

Шакуров И. Г.

ТРАНСФОРМАЦИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2009/9/61.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2009. № 9 (28). С. 176-179. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2009/9/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

ции, что могло привести к резкому росту цен. Чтобы не допустить этого, в план антикризисных действий правительство области включило перечень мер, направленных на обеспечение более широкого доступа местных товаропроизводителей в губернские сетевые торговые центры. Для реализации этого пункта плана руководителям крупнейших сетей было предложено присоединиться к «Положению о порядке доступа отечественной сельскохозяйственной продукции в торговые сети».

Поддержать инициативу gubernского правительства согласились 16 региональных розничных торговых сетей. В ходе совещания выяснилось, что многие региональные сети, заинтересованные в поставках качественной продукции с низкой ценой на входе, пошли на отмену входных бонусов и тем самым подтвердили свой выбор действовать в рамках взятых на себя обязательств. Производители сельскохозяйственной продукции, в свою очередь, с пониманием отнеслись к претензиям по качеству поставляемого ими в сети товара. Вместе с тем сельхозпроизводители ориентированы не только на производство качественной продукции, но хотели бы научиться доводить ее до необходимых кондиций и готовы вкладывать средства в технологическое обеспечение этого процесса [7].

Предпосылки к формированию единой формулы, определяющей цены на сырое молоко, назрели уже давно: производители недовольны его низкой стоимостью, а переработчики пользуются выгодной для них ценовой конъюнктурой и пока не готовы идти им навстречу. Новое соглашение, окончательный вариант которого появится 1 марта 2009 г., по замыслу правительства РФ и вице-преьера Виктора Зубкова, позволит производителям и переработчикам молока договориться. Однако очевидно, что цель данного соглашения — поддержать производителей [6]. Какое-либо фиксирование цены может быть лишь временной мерой. При этом поддержку производителей необходимо сопровождать обязательной программой роста их эффективности. Переработчики, вкладывающиеся в сырье, должны понимать, что деньги уходят в модернизацию конкретных хозяйств. В дальнейшем именно этот фактор повысит привлекательность всей молочной отрасли и действительно снизит себестоимость производства. Все участники рынка говорят о том, что они хотят создать прозрачную систему наценок «от земли до прилавка». Значит, следующий шаг в этом направлении — установление аналогичного соглашения между переработчиками и розницей.

Мультиформатная розничная компания X5 Retail Group заявила о снижении цен в «Пятерочке» до минимального рыночного уровня на 80% ассортимента за счет снижения количества товарных категорий и роста объемов продаж. К середине текущего года ассортимент «Пятерочки» снизят с 2500 – 4500 до 2500 – 3000, компания также предполагает инвестировать в цены свою маржу, что не приведет к снижению прибыли благодаря снижению издержек, связанных прежде всего с логистикой и процессами в торговом зале, а также в розничную сеть приходят новые поставщики с более низкими ценами на предлагаемые товары. За последние два месяца текущего года наценка в сетях снижена с 24% до 16,8% (по словам управляющего партнера сети «Гастрономчикъ» и «Марка» Дн. Потапенко) [10].

Таким образом, анализ различных структур сферы услуг показывает, что определены направления, которые позволят в условиях кризиса выжить. Антикризисные меры во многом схожи – это снижение издержек, активизация работы в области инноваций, поиск способов стимулирования спроса, усиление внимания к качеству оказываемых услуг и предлагаемых товаров, использование собственных резервов (в том числе и финансовых), ориентация на отечественного производителя, готовность вкладывать средства в технологическое переснащение отечественных предприятий переработки и производства.

Список литературы и источников

1. **Новости TREL.ru**
2. **Эксперт.** 2009. № 9. Март.
3. **Там же.** № 5. Февраль.
4. **Там же.** № 6. Февраль.
5. **Там же.** № 2. Январь.
6. **Там же.** № 7. Февраль-март.
7. **Самарское обозрение.** 2009. № 19 (824). 30 марта.
8. **Ведомости.** 2009. № 49 (2319). 20 марта.
9. **Эксперт.** 2009. № 4. Февраль.
10. **www.vedomosti.ru** (дата обращения: 20.03.2009).

ТРАНСФОРМАЦИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Шакуров И. Г.

Поволжская государственная социально-гуманитарная академия, г. Самара

В условиях кризиса существенно различаются тенденции развития различных сегментов сферы услуг. Государственное регулирование осуществляется в различных масштабах и формах. При этом мировая сфера услуг пострадала от кризиса в меньшей степени. Так, по данным Labor Department США, в 2008 г. было сокращено в промышленности – 4,2 млн. рабочих мест и увеличилось число мест в сфере государственных услуг на 1,7 млн., медицинских услуг на 3,8 млн., образовательных на 641 тыс., профессиональных и кон-

сультационных на 613 тыс., финансовых на 361 тыс., оптовой торговли на 26 тыс. и в других сферах услуг на 271 тыс.. Сократилось число занятых в розничной торговле на 414 тыс., на транспорте и в ЖКХ на 117 тыс., в сфере информационных услуг на 772 тыс. Безработица в сфере услуг (образовательных и здравоохранительных – 3,8%, финансовых – 5,6%, государственных – 2,3%) несколько ниже, чем в промышленности (8,3%) и особенно в строительстве (15,3%).

В России в список приоритетных фирм, которые получают государственную поддержку включены компании сферы услуг – транспорта (РЖД, Аэрофлот, Транснефть, Трансаэро, аэропорты Шереметьево и Внуково, Московское речное пароходство), связи (Связьинвест, Вимпелком, Мегафон, Почта России, МГТС и др.), СМИ (Останкино, 1 канал, ВГТРК, РИА Новости, ИТАР ТАСС), торговли (X5 Retail Group, Дикси, Седьмой континент, Виктория, Копейка, аптечная сеть 36,6).

Наибольший ущерб в условиях сокращения спроса и заказов на товары понесли грузовые перевозки. Грузооборот мирового авиатранспорта в 2008 г. сократился на ¼, что принесло компаниям 5 млрд. долл. убытка. Грузооборот российских железных дорог в конце 2008 г. сократился на 26% (в основном за счёт транспортировки руды, угля и металлов) и в 2009 г. уменьшится ещё на 30%.

В рыночном секторе сферы услуг, включающем торговлю, общественное питание, бытовые, зрелищные, туристско-экскурсионные, деловые и другие платные услуги, выделяются три тенденции – изменение структуры спроса в пользу менее дорогого ассортимента, консолидация и глобализация сетевых структур. Государство в этом секторе ограничивается антимонопольным регулированием, контролем за ценами на социально значимые продукты и льготами (кредиты, арендная плата и т.д.) малому бизнесу, противостоящему экспансии торговых сетей.

В США в 2008 г., как и в годы кризиса 2001 г., стало расти число банкротств торговых компаний. В 2008 году обанкротилось 17 тыс. компаний розничной торговли, что выше чем в 2007 году в 2,43 раза и практически столько же как и в 2000г.¹

Уже в 2007 г. почти треть рынка в Германии и Норвегии заняли магазины с низкими ценами. В США в 2008 г. на 14-28% сократился объём продаж в сетях Gap, Abercrombie and Fitch, Neiman Marcus.¹ Более 5% персонала сокращает крупнейшая в мире сеть по торговле товарами домашнего обихода Home Depot, крупнейший германский ритейлер «Метро», широко представленный в России, сеть кофеен Starbucks и др. На этом фоне на 1,7% выросли продажи в сети дешёвых магазинов Wal-Mart².

Wal-Mart занимает первое место среди 250 крупнейших мировых торговых сетей, чей суммарный доход превышает 3,5 трлн. долл. В американских магазинах этой компании работают 1,4 млн. чел.; это самый большой – после правительства – работодатель в США. Компания возглавляет список «Форчун-500», в который входят 500 крупнейших компаний США; каждую неделю магазины «Уол-Март» обслуживают 100 млн. покупателей бакалейных продуктов, игрушек, мебели, бытовой техники и т.д. Второе и третье место в мире занимают Carrefour (Франция) и Tesco (Англия). В число крупнейших входили российские X5 Retail Group (101 место в 2006 г.), Евросеть (229) и «Эльдорадо» – лидер в области продажи бытовой электроники (создана в 1994 г.). В состав компании входят 1300 магазинов в 600 городах России (из них по франчайзингу – 670), 97 – на Украине и 49 – в Казахстане, а также 460 салонов связи. В компании работает 40 тыс. сотрудников, оборот в 2007 г. составлял 6 млрд. долл.

