

площади, а сама квартплата за два предыдущих года выросла почти в два раза.

Для малообеспеченных семей в Эстонии введена государственная система пособий. На них могут претендовать семьи, чьи расходы на содержание жилья превышают 30% чистого дохода. При этом пособия определяются не столько суммами, сколько объемами коммунальных услуг, которые нормируются правительством.

Вышесказанное свидетельствует о необходимости использования методов государственного регулирования этой сферы: необходимость разработки политики строительства и эксплуатации жилья, регулировании цен на него и защиты населения от необоснованно высокой платы за оказание помощи группам населения с низкими доходами.

Мировая практика функционирования жилищно-коммунальной сферы доказывает эффективность выделения функций собственника жилищного фонда и делегирование им на конкурсной основе функций управления и обслуживания жилищно-коммунальных объектов специализированным организациям. Отношения при этом складываются между собственником жилищного фонда, заказчиком жилищно-коммунальных услуг и подрядными организациями, обеспечивающими предоставление услуг.

Таким образом, необходимо подчеркнуть, что использование возможностей конкуренции даже в отдельных сегментах ЖКХ во многом позволяет снизить издержки не только частных лиц, но и государства. Кроме того, увеличение конкурентной борьбы создает условия для появления дополнительных возможностей по обеспечению населения качественными услугами.

Список литературы

1. Гуртов В. О состоянии жилищно-коммунального комплекса // Экономист. – 2007. – № 7.
2. Экономика и организация жилищно-коммунального хозяйства города: учеб. пособ. для студ. высш. учеб. заведений / под ред. Д.М. Жукова. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003.
3. Денисов Н. Жилищно-коммунальный комплекс: концепция реформирования // Экономист. – 2007. – № 5.
4. Кулик П.А. Международный опыт применения концессий в области коммунального хозяйства // Внешнеэкон. бюл. – 2002. – № 2.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КЛАССИФИКАЦИИ АУТСОРСИНГА В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

Климовец М.В.

*Академия народного хозяйства
и государственной службы при президенте РФ,
Москва, e-mail: m_klimovets@mail.ru*

Аутсорсинг позволяет с максимальной отдачей использовать сильные стороны компаний, достигая необходимые конкурентные преимущества благодаря возможности каждой из сторон осуществлять ту деятельность, которая приносит наибольшую экономическую прибыль.

Причины, которые ведут отдельные компании к использованию аутсорсинга, достаточно просты. Практически всегда речь идет о поиске наиболее экономически эффективного решения, увеличивающего конкурентоспособность данной компании:

1. Потребность в работниках с необходимой квалификацией. Часто компания не имеет в наличии необходимое количество сотрудников, которое требуется для реализации конкретного проекта. Остается два варианта:

а) использовать человеческие ресурсы, предлагаемые специализированным агентством по трудоустройству (трудовым агентством);

б) использовать человеческие ресурсы сторонних компаний, предоставляющих услуги данного рода.

2. Потребность в сотрудниках в регионе исполнения заказа. Компания не всегда имеет в распоряжении количество сотрудников, необходимое для реализации проекта, причем местный рынок труда также не всегда способен предоставить нужных специалистов. Варианты решения проблемы соответствуют предыдущей ситуации.

3. Деятельность не относится к ключевым способностям компании. Коммерческая компания не обладает квалификационными, техническими и технологическими предпосылками для реализации конкретного проекта. Подходящим решением для таких случаев является передача на аутсорсинг компании-субподрядчику, имеющей узкую специализацию на данный вид деятельности, которая способна обеспечить реализацию проекта с необходимыми техническими требованиями.

4. Неполная загрузка основных сотрудников. Для снижения затрат уменьшается количество сотрудников в определенных, не полностью используемых видах деятельности. Решения посредством аутсорсинга исходят из следующих ситуаций:

а) для компании с экономической и практической точки зрения выгоднее передать специфический вид деятельности на аутсорсинг (например: бухгалтерский учет, уборка здания, тренинги и т.п.), потому что необходимость в данных услугах имеет непостоянный характер или же данная деятельность не относится к профильной деятельности;

б) хотя человеческий капитал для компании жизненно важен, для его привлечения можно использовать аутсорсинг. Например, у экономически высоко затратных сотрудников специфической квалификации, для которых в настоящий момент в компании нет постоянной работы (лекторы, проектанты, узко профилированные техники и т.д.) выгоднее, чем трудовой договор использовать аутсорсинг (даже несмотря на его возможную временно высокую цену).

5. Снижение затрат у второстепенных видов деятельности. Настоящий период времени, с точки зрения нестабильного состояния, особенно

привлекателен именно использованием аутсорсинга для второстепенных видов деятельности.

