся характер развития подходов по стратегическому управлению [108]

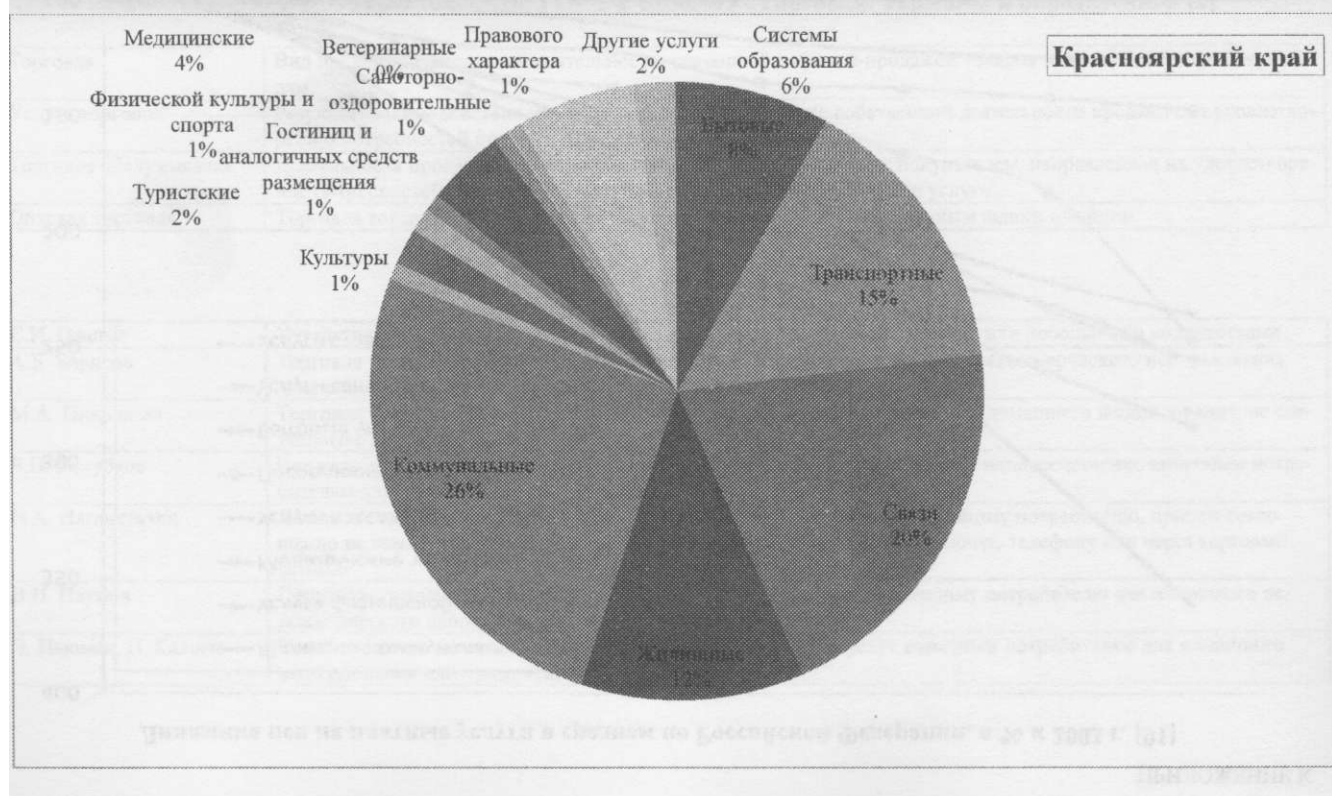
Определение стратегии	Автор	Основной подход
1	2	3
Стратегия, как метод установления долгосрочных целей организации, программы её действий и приоритетных направлений по размещению ресурсов	А. Чандлер, 1962 г.	Долгосрочные цели разрабатываются и не подлежат пересмотру до изменения внешних или внутренних условий среды функционирования организации
Стратегия, как метод определения конкурентных целей организации	Гарвардская школа бизнеса, 1965 г.	Стратегия определяет основные сферы бизнеса, которые компания будет продолжать и \ или начнет осуществлять
Стратегия, как способ реакции на внешние возможности и угрозы, внутренние сильные и слабые стороны	М. Портер, 1980-1985 гг.	Основная задача стратегии заключается в достижении организацией долгосрочных конкурентных преимуществ над соперниками в каждой сфере бизнеса
Стратегия, как способ установления целей для корпоративного, делового и функционального уровней	И. Ансофф, 1965 г., Д. Стейнер, 1977 г., П. Лоранж, 1977 г. и др.	При разработке стратегии следует выделять корпоративные, деловые и функциональные цели с точки зрения различного их влияния на процессы управления в организации
Стратегия, как последовательная, согласованная и интегрированная структура управленческих решений	Г. Минцберг, 1987 г.	При разработке стратегии основное внимание уделяется формированию планов, которые служат для целей контролем по эффективности достижения стратегических ориентиров
Стратегия, как способ развития ключевых конкурентных преимуществ организации	Г. Хамель, 1989 г.	Основу конкурентоспособности составляют особые способности фирмы и внутренние ресурсы
Стратегия, как набор действий и подходов по достижению заданных показателей деятельности	А. Томсон, 1995 г.	Стратегия одновременно является активной (упреждающей) и реактивной (адаптирующей)



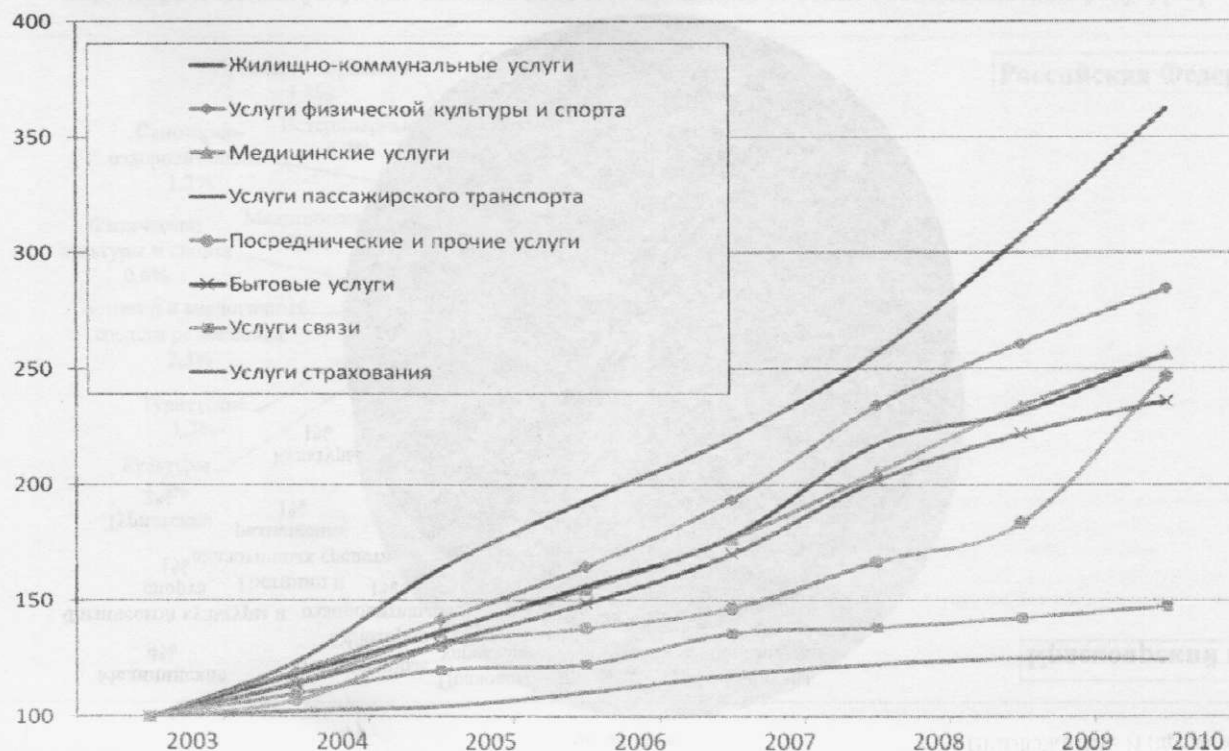
Структура платных услуг населению в 2010 г. (в процентах от общего объема платных услуг) [82]



ПРИЛОЖЕНИЕ И (продолжение)



Динамика цен на платные услуги в среднем по Российской Федерации, в % к 2003 г. [91]



Основные понятия сферы торговли. ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения» [2]

Торговля	Вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям;
Услуга торговли	Результат взаимодействия продавца и покупателя, а также собственной деятельности продавца по удовлетворению потребностей покупателя при купле-продаже товаров;
Торговое обслуживание	Деятельность продавца при непосредственном взаимодействии с покупателем, направленная на удовлетворение потребностей покупателя в процессе приобретения товара и/или услуги
Оптовая торговля	Торговля товарами с последующей перепродажей или профессиональным использованием

Обзор определений «розничная торговля»

С.И. Ожегов	Хозяйственная деятельность по обороту, купле, продаже товара поштучно или небольшими количествами
А.Б. Борисов	Торговля товарами поштучно или в небольших количествах для личного, некоммерческого использования конечным потребителем
М.А. Николаева	Торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью
Е.П. Голубков	Все виды предпринимательской деятельности по продаже товаров и услуг непосредственно конечным потребителям для их личного, а не производственного потребления
Н.А. Нагапетьянц	Любая деятельность по продаже товаров и услуг непосредственно конечному потребителю, причем совершенно не важно, как продаются товары: методом личной продажи, по почте, телефону или через торговый автомат
В.Н. Наумов	Производственная деятельность по продаже товаров или услуг конечному потребителю для их личного некоммерческого использования
Э. Ньюмен, П. Каллен	Комплекс видов деятельности по реализации товаров и/или услуг конечным потребителям для их личного использования или применения в домашнем хозяйстве

Число хозяйствующих субъектов торговли РФ 2005-2010 гг.

