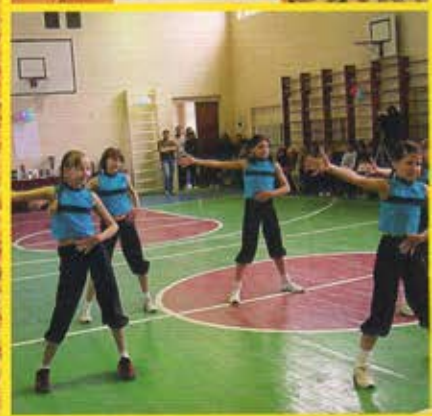
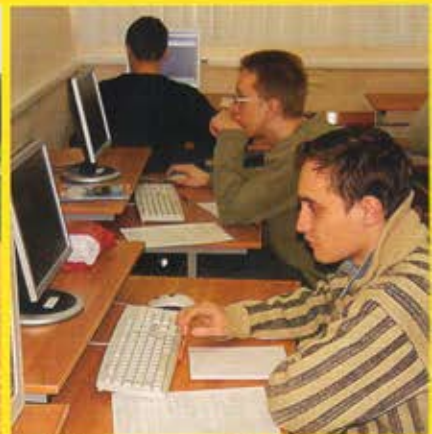


☀ БИЗНЕС ☀ ОБРАЗОВАНИЕ ☀ ПРАВО ☀
ВЕСТНИК ВОЛГОГРАДСКОГО ИНСТИТУТА БИЗНЕСА



Выпуск 10

Волгоград 2009

Журнал издается с 2006 г.

Выходит 3 раза в год

Подписной индекс – 14344

№ 10, 2009

Научный журнал

Учредитель – НОУ ВПО «Волгоградский институт бизнеса»

РЕДКОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор –

Ващенко Александр Николаевич, д. э. н., профессор, проректор по научной работе НОУ ВПО «Волгоградский институт бизнеса»

Заместители главного редактора –

Белоненко Михаил Борисович, д. ф.-м. н., проф. кафедры математических и естественных наук НОУ ВПО «Волгоградский институт бизнеса»

Кабанов Вадим Николаевич, д. э. н., проф. кафедры экономики и управления НОУ ВПО «Волгоградский институт бизнеса»

Сибиряков Сергей Львович, д. ю. н., профессор, зав. кафедрой специальных юридических дисциплин НОУ ВПО «Волгоградский институт бизнеса»

Технический редактор –

Файзулина Елена Александровна, зав. информационно-аналитическим центром НОУ ВПО «Волгоградский институт бизнеса»

Ответственный секретарь –

Курина Любовь Ивановна, зам. начальника отдела организации научных и исследовательских работ НОУ ВПО «Волгоградский институт бизнеса»

РЕДКОЛЛЕГИЯ

Мурунова И. А., к. э. н., доц., зав. кафедрой экономики и управления
Николаев Ю. Н., к. э. н., доц. кафедры экономики и управления
Осадин Н. Н., к. э. н., доц., проф. кафедры экономики и управления
Сырбу А. Н., к. э. н., доц., зав. кафедрой финансов и кредита
Ермоchenko O. H., к. э. н., доц., зав. кафедрой бухгалтерского учета, анализа и аудита
Бушуева И. С., к. б. н., доц., зав. кафедрой товароведения и организации торговли
Федянова Н. А., к. т. н., доц., зав. кафедрой математических и естественных наук

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследства.

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-33692

ISSN 1990-536X

Журнал внесен в базу РИНЦ (www.elibrary.ru).
Материалы журнала постоянно предоставляются в базу данных РИНЦ.

Электронная версия журнала доступна на www.volbi.ru, vestnik.volbi.ru

© Редакция журнала «Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса»

*Рукописи не рецензируются и не возвращаются.
При перепечатке материалов ссылка обязательна.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.*

Адрес учредителя и редколлегии: 400010, г. Волгоград, ул. Качинцев, 63, тел./факс: (8442) 485159
E-mail: meon_nauka@mail.ru

Реквизиты:

Юр. адрес: шоссе Авиаторов, 1, г. Волгоград, 400075
Почтовый адрес: ул. Южно-Украинская, 2, г. Волгоград, 400048
Тел./факс: (8442) 54-61-96, тел: (8442) 54-61-96, 35-55-63
e-mail: nauka@rbcmil.ru, <http://www.volbi.ru>
Лицензия А № 283342 от 28.12.2007 г. регистрац. № 9662
Свидетельство о государственной аккредитации от 28.12.2007 г. серия АА № 001059 регистрац. № 1033
Код по ОКПО 13721669 ОГРН 1033400261674
ИНН 3443053470 КПП 344301001
P/c № 40703810626000000044
в филиале ОАО Банк ВТБ в г. Волгограде
БИК 041806852
К/с 30101810500000000852

Технический редактор, корректор, верстка: Файзулина Е. А.
Дизайн: Богачев В., Калмыков С.

