

Автор статьи полагает, что в каждом конкретном монопромышленном муниципальном образовании создание стратегии и механизмов формирования условий формирования качественных трудовых ресурсов должно быть сформулировано с учетом отрасли функционирования градообразующего предприятия, динамики показателей социально-экономического развития на сегодняшний день и ресурсного потенциала города.

Список литературы

1. *Адамчук А. М.* Экономика предприятия : учебник. – Старый Оскол : ООО «ТНТ», 2008. – 456 с.
2. *Анимица Е. Г., Власова Н. Ю.* Градоведение : учеб. пособие / Федер. агентство по образованию ; Урал. гос. экон. ун-т. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – Екатеринбург, 2006. – 417 с.
3. *Бабилюрова Н. Г., Зерчанинова Т. Е.* Научное обеспечение развития персонала предприятия машиностроительного комплекса // Известия высших учебных заведений.

Социология. Экономика. Политика. – 2009. – № 1(20). – С. 18–20.

4. *Иофа Л. Е.* Города Урала. – М. : Географгиз, 1951.
5. *Кузнецов А. В.* Особенности социально-экономического развития муниципального образования «Город Воткинск» как города с градообразующим предприятием // Развитие местного самоуправления в городах России с градообразующими предприятиями : сб. тр. межрегион. науч.-практич. конф. УдГУ. – Ижевск : Удм. ун-т, 2010. – С. 3–7.
6. *Неклюдов Е. Г.* Типы заводских поселений на Урале (на примере Нижнетагильского округа Демидовых XVIII – первой половины XIX в.) // Третьи Татишевские чтения : тез. докл. и сообщ. – Екатеринбург, 2002.
7. Программа развития муниципального образования «Город Воткинск» на 2006–2010 годы ; принята решением Воткинской городской думы № 91 от 31.05.06 г. – 90 с.
8. Проект программы социально-экономического развития МО «Город Воткинск» на 2010–2014 годы. – URL: http://www.votkinsk.ru/index.php?pg=docs&str=project_program (дата обращения 17.07.2010 г.).

L. V. Bezumova, Postgraduate Student, Votkinsk Branch of Izhevsk State Technical University

On Social and Economic Aspects of Formation of Labour Resources in a single-industry town (by Example of Votkinsk, Udmurt Republic)

Some research results of social and economic conditions formation of labour resources in a single-industry town is considered.

Key words: backbone enterprise, single-industry town, labour resources, social and economic development, industrial enterprise.

УДК 69:338(045)

В. А. Кошечев, доктор экономических наук, Ижевский государственный технический университет
С. В. Семёнова, соискатель, Ижевский государственный технический университет

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ ИНИЦИАТИВЫ В ГОСУДАРСТВЕННОМ РЕГУЛИРОВАНИИ ГРАДОСТРОИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рассматривается специфика государственного предпринимательства в градостроительной деятельности, обосновывается применение маркетингового подхода к государственному регулированию градостроительства, определяются основные особенности и современные тенденции градостроительной политики.

Ключевые слова: маркетинговая концепция, государственное предпринимательство, градостроительная политика.

Государственное предпринимательство предполагает вовлечение предпринимательского потенциала в выполнение задач, связанных с развитием национальной экономики. В течение всей мировой истории переход от одной модели экономического и политического развития к другой сопровождается усилением либо ослаблением роли государственного регулирования экономики, а также доли и значения государственной собственности в экономической системе страны. Так было при переходе от феодализма к капитализму, от капитализма – к социализму, от индустриального общества – к постиндустриальному и информационному обществу. Государство всегда одним из первых прокладывало путь новым экономическим отношениям

и приходило на помощь новым хозяйственным инициативам.

Исторически сложилось, что градостроительная деятельность являлась важнейшей частью внутренней политики любого государства. В современном обществе повышение качества жизни и доступности жилья, совершенствование транспортной и социальной инфраструктуры становятся приоритетными направлениями для государства.

Градостроительная политика – это не отвлеченная дисциплина, а абсолютно прикладное направление деятельности государства по формированию благоприятной среды обитания людей исходя из условий исторически сложившегося расселения, перспектив социально-экономического развития обще-

ства. Градостроительная политика определяет не только взаимоотношения современной городской среды с историческим архитектурным наследием города, но и регулирует весь комплекс вопросов жизнедеятельности города. В современном мире главным организационно-экономическим инструментом регулятивного участия государства в развитии всего народно-хозяйственного комплекса, и в частности градостроительства, является государственное предпринимательство.

