

шится в среднем на 0,0843 у.е. Так как $\beta_1 > \beta_2$ ($0,914292 > -0,0843$), то можно сделать вывод, что большее влияние на размер чистой прибыли оказывают прибыль (убыток) от продаж.

Для получения сопоставимой оценки влияния на величину чистой прибыли факторных признаков требуется рассчитать коэффициенты эластичности.

«Частные коэффициенты эластичности определяются по формуле:

$$\varepsilon_{xi} = a_i \frac{\bar{X}_i}{\bar{Y}}, \quad (6)$$

где \bar{X}_i – среднее значение соответствующего факторного признака; \bar{Y} – среднее значение резуль- тативного признака; a_i – коэффициент регрессии при соответствующем факторном признаке» [1, с. 39].

Коэффициент эластичности показывает, на сколько процентов в среднем изменится значение резуль- тативного признака при изменении факторного при- знака на 1 %.

Величины коэффициентов эластичности по двум анализируемым факторным признакам приведены в табл. 3.

Таблица 3

Коэффициенты эластичности по двум анализируемым факторным признакам формирования чистой прибыли от основного вида деятельности ОАО «ТНК-ВР Холдинг»

Факторный признак	Коэффициент эластичности, %
1	2
Прибыль от продаж, X1	0,945672
Темп роста инфляции, X2	-0,08612

Расчет коэффициентов эластичности позволяет сделать вывод, что:

1) увеличив прибыль от продаж на 1%, ОАО «ТНК-ВР Холдинг» получит чистой прибыли больше на 0,945672%, что возможно произойдет из-за следующих действий:

- выработки нового конкурентного преимущества или усиления существующих;
- разработки нового товара и успешного бренда;
- грамотного маркетингового ценообразования;
- управления ассортиментом (увеличение объема продаж рентабельной продукции приводит к увеличению прибыли и улучшению финансового состояния предприятия; рост объема реализации убыточной продукции влияет на уменьшение суммы прибыли);

2) при увеличении темпа роста инфляции на 1% чистая прибыль уменьшается на 0,08612%, что возможно происходит из-за монополии крупных фирм на определение цены и собственных издержек производства, особенно в сырьевых отраслях.

В результате проведенного анализа выявлено, что среди рассмотренных факторных признаков наибольшее влияние на формирование чистой прибыли оказывает объем прибыль (убытка) от продаж.

Расчеты показали, что темп роста инфляции оказы- вают меньшее влияние на величину чистой прибыли.

Список литературы

1. Исляева, Р.Ф. Анализ финансового результата от продажи продукции организации с использованием корреляционно-регресси- онного метода / Р.Ф. Исляева, К.М. Гарифуллин // Вестник Казанско- го государственного финансово-экономического института. – 2009. – № 2. – С. 37-43.
2. Елисева, И.И. Эконометрика: Учебник/И.И. Елисева, С.В. Курышева, Т.В. Костеева и др.; Под ред. И.И. Елисеевой. – М.: Фи- нансы и статистика, 2006. – 576 с.
3. Официальный сайт ОАО «ТНК-ВР Холдинг» [Электронный ресурс] // www.tnk-bp.ru (дата доступа 15.12.2012).

ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМ АВТОМАТИЗАЦИИ В СФЕРЕ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

Тарасенко О.В.

Южный федеральный университет, Таганрог,
e-mail: olechka-0105@mail.ru

Направления развития жилищно-коммунальной отрасли отмечены в распоряжении Правительства РФ от 02.02.2010 №102-р «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы «Комплексная программа модернизации и реформирования жилищно-коммунального хозяйства на 2010-2020 годы» [1]. Среди основных требований к участию в федеральной целевой программе является наличие единой муниципальной базы информационных ресурсов в ЖКХ. Создание единых центров обработки информации (многофункциональных центров) в сфере жилищно-коммунального хозяйства является необходимым условием для осуществления обмена данными по всей вертикали власти, обеспечивая тем самым порядок и удобство обслуживания граждан [5, 6].