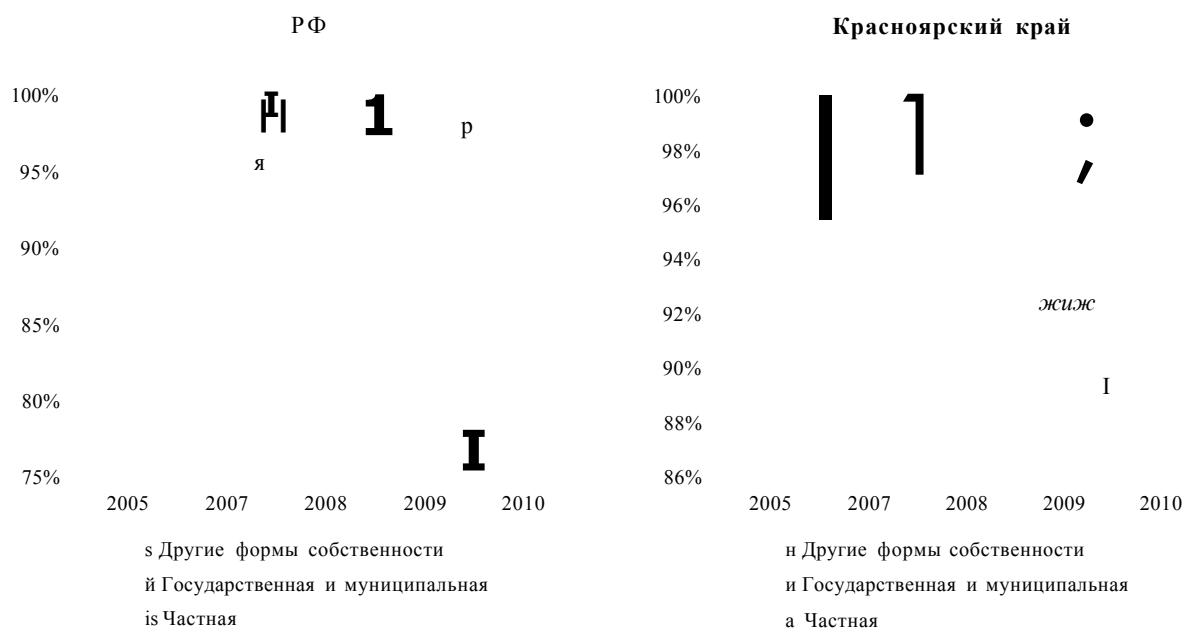
Показатели	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Прирост 2010 / 2005, %
Организации розничной торговли и по ремонту бытовых изделий и предметов личного пользования, тыс. руб	129	133,3	182,5	169,8	178,9	216,1	67,52

Из них:

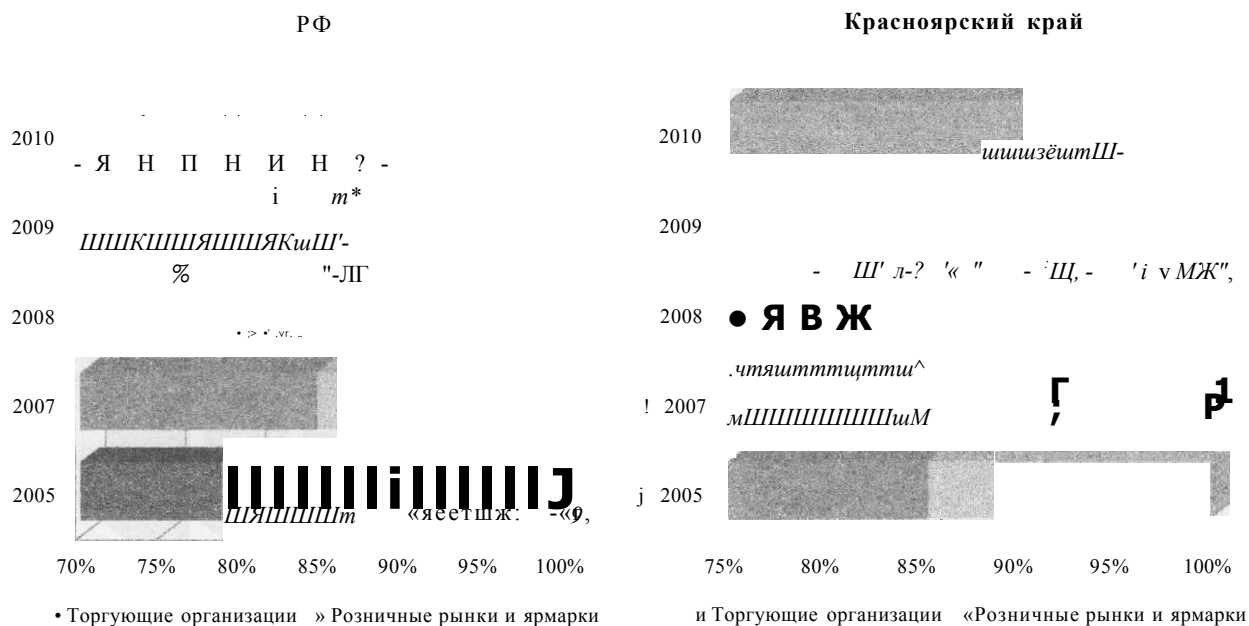
розничная торговля в неспециализированных магазинах	46,2	49,4	69,3	60,8	63,4	71,6	54,98
розничная торговля пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в специализированных магазинах	18,1	19,5	38,8	33,6	41,3	50,3	177,90
прочая розничная торговля в специализированных магазинах	35,7	40,1	49,1	50,8	50,8	64,9	81,79
розничная торговля вне магазинов	3,6	4,2	5,2	5,3	5,2	7,8	116,67
Индивидуальные предприниматели в розничной торговле, тыс. человек	1080	1437,4	1525,6	1695,1	1742,6	1757,1	62,69
Розничные рынки, тыс.	6,4	5,8	5,9	3,9	3,7	3,5	-45,31
Число торговых мест на рынках, тыс.	969,6	1214,1	1203,2	1051,2	1021,6	971	0,14

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Распределение оборота розничной торговли по формам собственности [82]

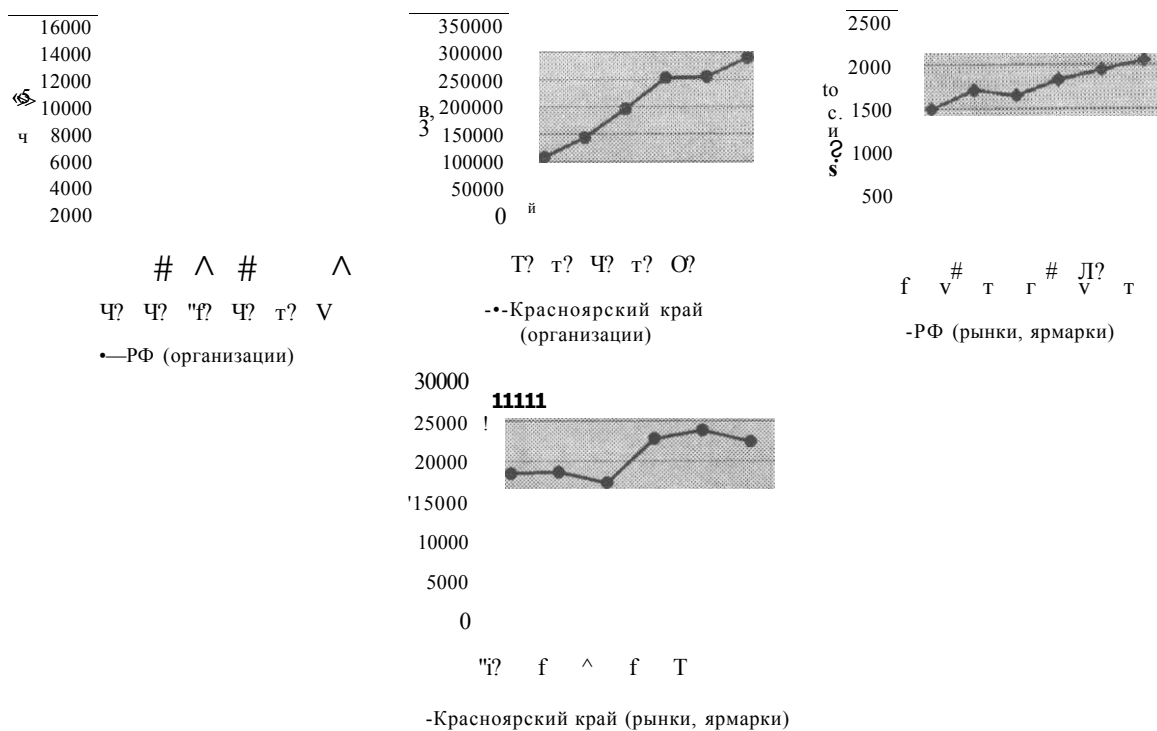


Распределение оборота розничной торговли по формам торговли [82]

