

Таблица 2. Матрица конкурентных позиций рынка электроинструмента г. Ижевска (2013 г.)

Рыночная доля, d Темпы прироста рыночной доли, t	Лидеры рынка	Предприятия с сильной конкурентной позицией	Предприятия со слабой конкурентной позицией	Аутсайдеры рынка
Предприятия с быстро улучшающейся конкурентной позицией	–	–	–	–
Предприятия с улучшающейся конкурентной позицией	1	2, 5, 6, 7, 9, 10, 11	12, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 323, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 45, 46, 47, 48, 49, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 65, 66, 67, 69, 70	77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84
Предприятия с ухудшающейся конкурентной позицией	–	3, 4, 8	16, 43, 44, 50, 51, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 68	
Предприятия с быстро ухудшающейся конкурентной позицией	--	–	–	71, 72, 73, 74, 75, 76

Библиографические ссылки

1. Соловьев Б. А. Управление маркетингом: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 13. – М.: Инфра-М, 1999. – 336 с.
2. Соколова Н. Г. Анализ развития сетевых структур и конкурентной ситуации на рынке розничных торговых

услуг города Ижевска // Вестник ИжГТУ. – 2009. – № 1(41). – Ижевск: Изд-во ИжГТУ, 2009. – С. 53–56.

3. Багиев Г. Л., Тарасевич В. М., Анн Х. Маркетинг: учебник / под общ. ред. Г. Л. Багиева. – М.: Экономика, 1999. – 703 с.

4. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.

K. V. Shutova, Master's Degree Student, Kalashnikov Izhevsk State Technical University

N. G. Sokolova, Doctor of Economics, Associate Professor, Kalashnikov Izhevsk State Technical University

Competitive Analysis of Security Services in Izhevsk

This article focuses on the analysis of the competitive market. The article provides competitive market analysis of security services, based on which we can estimate the market position of an organization of the interest.

Key words: competitive advantages, competitors, marketing quota, competitive analysis, market of security services.

УДК 642.5:658

Г. Е. Калинкина, доктор экономических наук, профессор, Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова

Р. Ф. Маратканова, аспирант, Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова

ЗНАЧЕНИЕ СФЕРЫ УСЛУГ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Рассматриваются особенности развития сферы услуг в России. Затрагиваются вопросы взаимосвязи уровня развития сферы услуг и качества жизни населения. Делаются выводы о возрастающей роли сферы общественного питания в экономике и актуальности изучения данной области.

Ключевые слова: сфера услуг, услуги общественного питания, качество жизни.

Развитие процессов глобализации мировой экономики, рост взаимовлияния национальных экономик, обусловленный ограниченностью ресурсов, приводят к повышению конкурентной борьбы между субъектами мирового хозяйства и региональными экономиками. В связи с этим обостряется конкурентная борьба между городами и возрастает значение сферы услуг как необходимого фактора повышения уровня жизни на определенной территории.

В древние времена общественное оказание услуг было неразвито. Товарный обмен и торговля осуществлялись в основном в виде готовых результатов сельскохозяйственного или ремесленного труда.

По мере эволюции человеческого общества, научно-технического прогресса, механизации и автоматизации физического труда сфера услуг набирает темпы своего развития и становится ключевым сектором экономики [1].

Вторая половина XX и начало XXI века характеризуются многими значимыми явлениями и тенденциями в жизни общества и экономики стран мира. Однако одной из основных тенденций нашего времени стало феноменально бурное развитие сферы услуг. Современный уровень развития передовых стран демонстрирует динамичное развитие производства услуг различного рода и их рынка. Степень развития сферы услуг стала одним из ключевых признаков уровня развития общества. В настоящее время страна не может быть причислена к развитым странам мира, если в ее сфере услуг создается меньше 60 % ВВП [2]. Например, в США на сферу услуг приходится около 80 % рабочих мест (в том числе в этой сфере занято более 85 % всех кадров высшей квалификации) и 74 % ВВП. В ней сосредоточено 40 % основных производственных фондов [2]. Аналогичная тенденция и в странах Западной Европы, где в сфере услуг занято более 66 % от общего числа занятых [2]. В странах ЕС на долю услуг приходится около 63 % ВВП и 62 % занятых; в Японии – 59 % и 56 % соответственно [2]. Международная торговля услугами является одним из наиболее динамично растущих секторов мирового хозяйства [2].