Значительной проблемой при обеспечении прозрачной и понятной системы расчетов между предприятиями поставщиками жилищно-коммунальных услуг и собственниками многоквартирных домов является недостаточное обеспечение потребления коммунальных ресурсов приборами учета, отсутствие систем сбора и анализа этой информации и сведений текущих балансов коммунальных ресурсов, а также отсутствие единой базы данных о проживающих гражданах. Для решения указанной проблемы необходимо реализовать жесткие нормативные требования к наличию приборов учета и создавать единые муниципальные базы информационных ресурсов, включающие в себя автоматизированный сбор информации, расчетно-сервисное обслуживание потребителей услуг по принципу «одного окна», контроль за несанкционированным потреблением ресурсов, обмен данными с отраслевыми государственными автоматизированными системами и другие мероприятия [3].

Перечень задач, на решение которых направлено использование информационных систем в сфере ЖКХ можно сформулировать следующим образом [4, 8]:

- повышение оперативности диспетчеризации;
- обработка информации о техническом состоянии жилого фонда территории;
- дистанционное управление объектами ЖКХ;
- моделирование ситуаций;
- бухгалтерский учет и расчет оплаты за коммунальные услуги;
- повышение качества работы с населением;
- информационное обслуживание органов муниципального управления;
- web-сервисы обмена данными.

Современные информационные технологии позволяют организовать мониторинг состояния объектов ЖКХ, вести учет потребления энергоресурсов, обеспечивать адекватное взаимодействие между их поставщиками и потребителями [2, 7]. Оперативный контроль ситуации, базирующийся на информационных технологиях, необходим для оптимального бюджетирования, формирования и реализации инвестиционных проектов, учета реальных текущих платежей, планирования и контроля выполнения работ, разработки отраслевой нормативной правовой базы. Гражданам – конечным потребителям услуг ЖКХ широкое внедрение информационных технологий позволит контролировать потребление ресурсов и оптимизировать их расходование.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 2 февраля 2010 г. № 102-р. Концепция федеральной целевой программы «Комплексная программа модернизации и реформирования жилищно-коммунального хозяйства на 2010 – 2020 годы».
2. Саак А.Э., Пахомов Е.В., Тюшняков В.Н. Информационные технологии в государственном и муниципальном управлении. Муниципальная власть. – 2008. – № 2.
3. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Применение технологий электронного правительства в системе государственного и муниципального управления. Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2010. – Т. 103. – № 2.
4. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Информационные технологии управления в жилищно-коммунальном хозяйстве. Муниципальная власть. – 2012. – № 4.
5. Тюшняков В.Н. Технологии межведомственного электронного взаимодействия в государственном и муниципальном управлении. Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2012. – Т. 133. – № 8.
6. Тюшняков В.Н. Повышение качества государственных и муниципальных услуг на базе многофункциональных центров. Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2011. – Т. 124. – №11.
7. Фатахетдинова А.И., Шохин В.П. Информационные технологии и ЖКХ // ЖКХ. – 2010. – № 1.
8. Автоматизированная информационная система «Жилищно-коммунальное хозяйство» URL: http://www.insoft.ru/insoft/products/products_ais_JKH/Opisanie_AIS_JKH.pdf (дата обращения 08.02.2013).

ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННОГО УРОВНЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МАГАЗИНАХ «БЕЛОЙ» БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ Г. СЫКТЫВКАР

Федорова Л.В., Фролова И.А., Жуковец М.В.

ФГБОУ ВПО «Сыктывкарский государственный университет», Сыктывкар, e-mail: praskovy.90@gmail.com

Вступление России в ВТО усиливает конкуренцию на внутреннем и мировом рынках технически сложной продукции. С одной стороны, интеграция

позволит компаниям расширить рынок сбыта, а с другой, она обостряет конкуренцию, создавая угрозу потери уже имеющихся рыночных ниш внутри страны, региона. Сжатие внутреннего рынка возможно из-за более низкого качества обслуживания в торговых сетях по продаже «белой» бытовой техники и электроники, по сравнению с зарубежными компаниями. Поэтому необходим внутренний анализ качества обслуживания, направленный на определение сильных и слабых сторон непосредственно в самих магазинах сетей. Сильные стороны необходимо использовать настолько, насколько это возможно, а слабые необходимо улучшить или же вовсе исключить. Анализ помогает предварительно определить стратегии долгосрочной конкурентоспособности.