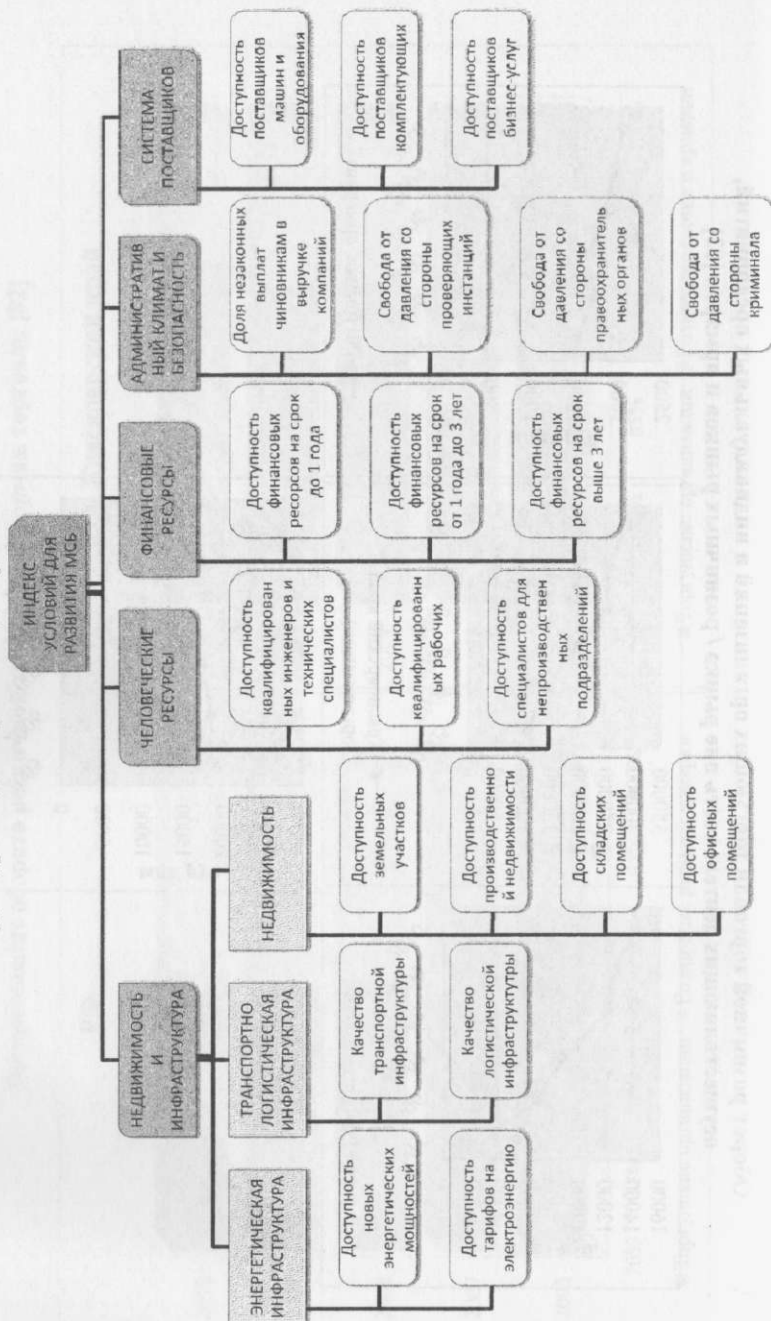


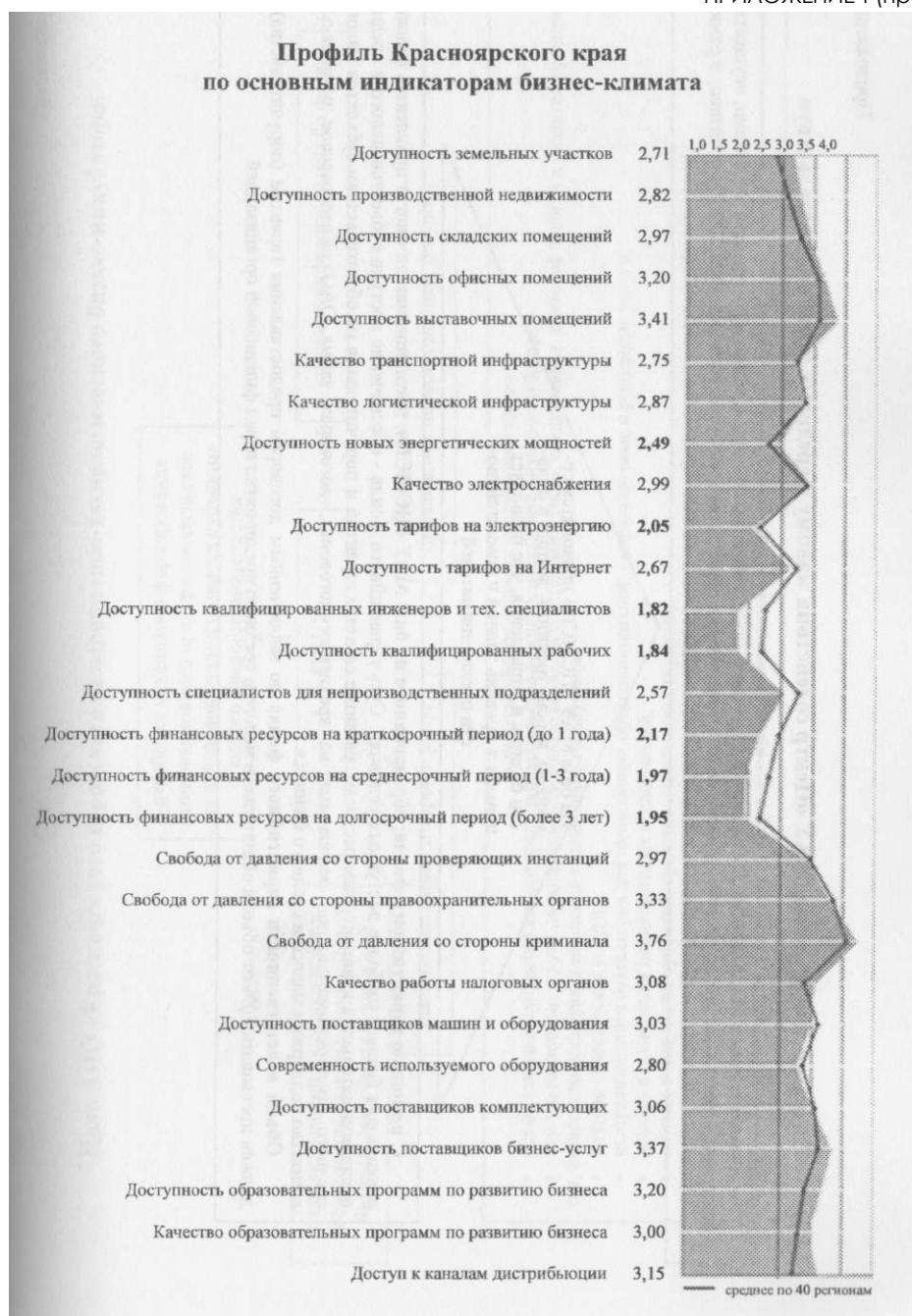
ПРИЛОЖЕНИЕ П

Оборот розничной торговли торговых организаций и индивидуальных предприятий, осуществляющих деятельность вне рынка / розничных рынков и ярмарок [82]



Структура Индекса условий для развития МСБ





Задачи и деятельность МАУ «Центр содействия малому и среднему предпринимательству»

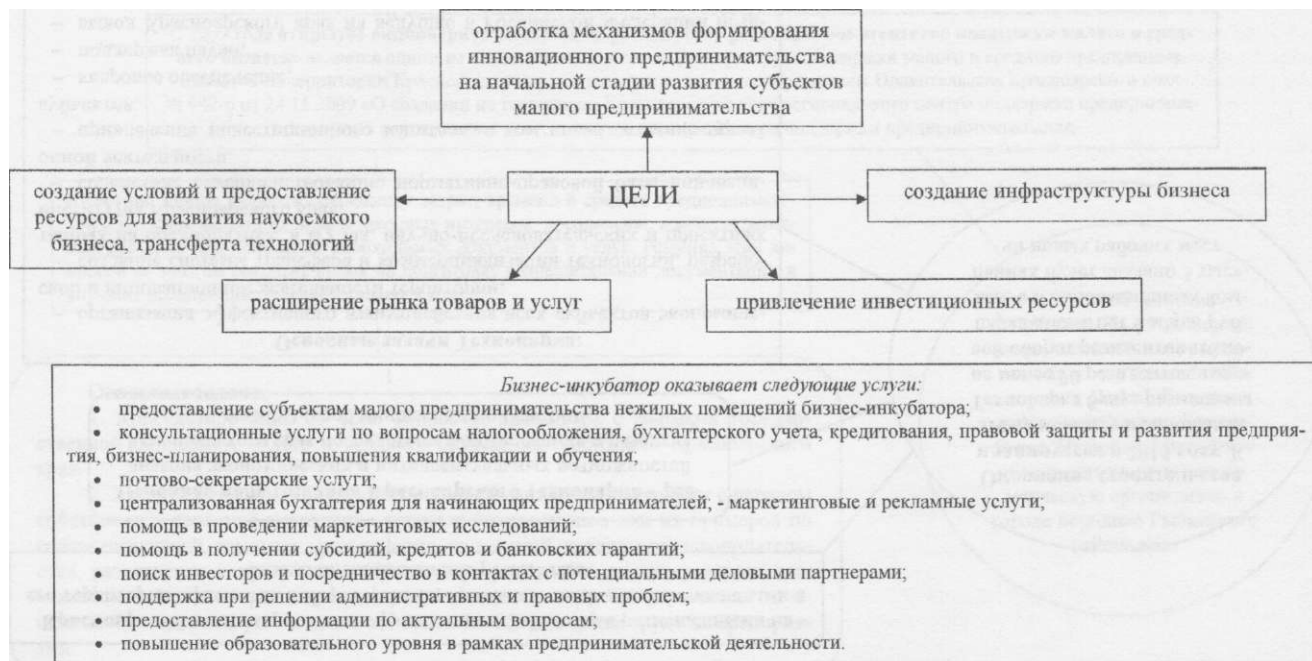
Основными задачами МАУ «ЦСМСП» являются упрощение порядка взаимодействия предпринимательства с органами, осуществляющими правовое и налоговое администрирование, с кредитными и общественными организациями, оказание услуг бизнесу в рамках концепции «Одного окна»

На базе МАУ «ЦСМСП» проводятся семинары, курсы, тренинги, лекции в области бизнеса и управления, что позволяет повысить уровень знаний и компетентности предпринимателей

С помощью гарантийного фонда, образованного на базе МАУ «ЦСМСП», предприниматели смогут привлекать финансирование для бизнеса на более доступных условиях. Суть гарантийного фонда - обеспечение доступа субъектов малого и среднего предпринимательства к финансовым ресурсам, развитие системы гарантий и поручительств по обязательствам субъектов малого и среднего предпринимательства, основанных на кредитных договорах, договорах займа ОАО «Красноярское региональное агентство поддержки малого и среднего бизнеса».

