**ОРГАНИЗАЦИЯ МОНИТОРИНГА РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ КАК ПОДСИСТЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНСТИТУТОВ МЕДИАТОРСТВА В УПРАВЛЕНИИ СФЕРОЙ СОЦИАЛЬНО-БЫТОВЫХ УСЛУГ РЕГИОНА**

В качестве базового момента в управлении деятельностью предприятий сферы социально-бытового обслуживания населения выступает необходимость в организации постоянной системы наблюдения, оценки и прогноза экономической конъюнктуры и социально-политической обстановки, складывающейся на территории обслуживаемого сегмента рынка в условиях ожесточившейся конкуренции как внутри сферы услуг, так и в смежных с ней отраслях торговли. Сказанное выше означает потребность в организации мониторинга в рыночных условиях.

В отличие от подсистемы информационного обеспечения управления, действующей в рамках реализации региональных информационных технологий, организация мониторинга предприятий сферы бытовых услуг предусматривает решение конкретных ситуационных задач на основе данных из постоянных, конкретных источников информации по заранее согласованному, однозначно понимаемому перечню показателей.

С учетом специфики предприятий сферы социально-бытового обслуживания населения информация, обеспечивающая цели мониторинга, должна отвечать следующим требованиям:

* быть понятной для менеджеров, осуществляющих деятельность в конкретной области, а, следовательно, иметь специфические только для нее термины и условные обозначения, облегчающие ее восприятие; быть уместной для конкретного периода времени, предшествующего принятию решения менеджером с учетом длительности цикла оказания услуги (от момента зарождения до ее ненадобности в конкретной ситуации, обусловленной комплексом причин, в том числе сезонного характера) в срок, обеспечивающий качество услуг (работ) и обслуживания;
* быть достоверной, надежной, не содержать ошибок, возникающих при ее сборе, обработке и группировке;
* быть достаточно полной, учитывать множество факторов, влияющих на принятие решений, что обеспечивает объективность последних;
* быть периодичной по тем показателям, которые носят для сферы сервиса сезонный характер;
* быть конфиденциальной по показателям и направлениям мониторинга, если получаемая информация заказана конкретным предприятием за дополнительную плату, в том числе с привлечением спецслужб и т.п., и поступление ее другим субъектам рынка может привести к убыткам и упущенной выгоде заказчика информации.

Как информационные материалы, необходимые для организации постоянного качественного обеспечения мониторинга состояния рынка услуг, сопутствующих и конкурирующих отраслей, для предприятий сферы бытовых услуг целесообразно, в зависимости от вида и размеров обслуживаемого сегмента рынка, рекомендовать к использованию следующие первичные и аналитические данные.

1. Динамика половозрастной структуры населения должна быть представлена данными о постоянном контингенте жителей, о миграционных потоках и о работниках предприятий (независимо от формы собственности), расположенных в территориальном сегменте предприятия по оказанию бытовых услуг. Такой оперативной информацией обладают, как правило, не статистические органы, а службы регистрации районных отделов внутренних дел МВД РФ, паспортные службы жилищно-коммунальных организаций и органы ЗАГС. Периодичность получения информации зависит от видов оказания услуг и колеблется от одного раза в неделю до одного раза в год. Цели мониторинга во многом зависят от вида услуг. Так, для предприятий по ремонту и индивидуальному пошиву одежды и обуви важным моментом является своевременность к сезону моделей, заготовок, колодок; для предприятий ритуальных услуг – более достоверное определение страховых запасов изделий, комплектующих и сопутствующих товаров в номенклатуре. Для предприятий мониторинг этих показателей обеспечивает реальную возможность снижения затрат на пополнение оборотных средств и их размера в определенный период времени, связанного с сезонностью услуг и т.п.

2. Уровень доходов основного населения и мигрантов в обслуживаемом территориальном сегменте. Цель мониторинга по данному показателю обусловлена необходимостью прогнозирования предприятиями своей деятельности по показателю стоимостной доступности своих услуг.