Подписано в печать 24.07.09. Формат 60x84^{1/8}.
Бумага офсетная. Печать офсетная. Усл. печ. л. 22,79.
Тираж 500. Заказ 1605.
Отпечатано: ООО «ПринТерра», 400005, г. Волгоград, пр-т им. В. И. Ленина, 88, (8442) 23-87-01,
e-mail: printerra.com, mail@printerra.com

Редакционный совет журнала



Председатель редакционного совета:

Сизов Ю. И.,

д. э. н., профессор, чл.-корр. РАЕН,

Первый заместитель главы администрации Волгоградской области по социально-политическим вопросам

Заместитель председателя редакционного совета:

Ващенко А. А.,

к. э. н., доцент, ректор НОУ ВПО «Волгоградский институт бизнеса», Председатель комитета по развитию потребительского рынка Волгоградской торгово-промышленной палаты



Агапцов С. А.,

д. э. н., профессор, аудитор Счетной палаты Российской Федерации (г. Москва)

Акперов И. Г.,

д. э. н., профессор, ректор НОУ ВПО «Институт управления, бизнеса и права» (Ростов-на-Дону)



Галушкин В. И.,

д. э. н., профессор, заместитель главы администрации Волгоградской области по культуре и спорту, заслуженный работник жилищно-коммунального хозяйства РФ

Белицкий А. Д.,

Президент Волгоградской торгово-промышленной палаты



Дудов А. С.,

д. э. н., профессор,

ректор Кисловодского института экономики и права

Клейн В. Р.,

Руководитель Управления Федеральной регистрационной службы по Волгоградской области – главный государственный регистратор Волгоградской области, действительный государственный советник юстиции РФ 2-го класса, заслуженный юрист РФ



Козенко З. Н.,

д. э. н., профессор, зав. кафедрой экономической теории и сельской кредитной кооперации ГОУ ВПО «Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия», заслуженный работник высшей школы РФ



Комлев А. Л.,
к. с. н., начальник Управления Государственной службы занятости администрации Волгоградской области

Латышевская Н. И.,
д. м. н., профессор, председатель комитета по здравоохранению, физической культуре и молодежной политике Волгоградской областной Думы



Набиев Р. А.,
д. э. н., профессор, декан строительного факультета ФГОУ ВПО «Астраханский государственный технический университет», зав. кафедрой экономики и управления предприятием, заслуженный строитель РФ

Попов В. П.,
д. и. н., доцент, председатель Совета директоров ссузов Волгоградской области, директор Волгоградского технологического колледжа



Сазонов С. П.,
д. э. н., профессор, академик РАЕН, руководитель Управления Федерального казначейства по Волгоградской области, зав. кафедрой экономики и финансов предприятий ГОУ ВПО «Волгоградский государственный технический университет», заслуженный экономист РФ

Сидунова Г. И.,
д. э. н., профессор, декан факультета экономики и управления ГОУ ВПО «Волгоградский государственный педагогический университет», зав. кафедрой экономики и менеджмента ВГПУ, Директор Центра корпоративного менеджмента



Сериков В. В.,
д. п. н., профессор, чл.-корр. Российской академии образования, зав. кафедрой управления педагогическими системами ГОУ ВПО «Волгоградский государственный педагогический университет»

Перекрестова Л. В.,
д. э. н., профессор, чл.-корр. РАЕН, зав. кафедрой теории финансов, кредита и налогообложения ВолГУ, заслуженный работник высшей школы РФ





СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА:

МАКРОЭКОНОМИКА

Сырбу А. Н., к. э. н., доц., зав. кафедрой финансов и кредита
Волгоградского института бизнеса

**Подходы к сущности финансов и структуре государственного хозяйства
(ранние этапы)9**

Столярова Т. В., соискатель кафедры экономической теории Волгоградского
государственного архитектурно-строительного университета, ст. преподаватель
кафедры экономики и управления Волгоградского института бизнеса

Теория благосостояния в современной экономической науке13

Денисова И. Н., к. э. н., доц., кафедры коммерции и технологии торговли
Российского университета кооперации

**Особенности международной конкуренции и кластеризации экономики
в условиях глобализации18**

Бочкова Н. В., аспирант кафедры экономики и менеджмента, ассистент кафедры
экономики и менеджмента Пензенской государственной технологической академии

Роль государства в регулировании рынка труда32

Жабина С. Б., к. т. н., доц., руководитель аналитическо-информационного центра
ООО «САП»

Структурные преобразования рыночной модели экономики34

Федорова К. В., кредитный специалист управления потребительского кредитования
департамента по обслуживанию частных клиентов Волгоградского филиала
ЗАО КБ «Ситибанк»