Развитие государственного предпринимательства связано с трансформацией маркетинговых концепций (от сбытового маркетинга начала XX века до современного информационного), поскольку любое предпринимательство невозможно рассматривать вне анализа сбыта продукции.

В качестве отдельного направления маркетинговых исследований следует выделить макромаркетинг. Специалисты подчеркивают значительное повышение интереса к макромаркетингу с начала XXI века, что обусловлено началом формирования новой экономики, расширением сетевых форм организаций бизнеса и изменяющейся экономической ролью государства.

Использование маркетинговой парадигмы, особенно концепции макромаркетинга, в государственном предпринимательстве обосновывается в ряде научных публикаций [1, 3, 4, 6]. Потребность в изучении макромаркетинга вызывается необходимостью роста эффективности государственной экономической политики для обеспечения роста конкурентоспособности национальной экономики, поиска способов рационализации экономического поведения государства на мировых рынках в системе усложняющихся внешних экономических связей. Особую роль макромаркетинг приобретает в развивающейся переходной экономике России.

Рассматривая макромаркетинг как социально-экономическое явление, которое характерно для экономики рыночного типа, исследователи тесно связывают его с понятием государственного маркетинга. Среди задач, решаемых маркетингом как социально-экономическим явлением (значимых для макромаркетинга), выделяются:

- снижение противоречий в рыночном обмене;
- синхронизация рыночных колебаний спроса и предложения;
- гармонизация интересов всех рыночных агентов;
- смягчение кризисных явлений в экономике.

Необходимо отметить следующую особенность: если макромаркетинг локализован на верхнем уровне семантической модели маркетинга и представляет собой явление, свойственное современной цивилизации вообще, то государственный маркетинг гораздо более конкретен. Государственный маркетинг – это комплексная программная деятельность, направленная на регулирование предпринимательства и процесса удовлетворения общественных потребностей в секторах, где рыночный механизм не является полностью дееспособным. Государственный маркетинг при этом выступает как инструмент

макромаркетинга, направленный на гармонизацию общественных интересов. В нем отражаются принципы рационального поведения всех субъектов социально-экономической среды.

О необходимости государственного маркетинга свидетельствуют недостатки рыночного механизма, которые являются препятствием к рациональному распределению ресурсов в национальном хозяйственном комплексе. Известно, что рынок не способен улавливать и тем более компенсировать внешние эффекты. Такие эффекты могут быть положительными и отрицательными. Положительным, например, является эффект, который получают все отрасли и сферы деятельности в результате развития здравоохранения, однако рыночный механизм не предлагает методов компенсации затрат отрасли здравоохранения на формирование этого эффекта. К числу отрицательных внешних эффектов относится экономический ущерб, наносимый хозяйственной деятельностью. Механизм его компенсации на рыночной основе полностью отсутствует и требует вмешательства государства.

При игнорировании или снижении госрегулирования иницируется проблема «неполного рынка», когда ряд членов общества лишены возможности пользоваться благами, что приводит к созданию масштабных социальных диспропорций. Кроме того, существуют чистые блага, неделимые по своей природе (обеспечение обороноспособности государства, борьба с преступностью, развертывание противоземлемических программ) и необходимые для обеспечения жизнедеятельности всего общества. Их удовлетворение всегда является прерогативой государства.

Нельзя не отметить близость понятий макро- и государственного маркетинга. Их отличают единые генетические основы, единый эволюционный процесс. Однако их отношения – это отношение базового подхода и способа его реализации; социально-экономического явления и способа формирования решений, учитывающего специфику этого явления.

Управление государственными закупками – одна из важнейших экономических функций государства, которая не только является самостоятельной, но в которой наиболее ярко проявляется маркетинговый подход.

В работе «Управление государственными закупками в Санкт-Петербурге» понятие «государственный заказ» авторы рассматривают в двух аспектах – в широкой и более узкой трактовке [5].

В узком смысле понятие «государственный заказ» означает определение государственным заказчиком конкретного поставщика на поставку товара для государственных нужд и подписание с ним контракта.

В широком смысле понятие «государственный заказ» означает отношения между государственной властью и бизнесом, между всем обществом и государственными органами по поводу обеспечения жизнедеятельности всех ее членов. Государственный заказ является составной частью проводимой экономической политики государства, при этом данная политика может выполнять ряд функций.

Социальная. Обеспечение населения гарантированными государственными услугами, причем объем предоставляемых услуг свидетельствует о социальной ориентации политики государства.