Объем ответственности гарантийного фонда по заключенным договорам предоставления гарантии (поручительства) не должен превышать 70% от объема обязательств малого и среднего предприятия перед финансовой организацией.

Цели АНО «Красноярского городского инновационно-технологического бизнес-инкубатора»



Цели и задачи Красноярского технопарка

Красноярский технопарк – многофункциональный центр с размещенными на его территории офисными, лабораторными, производственными, выставочными и иными площадками для резидентов

Основная цель создания Красноярского технопарка – реализация экономических и интеллектуальных возможностей Красноярского края посредством формирования и развития региональной инновационной системы

Основные задачи Технопарка:

- организация эффективного взаимодействия всех субъектов экономической и инновационной деятельности территории;
- создание системы трансфера и коммерциализации технологий, разработанных на предприятиях, в ВУЗах, научно-исследовательских и проектных институтах Красноярского края;
- содействие совершенствованию нормативно-правовой базы инновационной деятельности;
- привлечение инвестиционного капитала, в том числе создание новых субъектов;
- кадровое обеспечение;
- поддержка науки;
- вывод Красноярского края на ведущие в Российской Федерации позиции по отраслям специализаций Технопарка;
- формирование информационного поля.

Окончание строительства планируется в 2015 году. К этому моменту на площадях Технопарка будут размещены не менее 70 резидентов, годовой оборот резидентов технопарка достигнет 9 млрд. рублей, а в инновационных компаниях будет создано 3 тысячи новых рабочих мест

Задачи и деятельность ОАО «Красноярского регионального агентства поддержки малого и среднего бизнеса»

С 2009 года открытое акционерное общество «Красноярское региональное агентство поддержки малого и среднего бизнеса» является одним из основных элементов инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства на территории Красноярского края и в соответствии с распоряжением Правительства Красноярского края № 942-р от 24.11.2009 «О создании на территории Красноярского края регионального центра поддержки предпринимательства» осуществляет деятельность в качестве Центра поддержки предпринимательства

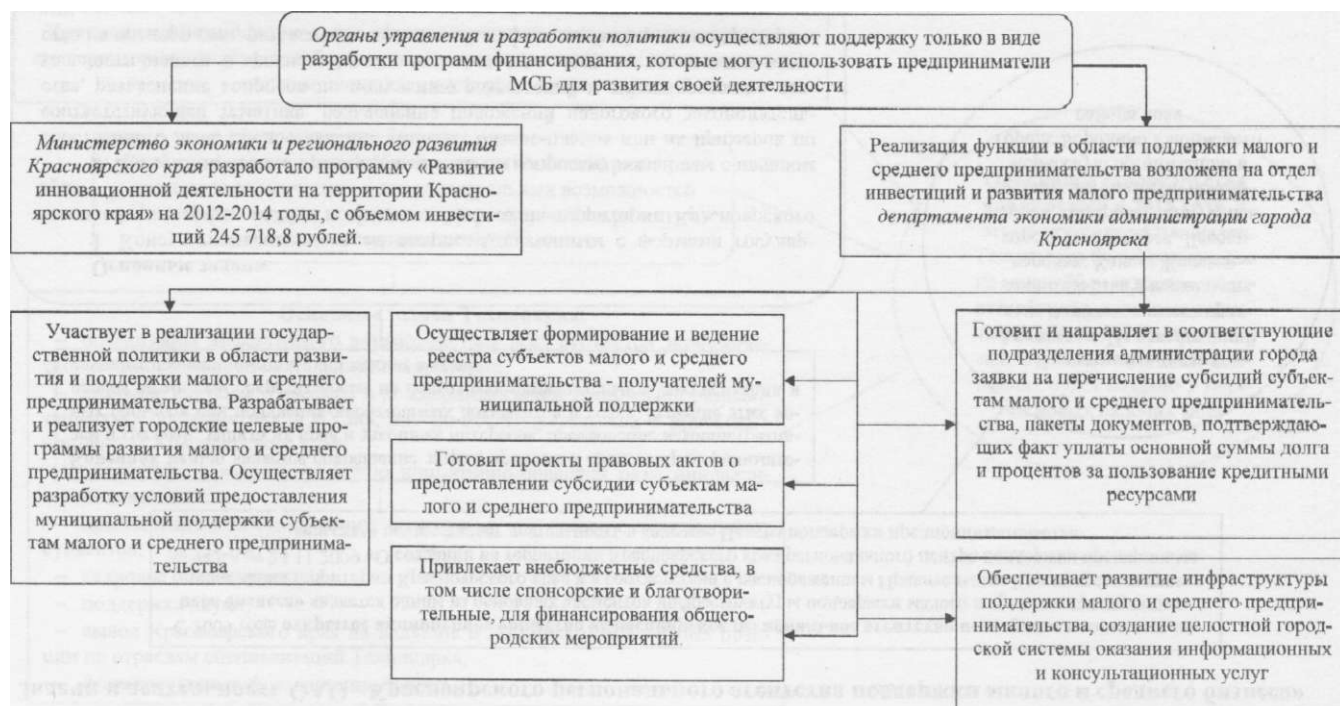
Конечной целью является сокращение затрат, времени и средств предпринимателей и граждан, защита их прав и законных интересов, преодоление административных барьеров при получении необходимых документов и услуг. Решение этих вопросов во многом сократит время на подготовку разрешительной документации и улучшит предпринимательский климат в крае

Основные задачи:

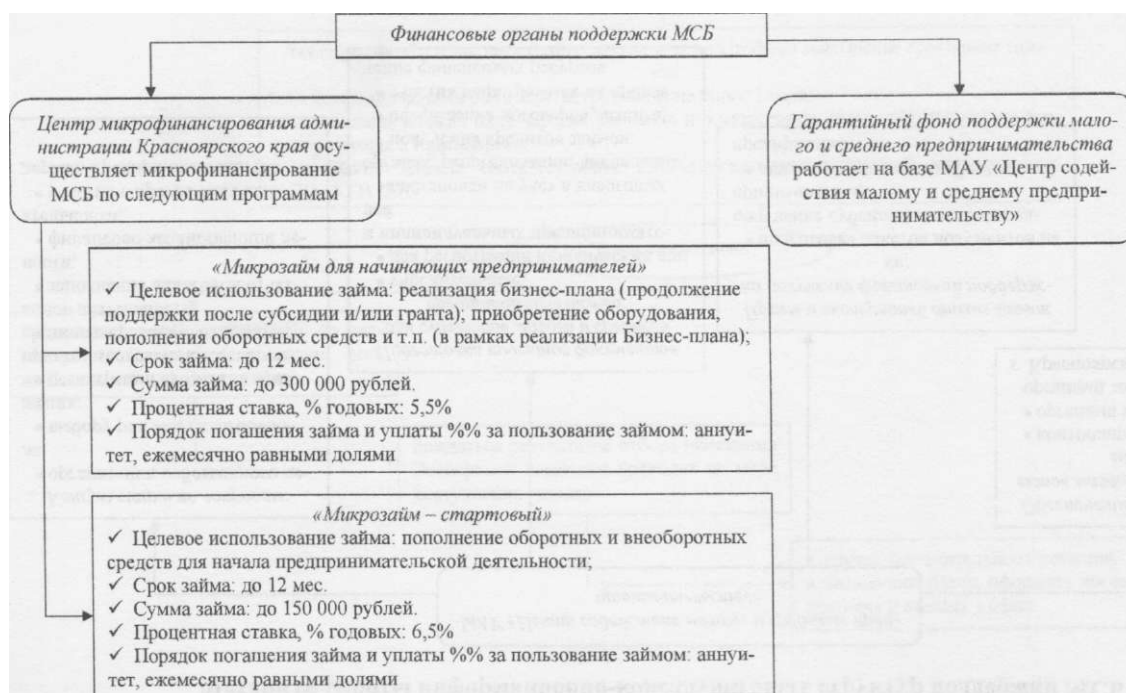
1. Консультирование по всем вопросам, связанным с формами государственной поддержки малого и среднего бизнеса на территории Красноярского края.
2. Консультирование предпринимателей по вопросам, связанным с началом собственного дела, предоставление типовых бизнес-планов или их примеров по соответствующей тематике, разъяснение положений налогового законодательства, разъяснение вопросов по получению разрешений и лицензированию деятельности малого и среднего предпринимательства, вопросы управления качеством на предприятии, разъяснение положений в сфере охраны труда на предприятии.