Динамичное развитие сферы услуг, совершенствование ее структуры возможно при достаточно высоком развитии общества, развитых потребностях и в целом определяет качество жизни, поскольку процесс удовлетворения разнообразных потребностей создает определенный стандарт качества жизни.

Качество жизни – сложное емкое понятие, под которым понимается удовлетворенность населения своей жизнью с точки зрения различных потребностей и интересов.

В обыденном понимании качество жизни можно трактовать как комфортность жизни. Очевидно, что каждый человек имеет свою оценку качества жизни.

«Под «качеством жизни» следует понимать комплексную характеристику состояния среды обитания и жизнедеятельности, включая совокупность усилий, ресурсов, товаров и услуг для оптимального обеспечения жизненных целей и потребностей отдельного человека и общества в целом» [3].

Закономерно, что обеспечение современного качества жизни предполагает развитую непродовольственную сферу, предоставляющую широкий ассортимент самых разнообразных услуг. Базовой и неотъемлемой частью высокого уровня качества жизни является развитая сфера услуг общественного питания. В соответствии с пирамидой потребностей А. Маслоу потребность в еде является первичной физиологической потребностью, удовлетворение которой представляет фундамент и основу формирования всех остальных потребностей [3].

В современном мире роль сферы услуг и услуг общественного питания в частности проявляется в следующем:

- является важным сектором национального и мирового хозяйства;
- играет огромную роль в развитии человеческого капитала;

- оказывает все возрастающее значение на функционирование и развитие самого материального производства;

- способствует увеличению свободного времени;
- создает возможности для более полного удовлетворения и развития потребностей людей и общества;
- выступает важнейшим элементом формирования современного качества жизни;
- обеспечивает современное качество экономического роста и повышение конкурентоспособности страны [3].

В целом, сфера услуг, ее масштабы, структура и уровень развития занимают сейчас особое место в оценке экономического статуса страны. Это обусловлено во многом тем, что резко усиливается взаимосвязь развитости сферы услуг и уровня развития всей национальной экономики.

Состояние сферы услуг в России определяется многими факторами, которые характеризуются как разнообразием, так и влиянием исторических особенностей. В настоящее время наблюдается наслоение тех обстоятельств, которые были определены спецификой командной экономики, с явлениями, порожденными трансформационными процессами, свойственными современной России.

Долгое время отечественная сфера услуг сильно отставала по уровню развития от аналогичного сектора экономики большинства государств Западной Европы и Северной Америки. В то время как в 1970-80-х гг. во многих странах начался период бурного роста сервисного сектора, в экономике СССР сфера услуг играла отнюдь не ведущую роль, несмотря на очевидные достижения в области образования, здравоохранения, культуры и ряда других сервисных отраслей. Более половины всей стоимости мирового ВВП создавалось в трех развитых странах – США, Японии и Германии. Причем США давало около трети мирового объема производства. В 70-80 гг. XX века СССР по объему ВВП уступал лишь США, производя 30-40 % (в отдельные годы) от американского уровня [4]. Однако структура общественного производства СССР не соответствовала рангу развитой страны. Доминировало военное производство и отрасли, связанные с ним. В целом, господствовали приоритет материального производства и пренебрежительное, приниженное отношение к сфере услуг.

Сфера услуг отличалась крайне низким уровнем развития и узким ассортиментом. Главные причины этого – тотальное господство государственной собственности и финансирование сферы услуг по остаточному принципу, т. е. после удовлетворения запросов обороны и базовых отраслей промышленности.

Монополизм государственной собственности, централизованное директивное управление лишало сферу услуг самого главного условия успешного развития – ее гибкости, ориентации на удовлетворение разнообразных потребностей людей, хозяйствующих субъектов. В основном преобладали такие государственные услуги, как «бесплатное» образование, здравоохранение, спортивные услуги. Но альтерна-

тивы им не было, поэтому не было выбора. В то же время по некоторым характеристикам отдельные услуги отличались достаточно высоким уровнем и массовостью.

Сложилась неоправданно низкая доля услуг в потребительских бюджетах населения, что приводило к деформации платежеспособного спроса в пользу материально-вещественной продукции весьма ограниченного ассортимента и довольно низкого качества. Стандарты качества в сфере быта, отдыха и досуга были крайне низкими, что сказывалось и на развитии самого материального производства. Материально-техническая база предприятий сферы услуг отличалась примитивным уровнем, использовалась низкоквалифицированная рабочая сила, так как оплата труда в сфере услуг была самой низкой, поэтому более квалифицированные работники уходили в другие отрасли или в теневые виды деятельности.

