

УДК 338.2

АДАПТИВНЫЙ «ПОДХОД X» К ПРОБЛЕМЕ ВНЕДРЕНИЯ СОИЗМЕРЕНИЙ БЛАГ В ЭКОНОМИКЕ В КИЛОВАТТАХ И СОГЛАСОВАНИЕ ИНТЕРЕСОВ УЧАСТНИКОВ БИЗНЕСА

Марат Хамидович Хасанов, кандидат экономических наук, доцент Института транспорта Тюменского государственного нефтегазового университета (отделение СПО)

Калерия Маратовна Торопова, выпускница Тюменского государственного нефтегазового университета, соискатель

Аннотация

В статье рассмотрена проблема перехода от стоимостных денежных измерителей экономических благ к стоимостным физическим мерам как более устойчивым и адекватным реальной действительности. Для облегчения перехода предлагается адаптивный подход, который характеризуется как инновационная деятельность по созданию и внедрению новых энергосберегающих технологий – результата деятельности ученых и инженеров как особой социальной группы. Расчеты показали, что именно их деятельность влияет на выбор стратегического варианта развития бизнеса.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: адаптивный подход, согласование интересов, интегральный критерий, социальная группа, экономия энергии.

ADAPTIVE “APPROACH X” TO THE PROBLEM OF IMPLEMENTATION OF THE SYSTEM OF CO-MEASURE OF BENEFITS IN ECONOMICS IN Kw AND THE AGREEMENT OF BUSINESS MEMBERS’ INTERSTS

Marat Hamidovich Hasanov, PhD in Economics, docent of Transport Institution of the Tyumen State Oil and Gas University

Kaleriya Maratovna Toropova, graduate of Tyumen State Oil and Gas University, assistant

Abstract

The article gives a coverage to the problem of transition from currency measure of economic benefits to the more sustainable and appropriate to the reality physical value measures. It offers an adaptive approach that is characterized as an innovative activity for creation and implementation of modern energy efficiency technology, technologies which are the result of scientists and engineers as a unique social group. The calculations have shown that their activity influences great on the choice of strategic variant of business development.

KEY WORDS: adaptive approach, interests’ agreement, integral criteria, social group, energy economy

Проблема

В многочисленных публикациях отечественных и зарубежных ученых, в частности, известного российского исследователя по направлению «Научные основы проектирования устойчивого инновационного развития», - профессора Б.Е.Большакова, - ставится задача правильного исчисления экономических показателей. Например, ВВП в киловаттах ([1], и др.). Несмотря на объективность и адекватность такого «физического измерения работ», оценке использованных трудовых, материальных и финансовых ресурсов, очевидным представляется

отсутствие интереса у участников взаимодействий, прежде всего руководителей разного уровня иерархии, относительно такого измерения.

Например, цель предпринимателя – максимизация прибыли. Прибыль, как известно, измеряется в денежных единицах.

Цель собственника средств производства, капитала, - процент от его использования, - доход, который также измеряется в денежных единицах.

Доходы государственных чиновников, государственных служащих, связанные с перераспределительными отношениями, также исчисляются в денежном измерении. Эти доходы связаны с поступлениями денежных средств в доходную часть бюджета страны, региона, муниципального образования.

Качество товара или услуги, которое интересует, прежде всего, потребителя, присваивающего товар (услугу) на этапе конечного потребления, выражается не только в денежном измерении, но и физическом, натуральном.

Зная утверждение Ф.Энгельса о том, что «экономические отношения каждого данного общества, проявляются прежде всего как интересы (К.Маркс и Ф.Энгельс, соч., 2 изд., т. 18, с. 271), следовало бы согласиться с общественным мнением, что субъектам бизнеса вообще, и автомобильного в частности, надеяться на восприятие физического измерителя для выражения ВВП в кВт, равно как и частного результата субъектов взаимодействия, было бы не только затратно, но, прежде всего, сложно, непонятно, неожиданно, «несвязно». Нужен огромный период адаптации всех участников общественного взаимодействия (прежде всего психологического, воспитательного и образовательного), и исключения идеи не легитимного присвоения чужого, неоплаченного труда (нет доброй воли отдавать, есть добрая воля присваивать). Иначе говоря, инновационные элементы для любой системы не могут быть приняты, если они не адаптированы к существующей системе. Именно поэтому все вопросы, связанные с внедрением чего-то нового, представляются проблемой, «разрывом связей», как выразился бы выдающийся мыслитель начала XX века Александр Богданов [2].