Представительства Агентства. На сегодняшний день Агентство имеет представительства в нескольких городах: Канск, Железногорск, Зеленогорск, Лесосибирск, Назарово, Минусинск и одну автономную некоммерческую организацию в городе Бородине Рыбинского района края

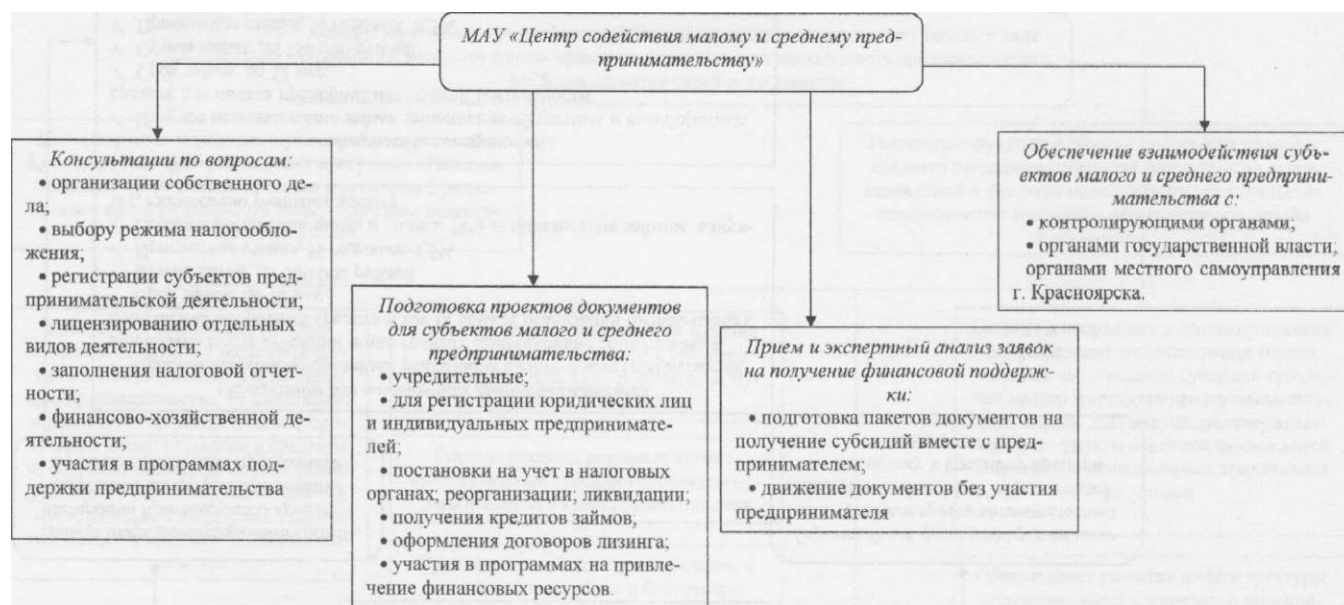
Механизм работы органов управления и разработки политики поддержки МСБ



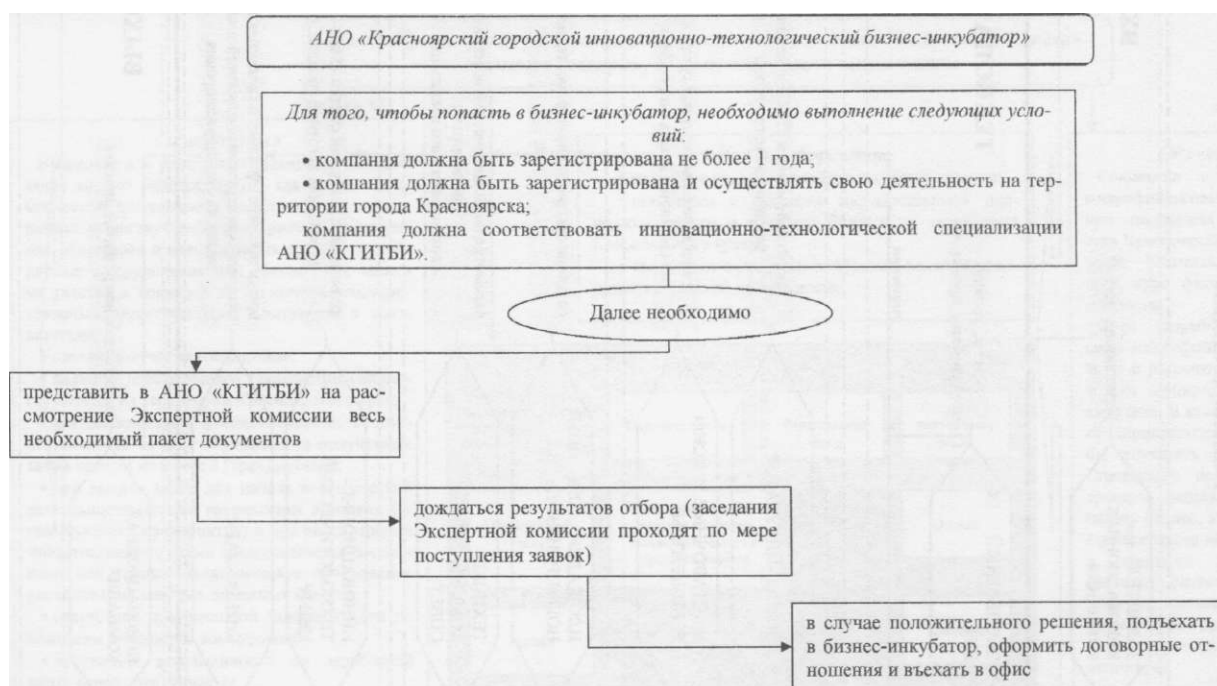
Механизм работы финансовых органов поддержки МСБ



Механизм работы информационно-консалтинговых структур поддержки МСБ

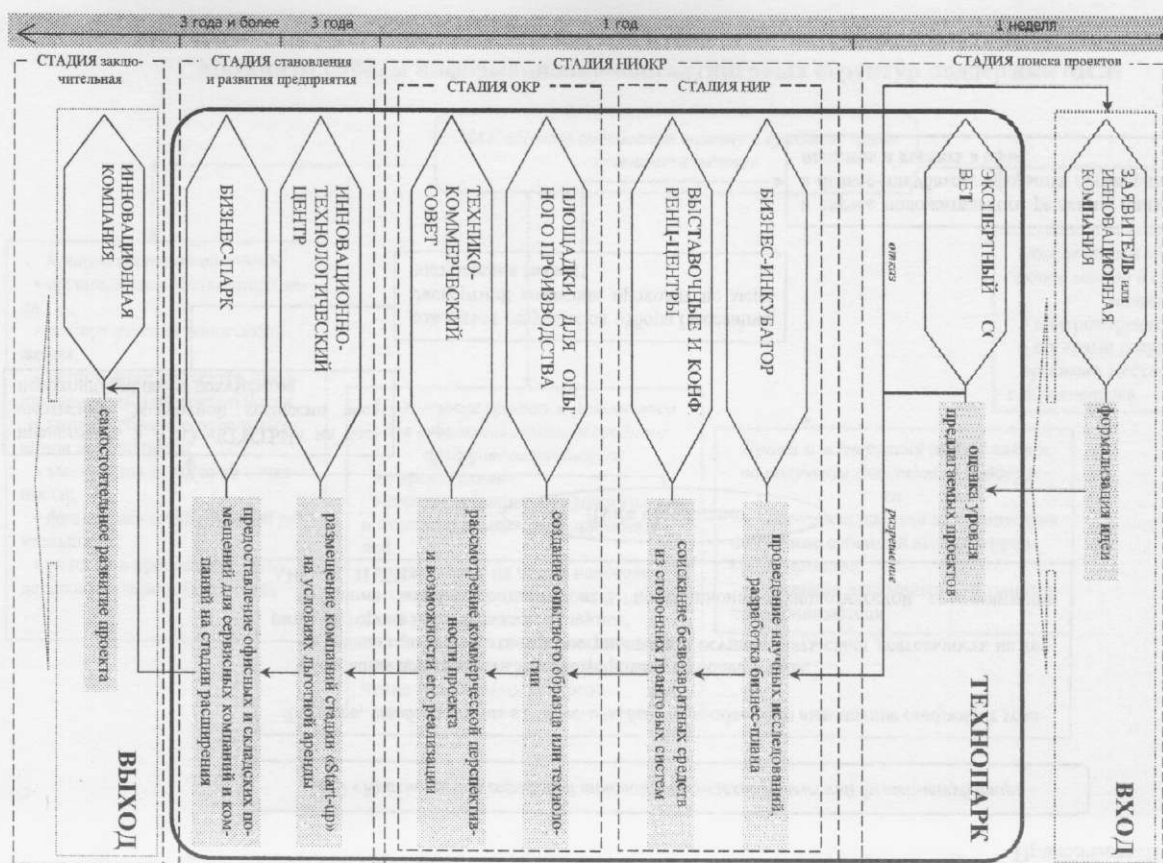


Приложение III (продолжение)



Механизм работы ЗАО «Инновационно-производственный технопарк «Идеа»

Приложение II (продолжение)



Приложение III (продолжение)