В централизованном порядке принимались различного рода решения по развитию сферы услуг, что приводило к определенным результатам, но все это осуществлялось по стандартам командной экономики, поэтому отставание от развитых стран нарастало. Особенно это касалось современных видов услуг – информационных, страховых, коммуникационных, транспортных, коммунальных. В целом в СССР для сферы услуг был характерен диктат производителя со всеми свойственными ему негативными чертами и последствиями. Становилось очевидным, что принципиальное решение проблемы развития сферы и рынка услуг в соответствии с современными стандартами в рамках командной экономики директивными методами невозможно [4].

Несмотря на активное развитие сферы услуг в России до сих пор наблюдается недостаточная степень развитости структуры личных потребностей, и даже когда есть деньги, многие не могут содержательно проводить свое свободное время.

Однако следует подчеркнуть неоднозначность протекающих в России процессов, в том числе касающихся состояния и перспектив развития сферы услуг. Наряду с отрицательными моментами стали формироваться положительные тенденции.

Положительно то, что [5]:

1) впервые пришло реальное осознание значимости сферы услуг, важности ее как для жизнедеятельности людей, так и для всего общества, для дальнейшего развития материального производства;

2) ликвидирован монополизм государственной собственности. В сфере услуг стали очень бурно развиваться отношения частной собственности путем создания новых предприятий, а также благодаря проведению так называемой малой приватизации. В России сформировалась к настоящему времени (в том числе и в сфере услуг) структура собственности, свойственная странам с рыночной экономикой. В сфере услуг ведущую роль стали играть мелкие и средние предприятия, которые по своей природе более гибкие, ближе к потребителям, могут более полно учитывать их запросы;

3) появился современный спектр услуг (юридические, информационные, консультационные, рекламные, страховые, автосервисные и др.);

4) по многим видам платных услуг сформирована конкурентная среда: у потребителей появился реальный выбор услуг, в том числе платного характера.

В целом, состояние сферы услуг в России в настоящее время может характеризоваться как весьма противоречивое. Так, в России доля услуг в ВВП за период 1990–2000 гг. увеличилась с 32,6 до 52 %. В 2007 г. показатель достиг уровня 57 %. Этот рост сферы услуг происходит, с одной стороны, как реакция на искусственное торможение ее развития в прошлом, с другой стороны – в ответ на запросы укрепляющего свои позиции частного сектора, требующего все новые и новые виды обслуживания. Тем не менее по уровню развития рассматриваемой сферы Россия еще значительно отстает от ведущих стран мира. В 2012 г. доля сферы услуг в ВВП России составила 58,6 %. (так, в США доля этой сферы в ВВП по разным оценкам составляет 70–75 %, в Гонконге – 86 %.) Однако происходит постепенное усиление положительных тенденций в ее развитии [5].

Общественное питание всегда имело большое значение в жизни общества и развивалось вместе с ним. В последние годы и десятилетия общественное питание в России выходит на качественно новый уровень развития. Развитие общественного питания постепенно превращается в упорядоченную систему, чему способствуют не только изменения в сфере общественного питания, но и экономическое развитие страны и конкуренция.

Таким образом, важным элементом сферы потребительского рынка выступает уровень развития сферы услуг и услуга общественного питания в частности, являющаяся важнейшим звеном инфраструктурного сектора экономики. Развитие сферы услуг общественного питания имеет колоссально важное значение в рамках современного развития общества и становится объектом особого внимания со стороны ученых, государственных деятелей и бизнесменов.

Значимость сферы общественного питания в социальной и экономической жизни современного общества определяет важность и актуальность изучения вопросов функционирования и управления системами общественного питания. К концу XX века исследователи многого достигли и значительно продвинулись в вопросах, связанных с экономикой общественного питания. Однако следует отметить, что при всем многообразии научных публикаций, посвященных экономике общественного питания, аспекты изучения влияния спроса на формирование форматов предприятий общественного питания освещены недостаточно.