При низком уровне доходов, например, не будет спроса на услуги высокого уровня и виды ресурсов, требующие значительных затрат, а следовательно, и имеющие высокие цены и тарифы. Таким образом, необходимо перед заключением хозяйственных договоров (на поставку более или менее качественных, а соответственно, и более дорогих или дешевых исходных материалов) и контрактов на привлечение специалистов (с разным уровнем подготовки и оплаты их труда) знать эти данные и строить соответствующую политику по способам, методам и формам оказания конкретных видов бытовых услуг.

Для предприятий по ремонту и индивидуальному пошиву одежды и обуви важно формирование запасов материальных ресурсов по их качеству и стоимости. Для предприятий по ремонту сложнобытовой техники (СБТ), металлоизделий, радиоэлектронной аппаратуры и автомобилей важно определение возможного соотношения цен на новые аналогичные изделия и предполагаемых тарифов на услуги с уровнем доходов и уровнем цен на комплектующие и запасные части. Для предприятий по ремонту и обслуживанию жилищного фонда важны эти же составляющие, но затрагивающие интересы и собственников – муниципальных органов, которые имеют свою долю собственности даже в полностью приватизированном доме (например, по коммуникациям). Полученные статистические данные могут быть положены в основу представления органам власти и местного самоуправления предложения о дотировании данного типа работ.

Периодичность получения сведений об уровне доходов должна носить ежеквартальный характер, как и отчетность большинства предприятий всех форм собственности по данному вопросу.

Структура доходов может быть выявлена как на основе данных органов социального обеспечения, ведущих учет по всем выплатам, так и по данным налоговой инспекции (по форме № 15 «Об итоговых суммах начисленных доходов и удержанных суммах подоходного налога с физических лиц»).

3. Доступность услуг по месту и времени оказания должна определяться предприятием на основе систематического обследования сегмента рынка, как правило, собственными силами. Первичное, базовое обследование желательно проводить силами специализированных предприятий. В дальнейшем требуется только оперативная корректировка информации в случае ее изменения по таким позициям, как транспортные потоки, включая насыщенность транспортной сети (км/кв.км) и интервалы движения пассажирского транспорта (в разное время суток, регулярность маршрутов).

Данные по этим вопросам есть в отраслевых статистических материалах государственных транспортных предприятий. После их анализа необходимо принимать меры (по согласованию с органами местного самоуправления) об изменении режимов работы сети обслуживания населения и времени начала и окончания работы предприятий всех типов.

4. Ежегодные разовые формы отчетности по объемам продаж: непродовольственных товаров в номенклатурном, ассортиментном и стоимостном объемах в территориальном секторе предприятия обслуживания. Это позволит обосновывать цены и тарифы, своевременно принимать меры по обновлению ассортимента оказываемых услуг, запасных частей, комплектующих, переобучать и повышать квалификацию персонала (особенно эти вопросы касаются предприятий по обслуживанию СБТ и РЭА, индивидуального пошива и ремонта одежды и обуви).

Сроки и периодичность получения информации зависят от динамики обновления или кардинального изменения потребительских качеств и химико-технических характеристик конкретных товаров, поступающих в торговую сеть.

5. Качество обслуживания населения должно характеризоваться рядом конкретных показателей:

* площадью контактной зоны на единицу услуги в территориальном сегменте рынка в расчете на одного жителя с учетом миграции населения;
* числом актов по выявлению некачественных товаров, в частности, по их видам (по данным росторгинспекции, антимонопольного комитета, общества защиты прав потребителей и государственной метрологической службы);
* некоторыми другими показателями.

6. Количество зарегистрированных автомобилей и мототранспорта, в том числе с фактическим сроком эксплуатации до 1 года, до 3 лет, до 5 лет, до 10 лет, свыше 10 лет. Этот показатель позволяет более четко определять потенциальный рынок услуг по техобслуживанию автотранспорта и требуемому запасу материально-технических ресурсов в определенный период времени. Периодичность получения этого показателя должна быть не менее одного раза в год. Источником являются данные местного ГАИ.