Стимулирующая. Путем размещения государственного заказа можно создавать льготы для отдельных категорий производителей, например предприятиям малого бизнеса. Однако стратегическим направлением при размещении государственного заказа должен стать принцип равенства потенциальных исполнителей, так как без реализации этого принципа не будет обеспечена конкуренция на рынке государственных закупок.

Воспроизводственная. Государство посредством государственного заказа создает условия для расширенного воспроизводства, способствует привлечению инвестиций. Потребность государства в той или иной продукции способствует расширению производства данного вида товара.

Регулирующая. Через систему государственного заказа правительство может регулировать развитие экономики. Посредством государственных закупок можно влиять на ценовые показатели определенной категории продукции и услуг, влиять на развитие конкуренции на тех или иных сегментах рынка.

Своеобразным видом государственного заказа является государственный градостроительный заказ, который включает в себя установление базовых параметров комфортной и безопасной среды жизнедеятельности населения и механизм их достижения и обеспечения. Государственный градостроительный заказ реализует в полной мере функции экономической политики в виде градостроительной политики. При этом «градостроительство» в современном понимании отходит от непосредственного строительства и реализации проектных решений – оно определяет условия и правила игры на всей территории, таким образом, по мнению ряда экспертов, является не градостроительством, а *градорегулированием и градоустройством* [10]. Изменение парадигмы строительства – переход от планирования развития территорий к мониторингу ее развития и применению управляющих усилий на основе маркетинговой парадигмы, активное участие общества – является ключевой особенностью градостроительной политики.

Формирование внятной градостроительной политики становится одним из стратегически важных для государства направлений работы. Отметим, что новое понимание градостроительства требует и нового подхода к кадровой политике: необходима качественно новая профессиональная подготовка современных проектировщиков и сити-менеджеров.

В градостроительном госзаказе наиболее остро выявляются все проблемы и противоречия, связанные с перспективной реализацией отдельно взятого инвестиционно-строительного проекта в региональном аспекте. Отличительными чертами реализации градостроительного заказа можно назвать следующие:

– привязанность к региональным особенностям и ресурсам. Необходимо учитывать исторические, культурные, экономические и социальные условия и образ жизни населения, стратегические направления социально-экономического развития территории;

– поиск баланса интересов широкого круга участников градостроительной деятельности. Тезисно это можно выразить формулой баланса «безопасность – комфортность – доступность – прибыльность – красота»;

– длительная по времени реализация проектных решений (как правило 5 и более лет. Есть проекты, не реализующиеся в течение полувека, но актуальность которых с каждым днем все возрастает – при сохранении основных параметров изменяются материалы и технологии);

– инертность принимаемых решений. Смена власти редко приводит к изменению принципиальных направлений градостроительной политики, но в значительной степени влияет на сроки реализации;

– высокая финансовая емкость принимаемых решений, требующая консолидированного бюджета, при этом под бюджетом понимается совокупность финансовых ресурсов, необходимых для реализации проекта: непосредственно привлекаемые бюджетные средства всех уровней, инвестиционные средства естественных монополий, частные инвестиции – коммерческих компаний и частных лиц – потребителей конечного продукта, «безопасная и комфортная среда жизнедеятельности»;

– высокая социальная значимость принимаемых решений;

– «обратная связь» отложена во времени, оценить реальную степень комфортности создаваемой среды возможно только после реализации, при этом исправить ситуацию уже не представляется возможным в реальной перспективе (50–70 лет).

В сложных экономических условиях, тем более в условиях финансового кризиса, консолидация представителей власти и бизнеса является наиболее логичной для преодоления существующих проблем в градостроительной сфере. Применение различных инструментов, включая инструменты государственного маркетинга, позволяет органично развивать и совершенствовать систему государственного регулирования градостроительной деятельности, а также планомерно реализовывать градостроительную политику.

Список литературы

1. Асаул А. Н. Развитие институтов гражданского общества в инвестиционно-строительной сфере // Вестник гражданских инженеров. – 2007. – № 3(12). – С. 68–72.
2. Асаул А. Н., Иванов С. Н. Региональный строительный комплекс существует // Экономика строительства. – 2002. – № 2. – С. 3.
3. Асаул А. Н., Кошечев В. А. Государственное предпринимательство в строительстве (государственный строительный заказ) / под ред. засл. строителя РФ, д-ра экон. наук, проф. А. Н. Асаула. – СПб. : АНО ИПЭВ, 2009. – 300 с.