В целом, функционирование систем общественного питания в 1990-х гг. рассматривается авторами в нескольких направлениях. Первое направление публикаций связано с анализом организационных форм деятельности и изучением особенностей методов управления предприятиями, то есть сосредотачивается на внутренних характеристиках дея-

тельности сферы общественного питания. Второе направление отражает взаимоотношения систем и предприятий общественного питания с внешней средой, акцент делается на определение места предприятий общественного питания в инфраструктуре города, региона, в индустрии гостеприимства и туризма, а также на специфике взаимодействия предприятий общественного питания с другими субъектами рынка. В третьем блоке публикаций затрагиваются вопросы развития предприятий общественного питания на региональном и федеральном уровнях и рассматриваются направления и перспективы этого развития.

Однако в дальнейшем новые условия хозяйствования потребовали новых подходов к организации работы предприятий общественного питания, использования новых методов и инструментов. В связи с этим появились и новые работы, направленные на повышение эффективности работы предприятий общественного питания в рыночных условиях. Следует отметить монографию О. П. Ефимовой [6], в которой автор рассматривает вопросы планирования и управления экономической деятельностью предприятия общественного питания на основе предложенной ею системы показателей. За основу системы показателей принята финансовая стабильность и конкурентоспособность на рынке. Вопросы обеспечения конкурентоспособности предприятий общественного питания рассматриваются, главным образом, с точки зрения обеспечения экономических преимуществ.

Многие публикации последнего десятилетия концентрируются в основном вокруг вопросов обеспечения коммерческой деятельности предприятий общественного питания и подходов к оптимизации управления предприятиями. Так, в работе Е. С. Юдниковой рассматриваются вопросы, связанные с коммерческими операциями в области торговли и общественного питания, разбирается процедура торговой сделки, даются практические рекомендации по составлению коммерческого контракта [7].

Н. И. Кабушкин и Г. А. Бондаренко дают классификацию ресторанов и предлагают концепцию ресторанного обслуживания, особое внимание уделяют вопросам управления процессами обслуживания на предприятии общественного питания, качеству и культуре обслуживания [8]. По мнению авторов, качество обслуживания и уровень квалификации персонала являются ключевыми факторами конкурентоспособности предприятий общественного питания.

Построению эффективной системы управления конкурентоспособностью на рынке общественного питания посвящена работа Дж. Уокера [9]. В его работах отражен наиболее полный среди монографий 1990-х гг. подход к деятельности предприятий обще-

ственного питания не как обособленной структуры, самостоятельной единицы, а как элемента комплекса индустрии гостеприимства. Автор «вписывает» общественное питание в инфраструктуру территории, что, с нашей точки зрения, является очень важным. Однако все эти аспекты рассматриваются с практической точки зрения, теоретического же осмысления функционирования предприятий общественного питания в работе мы не встречаем.

Широкий спектр публикаций посвящен маркетингу предприятий общественного питания, в частности, работа Ю. Сала [10]. В них рассматриваются концептуальные вопросы маркетинга и приводятся инструментальный маркетинг-микса, рассматриваются технологии маркетинга применительно к сфере общественного питания.

Таким образом, основной акцент авторы делают на поиск путей повышения экономической эффективности деятельности предприятий общественного питания. Однако не уделяется достаточного внимания вопросам современной классификации предприятий общественного питания, и особенно с точки зрения потребителя. Все существующие на сегодняшний день классификации предприятий общественного питания не обладают полнотой и актуальностью, необходимой для формирования форматов предприятий общественного питания соответствующих сегодняшней конъюнктуре рынка. Необходимо рассматривать сферу общественного питания с позиции мультиатрибутивного моделирования и потребительских предпочтений.

Библиографические ссылки

1. Материалы свободной энциклопедии Википедии. – URL: <http://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 20.03.2013).
2. *Аванесова Г. А.* Сервисная деятельность. Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. – М. : Москва, 2007.
3. Стандарты и качество. – 1999. – № 3. – С. 30.
4. *Челенков А. П.* Маркетинг услуг. – М. : Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2002. – 128 с.
5. *Балаева О. Н., Предводителева М. Д.* Управление организациями сферы услуг. – М. : Изд-во Государственного ун-та ВШЭ, 2010.
6. *Ефимова О. П.* Экономика общественного питания. – 2-е изд. – Минск : Новое знание, 2000. – 304 с.
7. *Юдникова Е. С.* Основы коммерческой деятельности предприятий торговли и общественного питания. – СПб. : Питер, 1998.
8. *Кабушкин Н. И., Бондаренко Г. А.* Менеджмент гостиниц и ресторанов : учеб. пособие. – Минск : Новое знание, 2000.
9. *Уокер Дж.* Введение в гостеприимство : учебник : пер. с англ. – М. : ЮНИТИ, 1999. – 463 с.
10. *Юзеф Сала.* Маркетинг в общественном питании. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 229 с.