Розничная торговля сети бытовой техники и электроники (БТЭ) в России представлена:

- Эльдорадо – 28%;
- М.Видео – 21%;
- Техносила – 8%;
- Мир – 4%;
- Домо – 2%;
- прочие – 46%.

Объём рынка бытовой техники и электроники в 2007 г. вырос на 15% и составил 33,7 млрд. долларов (15 млрд. долл. – бытовая техника, остальное – сотовые телефоны и компьютеры).

В 2008 г. этот рынок достиг 30 млрд. долл. Многие из этих сетей зарегистрированы в офшорных зонах. Так, сеть «Дикси» (торговля продуктами питания и товарами повседневного спроса) имела в 2008 г. 372 магазина, в т.ч. 8 мегамаркетов, 353 дискаунтера и т.д. Контрольный пакет принадлежал зарегистрированному на Кипре холдингу, который, в свою очередь, на 100% принадлежал компании с Британских Виргинских островов. В 2009 г. активы были проданы другой торговой компании, входящей в многопрофильный холдинг «Меркурий», с годовым оборотом 8 млрд. долл.

Российские сети переносят кризис гораздо тяжелее из-за высокого внешнего долга, использованного в основном для скупки активов, а не освоения новых технологий. Доходы Wal-Mart в России продолжали расти и в 2008 г. составили приблизительно 360 млрд. долларов³.

Wal-Mart, Carrefour, Tesco закрепляются на российском, а также на китайском и индийском рынках, где, в отличие от США, до сих пор, по данным Ernst and Young, преобладала традиционная, а не сетевая торгов-

¹ WSJ. 09.01.2009. P. A1.

² WSJ. 27.01.2009. P. B1.

³ WSJ. 2009. 9, 27 января.

ля. По прогнозу Technopak, в 2006-2015 гг. розничный товароборот в Индии вырастет в 2,7 раза, а доля крупных сетей в нём увеличится с 4% до 27%.

В России уже в 2008 г. доля этой сети превысила 35%, однако из-за слабости государственного регулирования сети заняли в ряде регионов монопольное положение, практикуют высокую (40-100%) торговую наценку и требуют от местных поставщиков специальные бонусы за допуск в систему продаж. Зарубежные сети, в частности, Макдональдс, получают выгоды от своей доминирующей роли на рынках, а также от развития электронной торговли. Российская сеть «Эльдорадо» не смогла расплатиться с долгом (500 млн.долл.) и в 2009 г. была продана чешской финансовой группе и итальянской страховой компании. В Петербурге под угрозой закрытия из-за отмены корпоративных мероприятий оказалось, по данным Института ресторанных технологий, до 30% ресторанов, преимущественно высшей ценовой категории. X-5 Retail Group и в 2009 г. инвестирует 14 млрд. руб. в открытие новых магазинов, в основном дискаунтеров сети «Пятёрочка». Многие магазины преобразуются в дискаунтеры, поскольку открытие гипермаркетов типа «Карусель» требует гораздо больших вложений¹.

Следует отметить, что в кризисных условиях 2008-2009 гг., по данным Jones Lane LaSalle, во всех европейских странах, в т.ч. в России продолжается сооружение торгово-развлекательных центров, призванных заменить прежние учреждения сферы услуг (5 млн. кв. м.). Россия к 2010 г. приблизится по площади этих центров к уровню Испании и Германии (10,0 -12,0 млн. кв. м.).