Организация сбора перечисленных выше первичных информационных показателей представляет для предприятий, оказывающих бытовые услуги населению, значительную трудность. Наряду с возможностью прямого получения информации, подготавливаемой государственными статистическими органами на конкретной территории, возможно ее получение из этих органов по специальному заказу на разовой или постоянной основе. Однако статорганы выдают сведения только на основе той первичной информации, которая ими собирается в рамках утвержденных форм статотчетности, хотя ряд показателей требует проведения специальных обследований или большей степени детализации. Для этого целесообразно объединение усилий предприятий сферы оказания бытовых услуг в форме ассоциаций, а также привлечение самих работников к проведению работ по прогнозированию в конкретном микрорайоне. В ряде случаев целесообразно вхождение предприятия данной сферы в составы кондоминимумов, если сегмент рынка ограничивается либо на 30 % и более тяготеет к данной территории. В последнем случае можно регулярно получать самую достоверную информацию как бы из внутренних источников.

Таким образом, можно констатировать, что способ организации мониторинга во многом зависит от вида информации, ее целей и необходимой периодичности получения.

Исходя из указанных необходимых для мониторинга видов показателей рыночной среды и периодичности их получения рассмотрим основные принципы его организации на предприятиях анализируемой сферы, которые имеют определенную преемственность с предложенной специалистами ИСЭП РАН системой принципов регионального социально-эконо-мического мониторинга:

* конкретность и целенаправленность решаемых управленческих задач, обеспечивающие минимизацию получаемой информации при оптимизации ее использования для целей эффективной деятельности предприятия;
* комплексность использования информационных материалов, которая предусматривает возможность их аналитических группировок не только в абсолютных и относительных величинах, но и в динамике;
* непрерывность наблюдения, сопоставимость применяемых показателей, постоянное совершенствование методического инструментария, технического оснащения и увеличение числа контролируемых объектов.

Особенность организации системы мониторинга заключается также в том, что необходимо в условиях территориального различия в размещении предприятий социально-бытового обслуживания населения в качестве решающих факторов, влияющих на качество услуг и обслуживания, выделить следующие:

* природно-климатические условия деятельности работников предприятий, оказывающих бытовые услуги населению;
* экологические характеристики как самого производства бытовых услуг, так и близлежащих хозяйствующих субъектов;
* национально-религиозные особенности проживающего населения;
* историко-политические характеристики обслуживаемого территориального сегмента рынка;
* социальный состав и социальную политику местных органов власти и управления;
* финансово-кредитную политику федеральных и территориальных органов власти и управления.

Сопутствующими показателями мониторинга могут быть данные местных органов статистики по вопросам технической оснащенности предприятий сферы услуг, а также тех из них, которые могут быть первыми успешно использованы для целей диверсификации ввиду сходства в подготовке отдельных видов ресурсов (техники, технологии, материальных ценностей и кадров).

Структура потенциала предприятия должна анализироваться в рамках мониторинга на основе следующих характеристик:

* территориальной рассредоточенности сети предприятия по оказанию бытовых услуг населению (разветвленность сети позволяет решать проблемы доступности для населения, но приводит к удорожанию услуг);
* близости к местам получения материальных ресурсов (обеспечивает конкурентоспособность услуг по отношению к привозным товарам);
* удельному весу материальных ресурсов в себестоимости услуг;
* мобильности технических и кадровых ресурсов по отношению к возникающим сезонным скачкам в потребности услуг;
* гибкости денежных потоков в системе оказания бытовых услуг населению (включая возможность использования как наличных, так и безналичных форм оплаты, предоплаты, оплаты в кредит, оплаты без использования кассовых аппаратов по квитанциям и т.п.).

Если территориальный аспект размещения сети носит, как правило, устойчивый, предсказуемый в прогнозируемом среднесрочном периоде характер, то структура себестоимости услуг, с одной стороны, является коммерческой тайной конкретного предприятия, а с другой – зависит во многом и от внешних факторов объективного характера (уровень цен и тарифов, регулируемых и рынком, и органами государственного и местного самоуправления), и субъективного характера (конкретных собственников занимаемых предприятиями помещений, престижности расположения для других, более рентабельных видов деятельности, способностей руководителей в заключении долгосрочных льготных договоров на поставку материально-технических ресурсов и т.п.).