G. E. Kalinkina, Doctor of Economics, Professor, Kalashnikov Izhevsk State Technical University

R. F. Maratkanova, Post-graduate, Kalashnikov Izhevsk State Technical University

Value of Catering Services in Modern Economies

This article discusses the features of the development of the service industry in Russia. Issues of the relationship level of services and quality of life are touched upon. Conclusions are made about the growing role of catering service in the economy and the relevance of this service study.

Key words: services, catering services, quality of life.

УДК 338.45

Е. Н. Сентякова, аспирант, Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова

НЕОБХОДИМОСТЬ АДАПТАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ К УСЛОВИЯМ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

Обосновывается необходимость адаптации российских промышленных предприятий к условиям внешней среды, таких как вступление России в ВТО. Проведен анализ ВРП России, Приволжского федерального округа и Удмуртской Республики.

Ключевые слова: адаптация, промышленное предприятие, Всемирная торговая организация, валовой региональный продукт (ВРП).

На сегодняшний день промышленность является крупнейшей отраслью материального производства. Доля промышленности в ВВП России в 2011 г. составляет 30,5 %, а доля занятого населения в промышленности составляет 19,6 % [1]. Самую значительную часть промышленного производства составляют обрабатывающие производства, доля которых в российском промышленном производстве составляет 66 %. А валовая добавленная стоимость обрабатывающего производства по России в среднем за 2005–2011 гг. составляет 55,24 % от валовой добавленной стоимости по промышленности [1]. Таким образом, обрабатывающие производства играют важную роль в промышленности России и в экономическом состоянии страны.

В настоящее время координация и управляемость промышленных предприятий значительно ослаблены в результате слабой адаптации к рыночным преобразованиям, происходящим в последние десятилетия в России. Перед промышленными предприятиями встала важная задача – как адаптироваться и сохранить конкурентоспособность отечественной промышленности.

Многими авторами рассматриваются условия внешней среды, которые объединяют макро- и микроокружение промышленного предприятия в современных условиях. Однако на сегодняшний день наибольшего внимания требует процесс присоединения России к ВТО. Членство России в ВТО приведет к усилению конкурентного давления на реальный сектор экономики со стороны иностранных компаний. Учитывая, что Россия импортирует преимущественно предметы широкого потребления, к таким субъектам относятся, в первую очередь, регионы с развитой обрабатывающей промышленностью.

Следует отметить, что ряд регионов, попадающих в группу риска в связи с присоединением страны к ВТО, расположены в Центральном и Приволжском федеральных округах. В них расположены крупные импортозамещающие промышленные производства (рис. 1) [1].

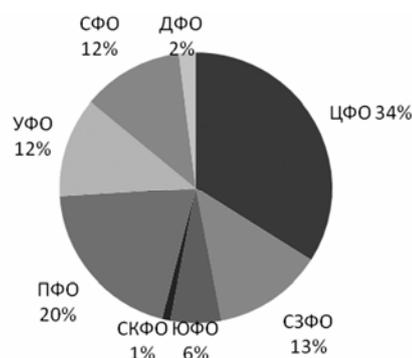


Рис. 1. Региональная структура валовой добавленной стоимости в обрабатывающей промышленности России в 2011 г.

Многие из них являются системо- и градообразующими предприятиями, от состояния которых в значительной степени зависит социальная и экономическая ситуация не только в местах их расположения, но и в округе, а в ряде случаев – в стране в целом. Так, в Удмуртской Республике сосредоточено 45 % обрабатывающих производств в общем объеме промышленности региона.

Валовой региональный продукт (ВРП) по видам деятельности по Удмуртской Республике за 2007–2011 гг. представлен на рис. 2 [2].

Доля ВРП обрабатывающих производств по Удмуртской Республике составляет в среднем за 7 лет 55,5 % от общего ВРП по промышленности [2].

Также следует отметить, что на промышленных предприятиях задействована большая часть занятого населения. В Удмуртской Республике данный показатель составляет 15,78 %, а в среднем по России – 20,16 % (см. табл.) [1].

При управлении адаптацией промышленного предприятия необходимо обратить особое внимание на то, что многие из них существуют за счет государственного заказа на оборонно-промышленную продукцию. Доля товаров народного потребления на многих из них составляет около 1–2 %, что недопус-