В условиях кризиса, по данным Sagework, резко увеличилось время оборота капитала в магазинах по продаже офисной, аудио- и видеотехники (с 38 дней до 84 дней), в отличие от винных магазинов, аптек, компаний, продающих косметику, расходные материалы и т.д. Первые нуждаются в увеличении кредитов на покрытие кассовых разрывов. Несмотря на кризис, продолжают расти расходы на информационные (в т.ч. программные и аутсорсинговые), но сокращаются – на рекламно-информационные, консультационные, туристско-экскурсионные и гостиничные услуги, что требует трудоустройства части высвобождаемого персонала. Цены на услуги и их структура изменяются. По оценке Федерации розничной торговли США в условиях, когда более 50% клиентов считает, что их финансовое положение всё хуже, качество услуг, широта ассортимента, место расположения торговой точки становятся второстепенными по сравнению с ценой. Это требует освоения более экономичных технологий, сокращения персонала, развития интернет-торговли, расширения производства собственной, более дешёвой продукции.

В России растёт доля налогового и юридического консалтинга, услуг по оценке активов, бизнеса и проектов реструктуризации (комплекс услуг от диагностики бизнес-процессов до реального антикризисного управления), недостаточно востребованы услуги в области стратегического планирования, организационного развития, финансового управления. Стоимость услуг российской связи, получаемая на основе метода дисконтирования будущей валовой добавленной стоимости, превысила к 2005 г. 30 трлн. руб. или более 1 трлн. долл. В отличие от транспорта, где объём грузовых перевозок в конце 2008 г. сократился на 30%, связь продолжила своё развитие. С точки зрения объёма оказываемых услуг связь в России лишь на 13,2% является государственной. Остальное – это частная и смешанная собственность, в т.ч. и с иностранным участием. Более 50 млн. чел. имеют мобильные телефоны. Медленнее растут другие виды услуг: почтовая связь, документальная (телеграф, телефакс; Интернет), телефон, радио- и телевизионное вещание, спецсвязь и фельдсвязь, обеспечение эксплуатационной готовности радиочастотного ресурса. Связь в России обеспечивают около 900 тыс. работников отрасли, телевизионный сигнал распространяется через 10 тыс. станций приёма телевидения, а радио – через 22 млн. радиотрансляционных точек. К 2008 г., по данным Госкомстата России, объём основных фондов в отрасли оценивался в 500 млрд. руб., что составляет 1,5% объёма основных фондов всей экономики. Степень износа основных фондов в отрасли связи ниже, чем в среднем по экономике (45% против 49%), рентабельность услуг связи находится на стабильно высоком уровне, до 30%. Это связано с высокими темпами развития технологий связи, а также с тем, что передача информации связана с использованием ограниченного количества каналов связи. Доступ к этим каналам является источником монопольной ренты.

Мобильная связь, предоставление современных услуг документальной связи, услуг по передаче данных (Интернет) развивались, по сути, с нуля: ранее эти услуги либо не существовали, либо не были востребованы. На свободных, развивающихся рынках действовали конкурентные механизмы, однако компании конкурировали не только за потребителя, но и за право предоставления услуг (плата за получение лицензии в регионе, многочисленные требования, нормы и правила, создающие возможности для получения административной ренты регулирующими и контрольными органами).

В кризисных условиях необходимо ускорить реструктуризацию «Почты России», которая остаётся убыточной и неэффективной. Создаётся единая платформа для оплаты товаров и услуг с использованием сетей мобильной связи, объединяющих всех её операторов, банки и фирмы сферы услуг.

В условиях растущей безработицы растёт значение отраслей сферы услуг, способных занять персонал. Так, на 20-30% в год растёт рынок охранных услуг (его объём оценивается в 4 млрд. долл.), где, наряду с государственными организациями действуют тысячи малых частных фирм. Анализ внешних и внутренних факторов развития туристского рынка позволил обосновать государственную политику в этой области.² В

¹ Данные Technomic Information Services.

² Овчаров А. Туристический комплекс в России: тенденции и риски // Вопр. экономики. 2008. № 1.

2008-2009 гг. сократился спрос на дорогие путёвки, но выросла доля заявок на поездки в регионы России. Для сокращения неоправданно высоких цен на гостиницы целесообразно, по опыту зарубежных сетей, расширять франчайзинг и другие эффективные способы управления.