Гибкость использования денежных потоков предприятиями во многом зависит от состояния и величины основных средств, включая объекты недвижимости, находящиеся в их собственности, уровня технологических и качественных решений, престижности торговой марки и имиджа конкретных работников, определяющих лицо предприятия, – лауреатов городских, региональных, федеральных, международных конкурсов по профессиям сферы услуг.

В рамках рассмотренного «внешнего» мониторинга деятельности предприятия по оказанию бытовых услуг не анализируются проблемы эффективности использования внутренних ресурсов.

В связи с этим в условиях высокого удельного веса материально-энергетических и сопутствующих затрат становится актуальным их постоянный сравнительный мониторинг как в динамике, так и в сравнении с аналогичными предприятиями своего и смежных регионов.

К показателям сравнительного мониторинга надо отнести следующие.

1. Ставки арендной платы за предоставляемые предприятиям сферы бытовых услуг помещения и земли при следующих условиях:

* при аренде у собственников помещений самим предприятием бытового обслуживания в соответствии с целевым использованием помещений (контактная зона, производственное, складское, конторское или офисное). Здесь предприятие может проявить гибкость, применяя принцип как концентрации всех видов деятельности в одном месте, так и рассредоточения их в зависимости от величины ставок и предоставляемых льгот по видам и удельному весу оказываемых бытовых услуг. Примером может служить организация мелкооптового пошива в каком-либо районе, где существуют трудности с трудоустройством женщин, при наличии свободных помещений и возможной транспортировки продукции в крупный город. Здесь, безусловно, необходимо проводить сопоставительные расчеты стоимости аренды помещений и коммунальных услуг и транспортных расходов по доставке исходных материалов;
* при наличии собственных помещений сдача их в аренду другим предприятиям, если арендная плата и оплата сопутствующих коммунальных услуг для самого предприятия бытовых услуг окажутся значительно ниже в силу предоставления льгот местными органами власти и управления из-за их социальной значимости. Кроме того, оказываемые услуги в данном случае будут значительно приближены к их потребителям.

Например, предоставление помещений и оплата коммунальных услуг в случае нахождения подразделения предприятия бытового обслуживания на территории другого предприятия войдут при оказании услуг работникам в его накладные расходы.

2. Ежедневный анализ баланса деятельности предприятия на основе использования программы «1-С Бухгалтерия». Уже сейчас его проведение позволяет некоторым предприятиям видеть ежедневные результаты своей деятельности и оперативно принимать решения по их улучшению. Особое внимание в ежедневном балансе необходимо обращать на следующие показатели:

* остатки денежных средств в кассе, на расчетных и валютных счетах (в сопоставлении с ежедневной публикацией в средствах массовой информации данных о надежности банков). Такой анализ позволяет оперативно решать вопрос о переводе средств из одного банка в другой на свой счет либо переадресовки средств по разным расчетным счетам;
* соотношение «отгруженной» и «оплаченной» продукции, важное в силу изменения механизма выплаты налогов от принципа «по реализации» к принципу «по отгрузке». Здесь для руководства предприятия открывается широкое поле деятельности по изменению политики «ограничения» предоставления услуг в кредит, введению предварительной оплаты, применению других мер по уменьшению размеров платежей по выполненным, но не оплаченным работам и услугам;
* размеры и сроки кредиторской задолженности: по налогам, заработной плате, поставкам материальных, топливно-энергетических ресурсов и коммунальных услуг; эти показатели позволяют руководству предприятия оперативно решать вопросы первоочередности платежей на следующий день и ближайшую перспективу;
* размеры и сроки дебиторской задолженности должны находиться в центре внимания руководства предприятия ежедневно, так как превышение договорных сроков задолженности приводит к омертвлению оборотных средств и в дальнейшем – к приостановке производства необходимо обеспечить оперативное юридическое сопровождение по работе с должниками, применение специальных финансовых методов по передаче долгов более сильным структурам, которые за определенные проценты выплатят часть суммы долга сразу и взыщут с процентами эту сумму у должника предприятия сферы бытовых услуг. Такие услуги, в частности, оказывают банковские структуры посредством заключения договоров факторинга или форфейтинга;
* размеры уставного капитала предприятия и другие минимальные показатели (резервные фонды, остатки в кассе, расчеты наличными в пределах лимитов и т.п.). Здесь следует исходить из положения законодательства о том, что в случае несоответствия уставных документов его требованиям предприятие занимается незаконной деятельностью и весь доход должен быть направлен в бюджет.