Использование компанией аутсорсинга обеспечивает ей следующие преимущества:

- компания станет более гибкой и эластичной (улучшится качество продукции и услуг, что экономически развяжет руки);

- компания улучшит эффективность внутренних процессов (устранение отдельных бюрократических предписаний и процедур);

- компания начинает работать более экономично (соотношение между расходами и доходами);

- использование аутсорсинга будет позитивно влиять на компанию, и не будет влиять на корпоративную культуру (компания выделит блок услуг, которые передаст на аутсорсинг);

- при использовании аутсорсинга не нарушается связь между областями производства и функциональных цепочек (исследования, развитие, продаж);

- на выходе использование аутсорсинга в компании улучшит эффективность в области рыночных позиций и конкурентоспособности;

- снижение общих затрат на менеджмент;

- снижение инвестиционных затрат, которые могут быть переведены в текущие расходы;

- перенос рисков на подрядчика;

- более гибкая реакция на новые требования и внедрение новых технологий;

- доступность специалистов в разных областях, которые доступны постоянно, но при этом нет необходимости инвестировать их обучение и развитие;

- упрощение условий для слияний и реорганизации;

- поддержание современной технологической платформы без необходимости крупных инвестиций;

- гарантированное качество и уровень услуг.

К отдельным проблемам, которые может (не обязательно) принести аутсорсинг относятся:

- риск при установлении неправильного объема услуг, для которых будет использован аутсорсинг;

- необходимость полностью доверяться третьей стороне;

- в случае большого объема услуг аутсорсинга есть угроза потери специалистов;

- при полной зависимости от аутсорсинга услуг и последующем окончании контракта происходит потеря нанятых на аутсорсинг сотрудников.

В любом случае при принятии решения об использовании аутсорсинга нельзя ориентироваться только на снижение затрат, необходимо учитывать обеспечение определенного уровня качества и позицию компании на рынке.

Список литературы

1. Климовец М.В. Модель оценки эффективности финансового аутсорсинга // Вестник Финансового университета. – 2010. – № 1. – С. 64–67.

2. Климовец О.В. Аутсорсинг бизнес-процессов в условиях «новой экономики» и формирование конкурентных преимуществ // Известия Волгоградского государственного технического университета. – 2006. – Т. 10, № 5. – С. 24–31.

3. Климовец О.В. «Сочи-2014» как проект государственно-частного партнерства. В сборнике: Общество в эпоху перемен: формирование новых социально-экономических отношений. Материалы V международной научно-практической конференции. – Саратов, 2014. – С. 101–103.

4. Климовец О.В. Стратегия трансграничного органического роста российских компаний // Современные наукоемкие технологии. – 2014. – № 6. – С. 71–72.

5. Klimovets O.V., Fundy K.V. Analysis of system development staff motivation hotels // Дискуссия. – 2014. – № 8 (49). – С. 97–102.

6. Климовец О.В. Исследование современных процессов российского рынка труда (рецензия на монографию д.э.н., профессора Агабекян Р.Л. «Российский рынок труда: особенности, проблемы и перспективы». – Краснодар: Издательский Дом-Юг, 2014. – 208 с.) // Вопросы новой экономики. – 2014. – № 2 (30). – С. 97–102.

7. Климовец О.В., Фандий К.В. Теоретические и практические аспекты систем мотивации персонала предприятий индустрии гостеприимства // Экономика устойчивого развития. – 2014. – № 3 (19). – С. 110–115.

8. Климовец О.В. Рецензия на монографию д-ра экон. наук, проф. Р.Л. Агабекян «Российский рынок труда: особенности, проблемы и перспективы». – Краснодар: Издательский Дом-Юг, 2014. – 208 с. // Экономика устойчивого развития. – 2014. – № 2 (18). – С. 257–262.

9. Климовец О.В. ТНК России // Международный журнал экспериментального образования. – 2013. – № 5. – С. 118–119.

10. Климовец О.В., Климовец М.В. Влияние олимпийских игр на формирование конкурентоспособности страны и региона. В сборнике: Наука и образование в XXI веке. Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 34 частях. – 2013. – С. 53–55.

11. Климовец О.В. Формирование и развитие российских транснациональных корпораций. Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук/Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (МГУ). – М, 2010.

12. Авдокушин Е.Ф. Аутсорсинг научно-исследовательских опытно-конструкторских разработок в развитии новой мировой экономики // Вопросы новой экономики. – 2007. – № 4. – С. 35–45.

13. Авдокушин Е.Ф. Международное производство – основа новой мировой экономики // Межрегиональная группа ученых – институт проблем новой экономики. – 2005. – № 1. – С. 3.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Левожинский А.С.

Академия маркетинга

*и социально-информационных технологий-ИМСИТ,
Краснодар, e-mail: new_economics@mail.ru*

Построение взаимоотношения с клиентами обретает особую актуальность для бизнеса, реализуемого в глобальной Интернет сети. Эффективность такого бизнеса во многом определяется наличием системы построения обратной связи с клиентами с помощью интернет-технологий, а также качеством сервиса в процессе удаленного режима продажи товара, наличием системы поиска новых клиентов, реализацией программ лояльности в Интернет [1]. Автором были проанализированы существующие интернет-технологии продаж и взаимодействия с клиентами, применение данных технологий в деятельности интернет-магазина.