**Инновационные проекты, реализуемые малыми предприятиями
города Красноярска**

Малые предприятия	Инновационные проекты
ООО «Инновационный инжиниринговый центр»	Программа для электронно-вычислительных машин (далее — ЭВМ) «Программный комплекс распознавания номерных знаков транспортных средств»
ООО «СибГАУ - Космическая энергетика»	Патент «Аккумуляторная батарея космического аппарата»
ООО «СибГАУ-Радар»	Программа для ЭВМ «Систематизированная обработка декодированной телеметрии МКА RS-22 по получаемым квитанциям «TELEMETRISAT RS-22.1.0»
ООО «Информационная защита»	Программа для ЭВМ «Система поддержки принятия решений при проектировании интегрированных систем безопасности»
ООО (Лучевые технологии)	Программа для ЭВМ «Локализация лица (Face Detection)»
ООО «Автономная энергетика»	Патент «Вторичный источник питания»; патент на изобретение «Устройство для моделирования солнечной батареи»
ООО «Сварка в ракетно-космической технике»; ООО «Сварка-РКТ»	Программа для ЭВМ «Расчет параметров течения и теплоотдачи в пространственном канале при прямолинейном и вращательном течении»
ООО НГПЦ «Малые космические аппараты-СибГАУ»	Программа для ЭВМ «Программа автоматизированного структурно-логического моделирования и расчета надежности информационных систем»
ООО «НПЦ «Энергохолод»	Программа для ЭВМ «Расчет геометрических параметров проточной части центробежного компрессора (Flow part)»
ООО «СибГАУ - автоматика»	Программа для ЭВМ «Электронный учебно-методический комплекс «Программирование на языке СМ »
ООО Внедренческий центр «Спутник»	Программа для ЭВМ «Мультимедийный учебно-методический комплекс «Программирование на языке C++» для дистанционного обучения
ООО «ОНТЕЛ»	Программа для ЭВМ «Система поддержки принятия решения на основе методов нейросетевого моделирования»
ООО «СибИнвент-КОСМОС»	Полезная модель «Генератор переменного электрического поля»

Приложение Э (продолжение)

Инновационные проекты комиссии по инновационному развитию и инвестиционной политике Союза промышленников и предпринимателей	Создание и внедрение типового образца активно-пассивной системы очистки буровых растворов для нефтедобывающих предприятий
	Производство узлов пассажирских и грузовых лифтов
	Персональный кардиомонитор, предназначенный для регистрации кардиограмм и последующего анализа нарушения ритма
	Производство нихролгина (противогрибковый препарат), антисептических растворов
	Новые системы очистки воды. Применение фильтров на основе нанотехнологий
	Производство новых видов деревообрабатывающего оборудования
	Новые системы обработки металлов резанием, сварки металлов
	Производство новых видов машин и оборудования для строительной, дорожной и коммунальной отраслей
	Экологически чистые плитные материалы
	Экологически чистый теплоизоляционный материал из древесных отходов
	Организация производства электрической и тепловой энергии с использованием возобновляемых источников энергии
	Внедрение систем беспроводной связи на базе новых технических решений
	Организация производства йодосодержащих добавок для пищевой промышленности
	Производство лакокрасочных покрытий с особыми свойствами
	Производство газовых смесей для сварочных работ
	Внедрение современных способов контроля материалов и выпускаемой продукции
ООО «Сибирская Перерабатывающая Компания»	Производственная линия по переработке и утилизации автопокрышек и резинотехнических изделий

**Основные формы стимулирования инновационной деятельности
малых и средних предприятий зарубежных стран**

Формы стимулирования инновационной деятельности	Страны, в которых реализуется данная форма
Государственные программы финансовой и технической поддержки инновационных малых и средних предприятий (МСП), выполняющих НИОКР по тематике правительственных организаций	США, Япония, Великобритания, Индия, Китай и др. страны
Прямое финансирование (субсидии, займы), которые достигают 50% расходов на создание новой продукции и технологий	Франция, США и другие
Предоставление ссуд, в том числе без выплаты процентов	Швеция
Безвозмездные ссуды на покрытие 50% затрат на внедрение новшеств	Германия
Целевые дотации на научно-исследовательские разработки	практически во всех развитых странах
Создание фондов внедрения инноваций с учетом возможного коммерческого риска	Англия, Германия, Франция, Швейцария, Нидерланды
Снижение государственных пошлин для индивидуальных изобретателей и представление им налоговых льгот	Австрия, Германия, США, Япония и др.
Создание специальной инфраструктуры для их поддержки и экономического страхования	Япония
Отсрочка уплаты пошлин или освобождение от них, если изобретение касается экономии энергии	Австрия
Бесплатные услуги патентных поверенных по заявкам индивидуальных изобретателей, освобождение от уплаты пошлин	Нидерланды, Германия, Япония, Индия
Облегчение налогообложения для предприятий действующих в инновационной сфере, в т.ч. исключение из налогообложения затрат на НИОКР, льготное налогообложение университетов и НИИ	США, Великобритания, Индия, Китай, Япония
Законодательное обеспечение защиты интеллектуальной собственности и авторских прав	во всех развитых странах
Государственные программы по снижению рисков и возмещению рискованных убытков	США, Япония
Создание широкой сети фондов венчурного капитала используемого для реализации инновационных проектов силами МСП	во всех развитых и развивающихся странах
Создание сети научных парков, бизнес-инкубаторов и зон технологического развития	во всех развитых и развивающихся странах
Создание мощных государственных организаций (корпораций, агентств) обеспечивающих всестороннюю научно-техническую, финансовую и производственную поддержку инновационных МСП	США, Япония, Индия, Китай и др. страны

Формальные модели и матрицы

Модели и матрицы	Основное назначение
Матрица бостонской консультативной группы (БЕСГ)	Оценка потребности в финансировании. Позволяет сопоставить позиции организации
Матрица жизненного цикла	Помогает определить стратегию бизнеса на каждом этапе существования товара на рынке
Кривая опыта	Воплощает суть философии «экономии на масштабах производства»
Анализ «GAP»	Разработка стратегии на основе ликвидации разрыва между желаемой и прогнозируемой деятельностью
Лоцман	Девять этапов обсуждения проблем стратегического управления для построения правильных отношений с внешним миром
Модель Мак-Кинси «7S»	Способ осмысления проблем, связанных с развитием организации (рассматривается семь факторов, влияющих на развитие организации)
Влияние рыночной стратегии на прибыль	Нацеленность на более обоснованную оценку перспектив отдельных подразделений
Пять структур Минцберга	Формирование контуров организации под воздействием пяти сил
Модель обучения на опыте	Стратегия формирования изменений под воздействием внешних импульсов, получаемых в процессе реализации стратегии
График прибыльности «Майсшмы»	Стратегия сокращения капитала, связанного в оборотных фондах
Модель маркетинга	Потребительская оценка качества товара, основанная на ожиданиях клиентов и опыте связей с ними
Пять сил конкуренции по Портеру	Обеспечение конкурентных преимуществ
Метод «PDS»	Метод направлен на обеспечение лучшего понимания структуры потребностей клиентов
Матрица «продукт-рынок»	Классификация продукции и потребителей в зависимости от степени неопределенности перспектив продаж продукции
Изучение профиля	Графическое изображение экспертных оценок образа компании или ее продукции по сравнению с конкурентами
Влияние рыночной стратегии на прибыль (PIMS)	Выявление факторов успеха с помощью анализа около 30 переменных, влияющих на прибыль, путем сопоставления с базой данных показателей лучших компаний
Система обслуживания менеджмента	Разработка системы обслуживания, состоящей из взаимосвязанных элементов
Модель разработки стратегии	Графическое представление образов разработки стратегии
Цепочка ценностей	Определение конкурентоспособности в каждом звене технологической цепочки деятельности организации
Стратегические модели (эталонные стратегии)	Стратегии поведения фирмы на рынке (лидерство в минимизации издержек, специализация, фиксация определенного

	сегмента рынка)
Метод «5x5»	Пять вопросов о пяти факторах внешней среды для выявления наиболее значимых факторов
Метод «SWOT-анализ»	Анализ внешней и внутренней среды фирмы
GE/McKinsey	Сравнение привлекательности рынка и конкурентоспособности
Матрица Томсона — Стрикленда	Выбор стратегии в зависимости от динамики роста рынка, продукции и конкурентной позиции фирмы
Матрица ((Дженерал Электрик» - «Мак-Кинси»	Сопоставление привлекательности стратегических зон хозяйствования и конкурентной позиции фирмы
Матрица фирмы «Еврокип»	Определение взаимозависимости между внешними проблемами и слабыми (сильными) сторонами деятельности фирмы
Общие стратегии по Портеру	Построение стратегий, основанных на конкурентных преимуществах
Хофер и Шендель	Анализ эволюции рынка
Schell и DPM	Сравнение отраслевой привлекательности и конкурентоспособности

Матрица видения

Период времени	Вид	Оценка параметров организации	Описание состояния организации (настоящее и будущее)	Примечание
<i>Настоящее</i>	Вид Со стороны	Пять сил конкуренции Типовые стратегии Возможности и угрозы Входящие ресурсы Выходящая продукция		
	Изнутри	Сильные стороны Проблемы организации Ключевые компетенции Управление персоналом Ориентация организации		
<i>Будущее</i>	Со стороны	Пять сил конкуренции Типовые стратегии Возможности и угрозы Входящие ресурсы Выходящая продукция		
	Изнутри	Сильные стороны Проблемы организации Ключевые компетенции Управление персоналом Ориентация организации		
<i>Назначения</i>		Мотивировать к достижению определенных результатов Объединить деятельность многих в одном направлении Помочь выработать критерии достижения целей Создать эталоны ценностей		
<i>Требования</i>		Мысленное путешествие от известного к неизвестному Взгляд на организацию с высоты птичьего полета Значительные качественные улучшения		

ПРИЛОЖЕНИЕ 1 (продолжение)