Направление разрешения проблемы («подход X»)

Для решения данной проблемы предлагается к рассмотрению выделение деятельности особого рода необходимой в обществе в связи с проблемами энергообеспечения: специализация социальных групп на создании новых энергоэкономичных технологий. Это позволит обществу легче перейти в будущем к оценке трудовой деятельности с помощью физического измерения

работ в кВт. При этом уже сегодня в организации бизнеса возникает необходимость в адаптационном варианте включения в существующую систему нового элемента. Назовем такой подход «вариант Х». За исходный существующий вариант описания задачи выбора варианта развития автобизнеса примем подход, предложенный профессором В.В.Ивановым [3]. Назовем его подход «вариантом I».

При описании процедур по варианту I, заметим, что авторы (В.В.Иванов и П.В.Богаченко) рассматривают критерий выбора оптимального бюджета из разных стратегий развития, через интегральный показатель, учитывающий интересы всех участников автобизнеса по каждому технологическому варианту. При этом авторы книги [3] ссылаются на статью Д.Ивахника и А.Твердохлеба «Выбор оптимального бюджета», в которой использовался критерий выбора оптимального бюджета компании с учетом интересов всех руководителей компании. Проанализировав цепочку результатов, нам остается заметить, что в публикации [3, с. 87-90], ее авторы, приводят в качестве иллюстрации таблицу 35, в которой фактически пять показателей. На наш взгляд, эти показатели учитывают интересы пяти участников автобизнеса – предпринимателя, собственника капитала, собственников рабочей силы, государство и потребителя (клиента). По-видимому, это не лишено смысла в свете представленной профессором Г.Л.Багиевым шестой маркетинговой концепции — концепции учета интересов партнеров [1].

В связи с вышеизложенным возникла идея учета интересов еще одной группы: группы ученых, специалистов, которые создают, в частности, новые технологические цепи (инновации), обеспечивающие экономию энергии при осуществлении известных товаров (услуг). Общий доход такой группы может быть выражен через величину экономии энергии. Этот подход обусловлен специализацией в обществе, развитием особого рода деятельности изменяющей, развивающей экономику. Необходимость выделения в обществе такого вида деятельности, которая меняет способы производства и ведет в будущем к созданию новых благ, отражена, в частности, в учебном пособии В.И.Лоскутова «Основы современной экономической теории» (Глава 1).

Первая задача подобного рода была освещена нами в материалах Международной научно-практической конференции [6] «Проблемы формирования единого экономического пространства и социального развития в странах СНГ», проходившей в Тюмени в Тюменском государственном ГНГУ 21 апреля 2011 года.

В настоящую статью внесены уточнения и качественные изменения.

Понимание экономии энергопотребления играет все большую роль в развитии новых возможностей людей. Поэтому предлагается:

1. введение шестого параметра, учитывающего развитие экономики и жизни вообще;
2. введение и учет энергосбережения в задаче оптимального выбора сбалансированного бюджета в стратегических вариантах развития компании.

Выполнение этих предложений требует выделения и специализации особой социальной группы, отличной от других, формирующих новое информационное поле задачи выбора. В этой связи тема представляется *актуальной*.

Цели данной статьи:

1. учесть в известном интегральном показателе сбалансированности интересов всех участников бизнеса дополнительно важнейшую составляющую, отражающую интересы ученых, инженеров, конструкторов, специалистов, создающих новые энергоэффективные технологии и при выборе варианта развития автодилерской компании;
2. влияние этого показателя на результаты выбора варианта в практических расчетах.

Задачи исследований

Первой задачей, нашего исследования является описание внедрения актуальной характеристики – экономии энергии,- в основную программу расчетов выбора оптимального варианта для развития автодилерской компании, предложенную профессором В.В.Ивановым и доцентом П.В.Богаченко [3]. Наша задача (2), состоит в проведении расчетов и доказательстве серьезного влияния на выбор варианта экономии энергопотребления.