Для оценки качества сервиса нами была использована методика «Тайного покупателя». В каждой организации существует понимание того, как сотрудники должны работать с клиентами. В результате проведения мониторинга «Тайный покупатель», можно выявить, какие из стандартов обслуживания выполняются сотрудниками, и в какой степени. Затем наложив полученные данные на модель «Важность – Исполнение» можно получить информацию о разрывах между желаемой ситуацией и тем, что происходит в реальности.

Для проведения исследования была разработана анкета «тайного покупателя», состоящая из 11 показателей, и включавшая в себя 64 критерия для оценки качества обслуживания. В октябре 2012 г. в 6 магазинах «белой» бытовой техники и электроники г. Сыктывкар был проведен мониторинг «Тайный покупатель» – каждый из перечисленных магазинов посетили три независимых эксперта.

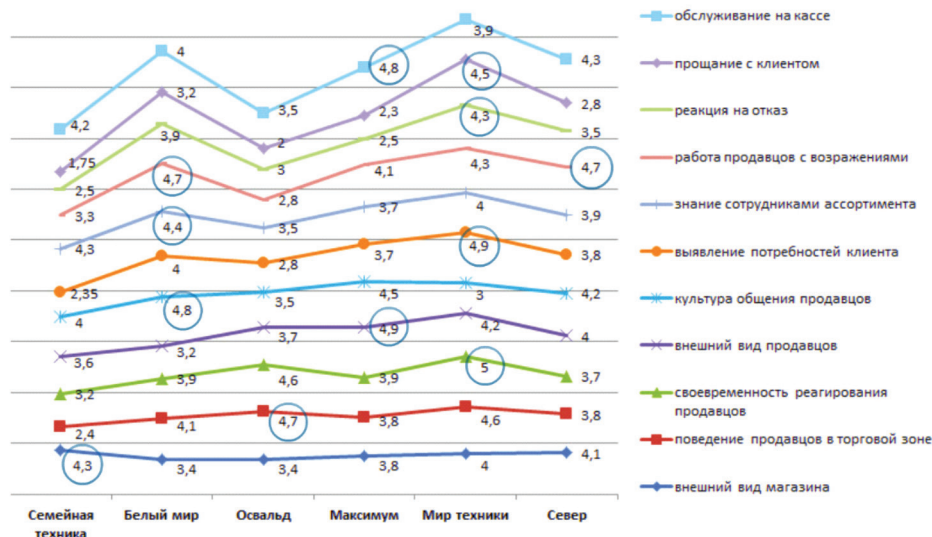


Рис. 1. Результаты исследования качества обслуживания в специализированных магазинах бытовой техники и электроники г. Сыктывкар посредством методики «тайного покупателя»

Анкета «тайного покупателя» включала в себя утверждения, позволяющие оценить качество процесса обслуживания покупателя, начиная от «внешнего вида магазина», заканчивая «завершением процесса продажи с покупателем». Предполагалось, что эксперты должны будут присвоить каждому утверждению баллы от 1 до 5, в зависимости от того, насколько то или иное утверждение было верно при посещении ими каждого конкретного магазина. Затем по форму-

ле средней взвешенной арифметической произведен расчет среднего балла по каждому из 11 укрупненных показателей качества обслуживания, представленных на рис. 1.

Полученные результаты позволяют нам сделать вывод о том, что в каждом магазине имеются свои сильные и слабые стороны. Например, «Мир техники» превзошел другие магазины в 4-х из 11 показателей, магазины «Семейная техника», «Освальд»