Особую роль в антикризисной программе играет сектор производства общественных услуг – образовательных, здравоохранительных, научно-инжиниринговых, социальных, экологических, государственных. Его преобразование определяет перспективы перехода к инновационной экономике, где сфера услуг органически связана с производством материальных благ. Особенностью этого сегмента является то, что государственные организации, наряду с муниципальными, некоммерческими и частными участвуют в производстве и распределении благ, имеющих особое социальное значение. В кризисных условиях необходимо:

- стимулирование производства общественных благ и создание в этом секторе новых рабочих мест квалифицированного труда;
- увеличение бюджетных расходов (расходы на образование в 2006-2009 гг. выросли с 207 до 410 млрд.руб., в расчёте на 1 бюджетного студента – с 30,6 до 70 тыс.руб. в 2008 г. и достигли 3,5-3,6% ВВП по сравнению с 4,5-5,5% у наиболее развитых стран и азиатских «тигров»);
- усиление контроля за эффективностью вложений и соблюдением стандартов качества услуг (из 1608 вузов 48% университетов, 53% академий и 59% институтов, по оценке министерства, не соответствуют аккредитационным требованиям по НИР и качеству обучения);
- регулирование и поддержка прогрессивных изменений в структуре оказываемых услуг (при нехватке квалифицированных рабочих, техников и инженеров из 5,5 млн. студентов в 2009 г. 1,8 млн. готовились по экономическим и 700 тыс. – по юридическим специальностям, по которым нет достаточного количества рабочих мест).

Особенности сектора услуг определяют специфику его государственного регулирования. При этом следует учитывать многоотраслевой характер этого сектора, особое значение его глобализации, специфику форм организации производства высокотехнологичных услуг, роль сектора услуг в создании новых рабочих мест, в т.ч. в депрессивных регионах. Это требует особых форм контроля за либерализацией и глобализацией рынка услуг, антимонопольного регулирования, макроэкономического стратегического маркетинга, организации государственно-общественного контроля за качеством и ценами на услуги. Особое значение имеет регулирование электронных коммуникаций и платежей. Регулирование общественных государственных и муниципальных услуг требует законодательного установления соответствующих социальных стандартов, контроля со стороны профессиональных организаций за их соблюдением, изменения правового статуса и критериев оценки деятельности государственных ведомств и учреждений.

Список литературы и источников

- May В. Драма 2008 г.: об экономическом чуде в экономическом кризисе // *Вопр. экономики*. 2009. № 2.
Мотышина М. С. Менеджмент в сфере услуг: теория и практика. СПб., 2006.
Financial times. 10.01.2009. P. 15.
Ibidem. 12.01.2009. P. 6.
Ibidem. 22.01.2009. P. 24.
Ibidem. 30.01.2009. P. 3.
The Economist. 31.01.2009. P. 76.
WSj. 17.01.2009. P. B10.
Ibidem. 26.02.2009. P. A11.

ДИНАМИКА РИСКА ОШИБОЧНОГО ВЫБОРА ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА

Шамина Л. К., Петров Д. Н.

Санкт Петербургский государственный университет низкотемпературных и пищевых технологий

В современной научной литературе инновационная деятельность трактуется как определенный характер деятельности, в результате которой реализуется определенный инновационный проект.

Процесс создания инновационного продукта это частный случай реализации инновационного проекта на промышленном предприятии. В. П. Завлин, А. К. Казанцев и Л. Э. Миндели определяют инновационный процесс – как процесс преобразования научного знания в нововведение, последовательная цепь событий, в ходе которых новация вызревает от идеи до конкретного продукта, технологии или услуги и распространяется при практическом использовании [Основы инновационного менеджмента, 2000, с. 15]. Такой процесс может быть разделен на определенные стадии.

Создание инновационной продукции на промышленном предприятии связан не только со значительными инвестициями, но и с рисками на всех стадиях инновационного процесса.

В связи с этим на практике постоянно встает вопрос об эффективности вкладываемых инвестиций в инновационные проекты и разработки такого механизма управления инновационным риском, который