Особые условия решения задачи, актуализирующие наш «подход X».

1. В Ханты-Мансийске в 2010 году под руководством президента РФ работала правительственная комиссия по энергоэффективности и использованию энергоресурсов, из работы которой вытекает особая актуальность поставленных задач повсеместно и всюду.
2. В связи с разработкой проблемы выбора оптимального варианта развития автодилерской компании, и ее решением проф. Ивановым В.В., нами была поставлена задача рассмотрения нового фактора развития какой-либо компании,- выделение социальной группы, обеспечивающей инновации. При этом, необходимо

было доказать влияние на выбор компании других факторов, в частности, экономии энергопотребления по вариантам.

3. Реально во всем мире энергия является главным фактором преобразований в экономике. Поэтому рост экономии энергопотребления – способ расширения возможностей государства.

Таким образом, мы предполагали получить оценку влияния нового фактора – собственника инновационных услуг, на эффективность управления авто и любого другого бизнеса, с которым следовало бы взаимодействовать и учитывать его интересы.

Экономия энергии на производстве играет важную роль с точки зрения экономии средств предприятия, а также новых инвестиционных возможностей системы энергообеспечения (страны и региона). В конечном счете, - это рычаг развития реальной экономики.

В стандартном сценарии выбора оптимального варианта развития компании у проф. Иванова («подход I») учитываются: прибыль компании, рыночная доля, качество обслуживания, экономическая добавленная стоимость, средние выплаты на одного рабочего. Они системно учитываются в интегральном показателе сбалансированности. При «подходе X» мы встраиваем в его систему новую характеристику – экономию энергии,- получая новую систему, и рассматриваем: какое влияние это оказывает на выбор варианта по интегральному критерию 2, учитывающему интерес качественно нового собственника.

Таким образом, имеем: два способа учета развития экономики, и выбор вариантов зависит от интегрального показателя, в котором прежде отсутствовал собственник инноваций, и характеристика «экономия энергопотребления».

Практическая часть

Для внедрения нового показателя - экономии энергии,- определим, участников бизнеса и показатели, выражающие их интересы в нем (табл. 1). Далее определим значимость каждого показателя с помощью матрицы парных сравнений (табл. 2), сформированного по гипотетическому варианту исходных данных (автодилерской компании). Затем, рассматривая варианты развития, определим значения каждого показателя по вариантам (табл. 3), произведем стандартизацию значений каждого показателя, приняв их значения по отношению к максимальному, принятому за единицу. После этого произведем расчет по принятому критерию, представив его результат в таблице 4.

Таблица 1. Участники бизнеса и показатели, выражающие их интересы

Участники бизнеса	Показатели
Предприниматель, брокер (дилер) компании, организатор взаимодействия факторов	Прибыль компании, долларов США
Клиент, приобретатель права собственности на результат бизнеса	Качество продукции и обслуживания, проценты (%)
Государство	Налог на добавленную стоимость, рублей
Капиталист, инвестор	Рыночная доля, проценты (%) Доход на вложенный капитал, рублей
Наемные работник	Средние выплаты на одного работника, долларов США
Инновационная группа	Размер экономии, долларов США Экономия энергии, киловатт (кВт)

Таблица 2. Матрица парных сравнений значимости показателей

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Оценка компонентов по строке i	Показатель значимости – весовой коэффициент, проценты (%)
Прибыльность (1)	1	2/1	2/1	1/2	2/1	2/1	1,42	20,7
Рыночная доля (2)	1/2	1	2	1/4	2/1	1/4	0,7	10,2
Качество обслуживания (3)	1/2	1/2	1	1/3	3/1	1/3	0,65	9,5
Экономическая добавленная стоимость (4)	2/1	4/1	3/1	1	2/1	1/3	1,6	23,3
Мотивация и профессионализм (5)	1/2	1/2	1/3	1/2	1	2/1	0,65	9,5
Затраты на экономию энергии (6)	1/2	4/1	3/1	3/1	2/1	1	1,84	26,8
<i>Итого:</i>							6,86	100