3. Ежемесячный анализ деятельности предприятия по показателям, представленным в пп. 1 и 2, а также по следующим социальным параметрам:

* средняя заработная плата работников на ключевых постах, определяющих деятельность предприятия. Эти работники могут открыть самостоятельное дело или быть предметом «зависти» конкурентов;
* культурно-образовательный уровень работников контактной сети, обеспечивающий имидж предприятия;
* результативность рекламной деятельности по скорости воздействия на объемы услуг;
* соотношение номинальных и реальных доходов разных категорий работников предприятия и среднеотраслевых и среднерегиональных данных. Эти показатели обеспечивают определенную стабильность кадрового потенциала и создание устойчивого психологического климата.

Для проведения аналитической работы в рамках «внутреннего» мониторинга при минимуме необходимых данных территориального характера необходима компьютеризация не только бухгалтерского учета и отчетности, но и складского хозяйства, расчетов с банками и крупными поставщиками (через модемную связь). Общая схема сбора и обработки данных организации мониторинга предприятий сферы оказания бытовых услуг населению представлена на рисунке 1.

Рис. 1. Принципиальная схема организации сбора и обработки информации в условиях мониторинга деятельности предприятия сферы бытового обслуживания населения

Внешняя информация

Внутренняя информация

Группировка показателей

по территориальному признаку

Группировка показателей

аналитической группой

предприятия сервиса

по направлениям анализа

Принятие решения руководством предприятия

**мониторинг прогноз рынок социальный экономический**

Решающее значение в проведении успешного мониторинга имеет правильная организация работы аналитической группы, которая, предоставляя руководству предприятия возможные сценарии поведения, должна показать и характер необходимых действий руководства, и возможные препятствия, стоящие на пути успешной реализации каждого конкретного сценария. В силу неподготовленности кадров, нехватки средств или в связи с отсутствием определенных материально-технических ресурсов либо заинтересованности конкурентов в развале работы предприятия такая работа не проводится. Решение задачи организации постоянной системы наблюдений, оценки и прогноза экономической конъюнктуры и социально-политической обстановки, складывающейся на территориальном участке сферы услуг является основой диагностики устойчивости и последующего принятия соответствующих управленческих мер.

Специфика организации системы мониторинга в региональной системе обслуживания определяется особенностями учета и документооборота деятельности предприятий. Выделяемые группы показателей, по мнению автора, являются ключевыми для получения обоснованных и достоверных результатов мониторинга.

**Библиографический список**

1. Багриновский, К.А. Методологические основы построения модельной информационно-аналитической системы планирования и реализации крупных социально-экономических проектов и программ / К.А. Баг-риновский, Е.Ю. Хрусталев // Экономика и мат. методы. – т. 32. – 2006.
2. Кузнецов, В. Методологические основы экономических оценок и досчетов статистических показателей платных услуг населению / В. Кузнецов // Вопросы статистики. – 2008. – № 8.
3. Аверин, В.Н. Социальные проблемы устойчивого развития России и ее регионов / В.Н. Аверин // Экономика и управление. – 2009. – № 1(16). – с. 58-66.
4. Осадчая, Г. Социальная сфера: методология анализа и управления / Г. Осадчая // Общество и экономика. – 2010. – № 9-10. – с. 8-29.
5. Россия в цифрах. 2003: стат. сб. – М.: Госкомстат, 2007.
6. Хотинская, Г.И. Инфраструктурные проблемы развития отраслей бытового обслуживания населения и пути их решения на региональном уровне / Г.И. Хотинская // Менеджмент в России и за рубежом. – 2009. – № 6. – с. 49-55.