Матрица миссии

Уровень	Параметр	Содержание параметра	Содержание характеристик организации	
			Наименование	Ранг
Миссия организации «вовне»	Предназначение	Ценности и нормы		
		Легальное осуществление идеи		
		Удовлетворение потребностей клиента		
	Стратегическая цель	Экспансия		
		Развитие		
		Совершенствование		
		Идентификация организации во внешней среде		
	Национальная идея	Особенности национального менталитета		
		Аспекты национальной гордости		
	Рекламная акция	Презентация своего образа		
		Формирование имиджа организации		
		Заверение в приоритетности интересов клиентов, партнеров		
	Направленность	Народная		
		Элитарная		
		Специальная		
Миссия организации «вовнутрь»	Собственное представление о себе	Кадровый потенциал		
		Мотивация к развитию		
		Уникальность ресурсов и квалификации		
	Социокультурные ценности, принятые в организации	Нравственные нормы		
		Этические и эстетические нормы		
		Ответственность за производимую продукцию		
		Традиции и легенды		
		Ожидания персонала		
	Выравнивание вектора интересов сотрудников в одном направлении	Ориентация на концепцию консенсуса (компромисса)		
		Снижение противоречий между трудом и капиталом		
		Работа в команде		
	Помощь работникам в идентификации себя с организацией	Вовлеченность персонала в управление		
		Объединение персонала		
		Возможность раскрытия потенциала работников		
	Удовлетворение потребностей персонала	Качество трудовой жизни		
		Обучение всему передовому		
		Помощь персоналу в самосовершенствовании		

Матрица целей

Наименования направлений	Субъекты (-теполагания)	Наименование характеристик целеполагания		Примечание
		Содержание возможных целей	Степень значимости (раит)	
<i>Цели внешние</i>	Потребители	Получение большей ценности товара (услуги) на один рубль		
	Поставщики	Установить долгосрочные и взаимовыгодные партнерские отношения		
	Конкуренты	При минимальных затратах захватить долю конкурентов организации на рынке		
	Кредиторы	Получить в срок выданный кредит с процентами		
	Местное сообщество	Сохранить экологическое равновесие		
	Органы власти	Обеспечить занятость населения и поступления в бюджет		
<i>Цели внутренние (функциональные, экономические, социальные)</i>	Менеджеры	Осуществить рост имиджа организации и увеличение доли рынка, принадлежащего ей		
	Собственники	Получить процент на вложенный в организацию капитал		
	Работники	Стабильно зарабатывать деньги на жизнь		
<i>Цели системные</i>	Организация как система	Минимум неопределенности при максимальной стабильности		
<i>Критерии</i>	Базовые	Эффективность Реализуемость Достижимость Измеримость Совместимость Иерархичность Гибкость		
	Стратегические	Решение главных проблем Преодоление угроз Использование возможностей Реализация сильных сторон организации		

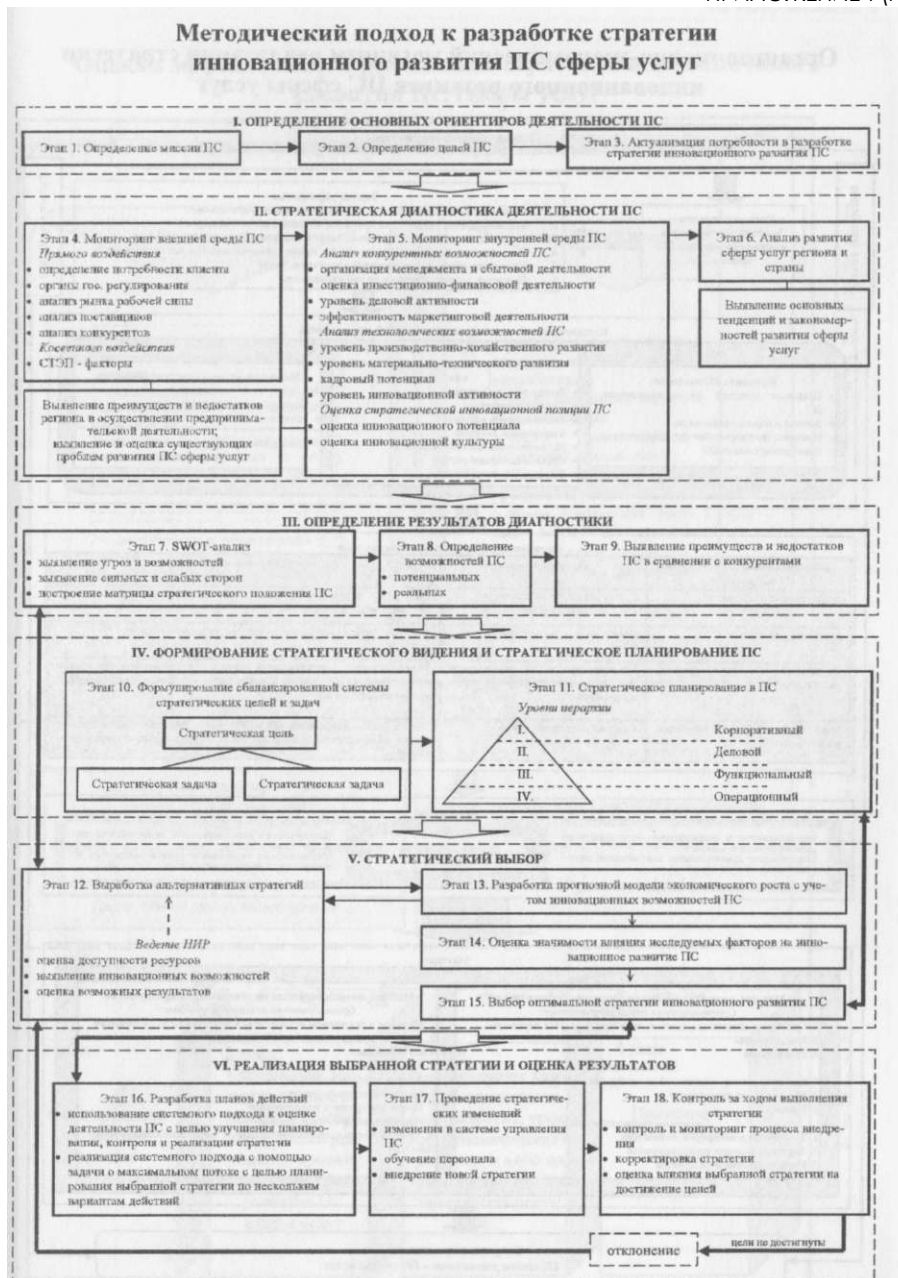
ПРИЛОЖЕНИЕ 1 (продолжение)