Таблица 3. Результаты сценарного планирования ключевых показателей деятельности автодилера

Вариант развития	Характеристика варианта развития	Значения показателей для варианта развития					
		<i>Прибыль компании, рублей</i>	<i>Рыночная доля, проценты (%)</i>	<i>Качество обслуживания, проценты (%)</i>	<i>Экономическая добавленная стоимость, рублей</i>	<i>Средние выплаты на одного работника, рублей</i>	<i>Относительные величины экономии энергии</i>
		Вес показателей, проценты (%)					
		20,7	10,2	9,5	23,3	9,5	26,8
I	Захват рынка за счет умеренного акцента на качество и расходы на персонал	1 830 338	11,4	95	268 070	990	0,87
II	Акцент на прибыльность компании за счет ужесточения затрат на персонал, эксплуатацию и маркетинг, и как следствие, соответствующее сокращение рыночной доли	2 081 354	10,5	92	260 248	930	0,81
III	Увеличение доли рынка за счет улучшения качества путем значительного увеличения расходов на мотивацию и соответствующего уменьшения прибыли	1 701 287	12,1	97	248 282	1085	1

Таблица 4. Стандартизация значений показателей и выбор оптимальных целевых результатов деятельности автодилера

Вариант развития	Стандартизированные значения показателей для варианта развития						Интегральный показатель сбалансированности
	Прибыль компании, долларов США	Рыночная доля, проценты (%)	Качество обслуживания, проценты (%)	Экономическая добавленная стоимость, долларов США	Средние выплаты на одного работника, долларов США	Относительные затраты энергии	
	Вес показателей, проценты (%)						
	20,7%	10,2%	9,5%	23,3%	9,5%	26,8%	
I	0,8794	0,9421	0,9724	1,0000	0,9124	0,8700	0,923345
II	1,0000	0,8678	0,9485	0,9708	0,8571	0,8100	0,910324
III	0,8174	1,0000	1,0000	0,9262	1,0000	1,0000	0,9450064

Выводы

Из таблицы 4 видно, что предпочтение следует отдать варианту III, имеющему наибольшее значение интегрального показателя сбалансированности бюджета. Заметим, что при подходе I, оптимальным был вариант развития 1. Таким образом, можно сделать следующие выводы:

1. На основе сравнения результатов двух подходов оценки вариантов (X и I) приходим к выводу, что показатели экономии энергоресурсов значительно влияют на результат выбора варианта развития компании.
2. Учитывая особенности бизнеса, появляется возможность учета новой стратегии, которая активно развивается Научной школой устойчивого развития [4, 5] и начинает появляться в США, Канаде, Японии, Китае и Западной Европе, - стратегии экономии энергоресурсов с учетом интересов новаторов и инноваторов.

Литература

1. Багиев, Г.Л. Маркетинг взаимодействия: философия организации. Инструментарий. – Санкт – Петербург: СпбГУЭФ, 1998.
2. Богданов, А.А. Тектология: всеобщая организационная наука: в 2-х кН.: отв.ред. Л.И.Абалкин – М.: Отделение экономики АН СССР, Ин-т экономики АН СССР, 1989.
3. Иванов, В.В., Богаченко, П.В. Автомобильный менеджмент. – М.: ИНФРА-М, 2007.

4. Кузнецов, О.Л., Большаков, Б.Е. Устойчивое развитие: научные основы проектирования в системе «природа-общество-человек»: учебное пособие. — Санкт – Петербург – Москва – Дубна: Гуманистика, 2002.
5. Большаков, Б.Е. Наука устойчивого развития: книга I МЕРА// [Электронный ресурс], режим доступа: <http://lt-nur@uni-dubna.ru>, свободный.– 2011.
6. Тураева, А.Р., Хасанов, М.Х., Торопова, К.М. Выбор оптимального варианта развития автодилерской компании// Материалы Международной научно-практической конференции «Проблемы формирования единого экономического пространства и социального развития стран СНГ». - Тюмень: ТюмГНГУ, 2011- с. 393-397.