4. Грахов В. П. Информационное обеспечение механизмов реализации маркетинг-менеджмента в инвестиционно-строительном комплексе региона // Экономическое возрождение России. – 2008. – № 4(18). – С. 60–66.

5. Управление государственными закупками в Санкт-Петербурге : учеб. пособие. – Изд. 2-е / Л. Г. Каранатова [и др.] ; под ред. В. В. Бланка, В. И. Фролова, С. Р. Тажединова. – СПбГАСУ, 2005. – 279 с.

6. Коцеев В. А. Государственное предпринимательство в строительстве // Экономическое возрождение России. – 2007. – № 3(13). – С. 57–63.

7. Коцеев В. А. Методологические основы регулирования и оптимизации государственного строительного заказа // Вестник гражданских инженеров. – 2008. – № 3(16). – С. 101–106.

8. Коцеев В. А. Принципы и методы формирования и реализации государственного строительного заказа // Экономическое возрождение России. – 2008. – № 2(16). – С. 43–49.

9. Организация и управление градостроительной деятельностью : монография ; в 2 ч. – Ч. 1 / В. П. Грахов [и др.]. – Ижевск : Изд-во ИжГТУ, 2009.

10. Трутнев Э. К., Сафарова М. Д. Градорегулирование в условиях рыночной экономики : учеб. пособие. – М. : Изд-во «Дело» АНХ, 2009.

V. A. Koshcheyev, Doctor of Economics, Izhevsk State Technical University

S. V. Semenova, Candidate for a Degree, Izhevsk State Technical University

Enterprise Initiatives in State Regulation of Urban Development

Specificity of the state business in urban development is considered. Application of the marketing approach to urban development regulation is proved, and the basic features and modern trends of urban development policy are defined.

Key words: marketing concept, state business, urban development.

УДК 336.004+519.7

А. Н. Бирюков, кандидат экономических наук, Башкирский государственный университет, Стерлитамак

КОНЦЕПЦИЯ УЧЕТА НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ В ОЦЕНКЕ ОТКЛОНЕНИЙ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКОВ ОТ ЭТАЛОННОЙ ПОВЕРХНОСТИ НА ОСНОВЕ ВЕРОЯТНОСТНОГО И ФРАКТАЛЬНОГО ПОДХОДОВ

Рассмотрен вероятностный критерий ранжирования объектов налогового контроля по числовой мере искажения ими отчетной документации и внесение в этот критерий эвристической априорной информации с использованием доверительных интервалов для отклонений между расчетными, полученными в рабочей НСМ, и декларированными значениями моделируемого показателя, что позволяет повысить достоверность процедуры ранжирования. Эта идея базируется на общесистемном законе асимметрии, а также на общесистемности закономерности неполного подавления дисфункций структурируемой информационной системы.

Ключевые слова: нейросетевая модель (НСМ), налоговый контроль, вероятностный и фрактальный подходы, задача ранжирования.

В общей теории систем [1] показано, что при образовании системы (в нашем исследовании – это система налогового контроля) элементы системы обладают большим количеством свойств, одни из которых при формировании связей могут подавляться, а другие, наоборот, усиливаться. Однако подавление системой незначимых (паразитных) свойств, как правило, не бывает полным, поэтому в системе возникают не только «полезные» функции, но и «дисфункции».

При интерпретации отклонений экспериментальных значений моделируемого показателя y_i от эталонных \hat{y}_i могут возникать ошибки I и II рода («пропуск цели» или «ложная тревога»), т. е. неопределенность, которая вытекает как следствие из общесистемного закона о неполном подавлении дисфункций при структурировании математико-информационной системы.

Поясним это на конкретном примере задачи налогового контроля на стадии камеральных проверок. Пусть построена НСМ и вычислено множество относительных ошибок $\{\delta_i\}$, $i = \overline{1, N}$. Как интерпретировать большие отклонения порядка сотен процентов? Природа таких отклонений двойственна.

В НСМ аппроксимации «производственной функции» объекта налогового контроля полезное взаимодействие (многоуровневое иерархическое структурирование, «эксплуатация» свойств нелинейной взаимосвязи компонент вектора входных факторов и обучения НСМ в условиях сильной зашумленности) порождает неоднозначную (вероятностную) оценку моделируемого показателя. Это практически приводит к неопределенности в интерпретации больших отклонений между расчетными («эталонными») и декларированными значениями моделируемого показателя Y .