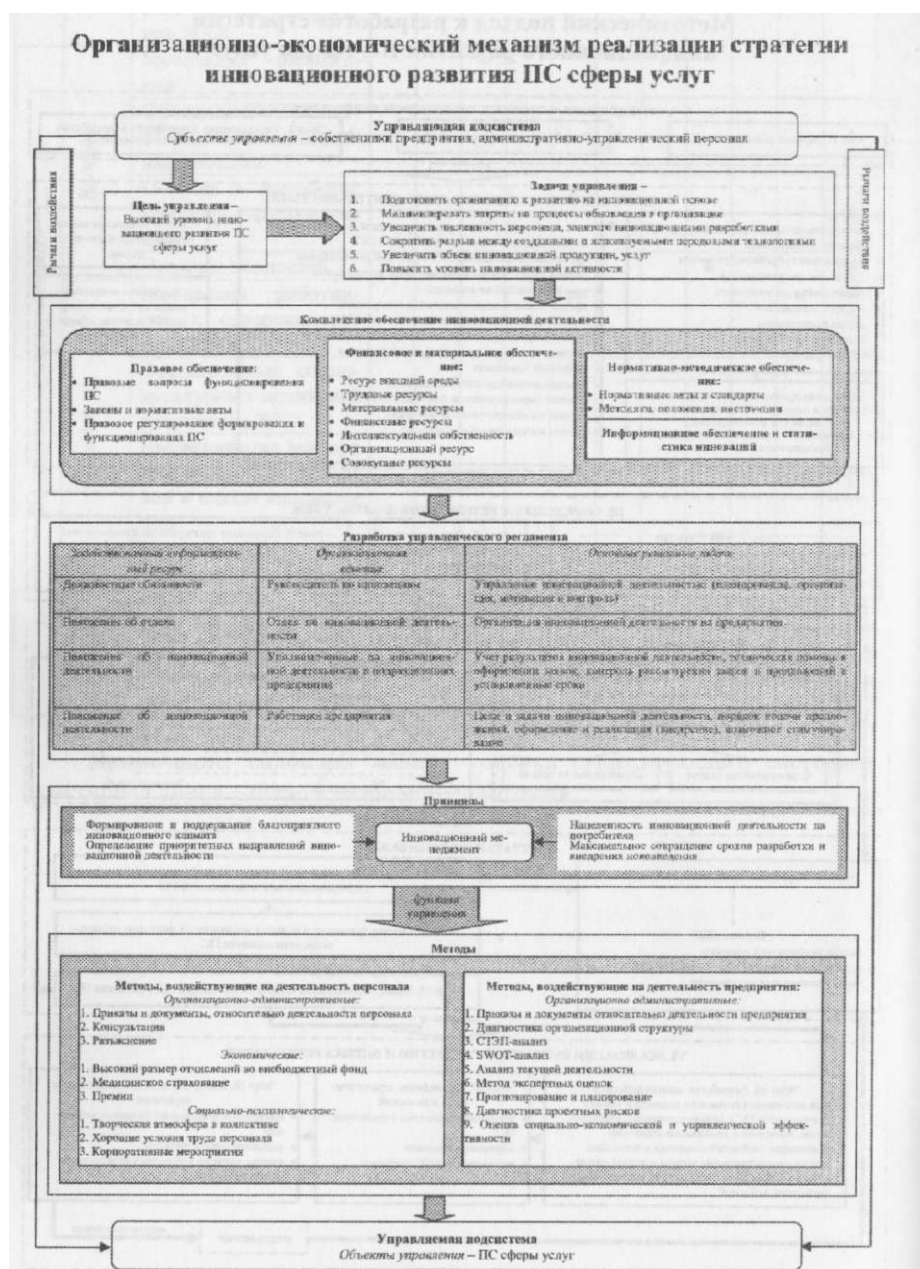
Матрица стратегии

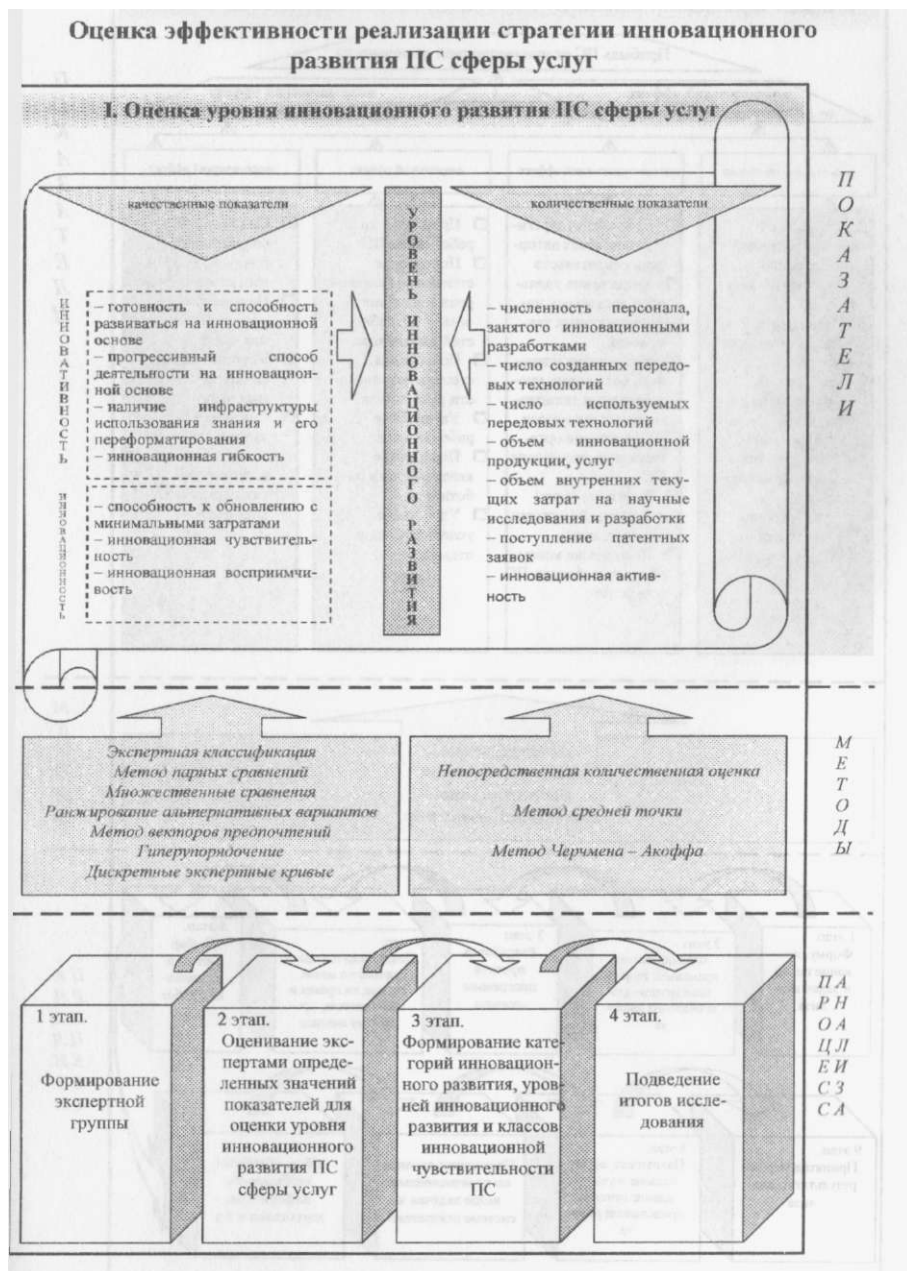
Наименование	Параметры		Оценка существующего и желаемого состояния организации										Величина раз- личия
	Философия бизнеса	Организации ЖКХ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Внешняя характеристика	Видение	Привлечение квали- фицированных кадров									Г	•	4
		Формирование имид- жа ЖКХ и проникно- вление на новые сег- менты рынка муници- пальных товаров и услуг		•							Б 1 1 У я' F 1		7
		Обеспечение лояль- ность клиентов ЖКХ					•				•	у у	4
		Влияние на распреде- ление расходной части бюджета муниципаль- ного образования					•		1				3
	Миссия	Удовлетворение по- требностей клиентов									•	/	6
		Расширение номен- клатуры жилищно- коммунальных услуг									/	•	7
		Помощь населению в адекватном восприя- тии действительности			•	/			•	1 у			4
		«народная направлен- ность» ЖКХ				•			ч ч				3
	Цели	Получение большей ценности приобретае- мой услуги на один рубль цены за счет комплексности работ и услуг		•						ч • у	• у	•	8
		Установление долго- срочных и взаимовы- годных партнерских отношений с постав- щиками						у		•	•	ч 1 1 1 1 1 у	1
		Обеспечение занято- сти населения и раци- ональное использова- ние бюджетных средств								•			3

		Обеспечение устойчивого функционирования ЖКХ								•			4
Внутренняя характеристика	Видение	Мотивация работников			«				•				4
		Объединение деятельности многих в одном направлении							•				4
		Помощь в выработке критерия достижения целей					•				•		4
		Эталоны ценностей				•				•			4
		Мотивация работников к совершенствованию ЖКХ					•					•	5
	Миссия	Формирование социокультурных ценностей работников ЖКХ									•		3
		Выравнивание вектора интересов сотрудников в одном направлении										•	3
		Удовлетворение потребностей работников ЖКХ							«				2
		Рост имиджа ЖКХ та счет его развития				•						•	6
	Цели	Рост заработной платы работников ЖКХ					•				•		4

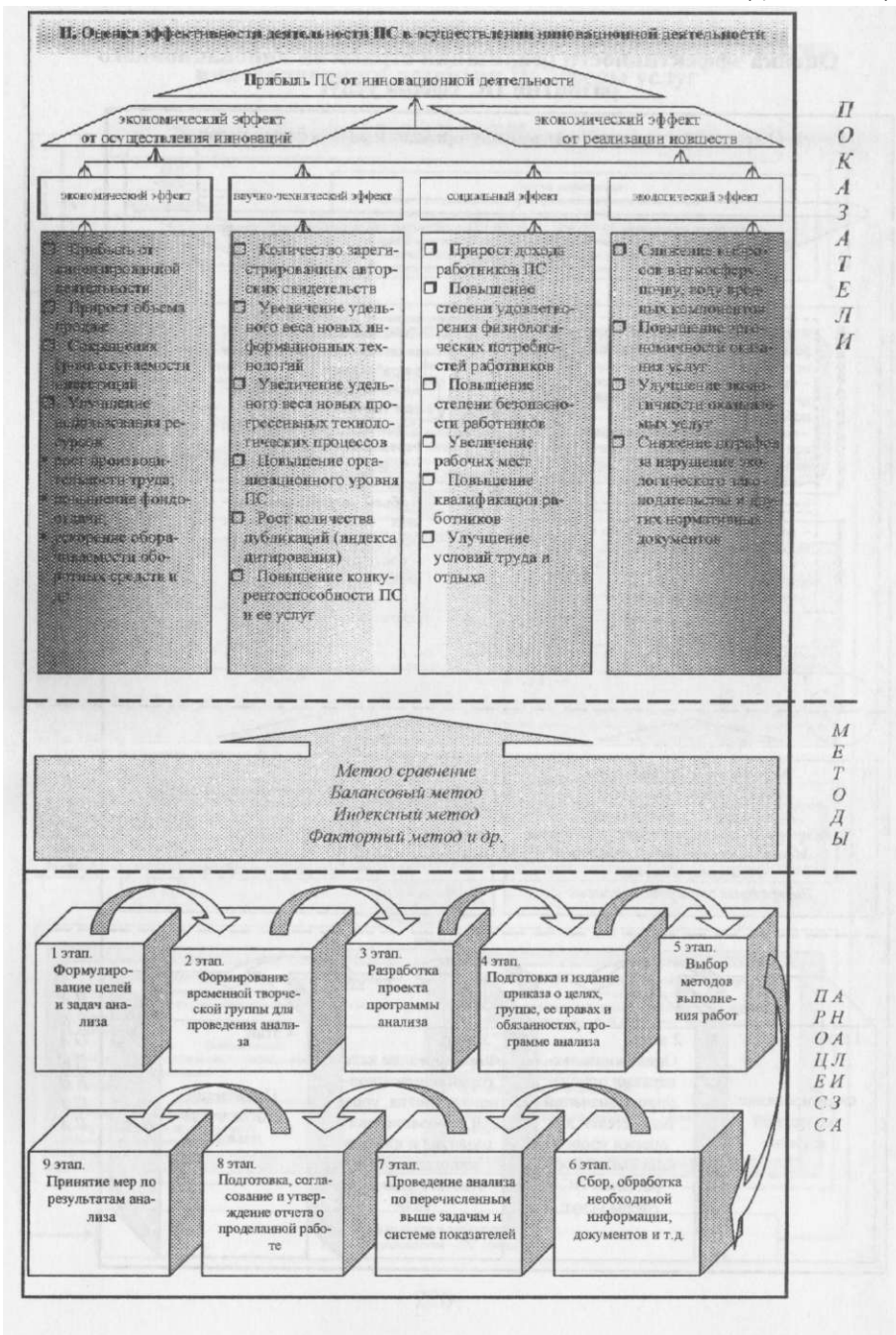
Примечание: сплошная линия - оценка существующего состояния;
пунктирная линия - оценка желаемого состояния.







ПРИЛОЖЕНИЕ 1 (продолжение)



ПОКАЗАТЕЛИ

МЕТОДЫ

ПРОЦЕСС