**Место и роль международных банковских финансов
в мировой финансовой системе39**

Мурунова И. А., к. э. н., доц., зав. кафедрой экономики и управления
Волгоградского института бизнеса

**Влияние макроэкономического кризиса на финансовое
управление корпорацией45**

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ И ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Монина Е. С., аспирант кафедры экономики, ст. преподаватель
кафедры экономики Волгоградского филиала Российского государственного
торгово-экономического университета

К определению категории «инновационный потенциал»54

Анищенко А. В., аспирант кафедры экономического анализа и финансов
Волгоградской государственной сельскохозяйственной академии, эксперт
Некоммерческого партнерства «Палата налоговых консультантов», г. Москва

Неиспользуемые возможности инвестиционного налогового кредита62

Цыганкова В. Н., к. э. н., доц. кафедры менеджмента, маркетинга и организации производства Волгоградского государственного технического университета Анализ проблем развития российского инновационного предпринимательства	66
---	-----------

МАРКЕТИНГ

Сорокоумов Е. И., аспирант кафедры фармакологии и биофармации факультета усовершенствования врачей Волгоградского государственного медицинского университета Формирование механизма управления лояльностью покупателей аптек	71
Кравченко Е. Н., соискатель кафедры экономики, ст. преподаватель кафедры экономики Волгоградского филиала Российского государственного торгово-экономического университета Положительный имидж бизнеса как основа его конкурентоспособности	77
Дасаева Д. Р., аспирант кафедры экономики, документовед управления делами Волгоградского филиала Российского государственного торгово-экономического университета Потребительское поведение: взаимовлияние развития торговли и требований покупателей	80

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

Жабина С. Б., к. т. н., доц., руководитель аналитическо-информационного центра ООО «САП» Егорова Т. Д., соискатель кафедры производственного менеджмента и организации предпринимательства Астраханского государственного технического университета, руководитель отдела продаж ООО «Трейд.СУ» Менеджмент качества как инструмент корпоративной системы управления	88
---	-----------

ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Мерзликина Г. С., д. э. н., проф., зав. кафедрой экономики и управления Волгоградского государственного технического университета Сидунов И. А., магистр кафедры экономики и финансов предприятий Волгоградского государственного технического университета Методика оценки конкурентоспособности предпринимательских структур	93
Сидунова Г. И., д. э. н., проф., декан факультета экономики и управления, зав. кафедрой экономики и менеджмента Волгоградского государственного педагогического университета Широ М. С., аспирант кафедры экономики и менеджмента Волгоградского государственного педагогического университета Методы формирования имиджа высшего учебного заведения на локальных рынках	98

Черухин Ю. В., к. э. н., ведущий инженер ЦНИС «Газпром»	
Кузнецов В. Н., к. т. н., доц. кафедры экономики и управления дорожным хозяйством Волгоградского государственного архитектурно-строительного университета, начальник нормативно-исследовательской лаборатории ООО «Газпромтрансгаз Волгоград»	
Определение типовых норм обслуживания при автоматизированном производстве	104
Татаркина Г. А., к. э. н., доц. кафедры экономического анализа и финансов Волгоградской государственной сельскохозяйственной академии	
Заволочкина Л. Ю., аспирант кафедры экономического анализа и финансов Волгоградской государственной сельскохозяйственной академии, бухгалтер ООО «ХАТЦЕНБИХЛЕР»	
Порядок амортизации основных средств по Международным стандартам финансовой отчетности и Российским стандартам бухгалтерского учета	108
Коваленко А. Ю., аспирант кафедры экономики сельского хозяйства Волгоградской государственной сельскохозяйственной академии, экономист ЗАО «Гелио-Пакс»	
Основные направления и проблемы государственного регулирования в сельском хозяйстве	111
Астахов А. А., д. с/х. н., проф. кафедры товароведения и организации торговли Волгоградского института бизнеса	
Синицына Г. П., ст. преподаватель кафедры товароведения и организации торговли Волгоградского института бизнеса	
Регулирование отношения производителей и потребителей на рынке молочной продукции	115

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Курина Л. И., соискатель кафедры экономики и управления, зам. начальника отдела организации научных и исследовательских работ Волгоградского института бизнеса	
Региональное профессиональное образование и рынок труда: состояние и перспективы развития	120

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Казакова А. Ф., аспирант кафедры финансов и кредита, преподаватель экономики Камышинского филиала Волгоградского института бизнеса	
Информационная поддержка участников формальных и неформальных предпринимательских сделок на селе	126
Бондаренко М. П., к. э. н., доц. кафедры экономики и управления Волгоградского института бизнеса	
Сущностно-содержательный анализ корпоративного управления социально-ответственного бизнеса во взаимосвязи с экологизацией его хозяйственной деятельности	130

ЭКОНОМИКА НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЯ

Беликова Е. В., аспирант кафедры финансов и кредита, ст. преподаватель кафедры финансов и кредита Волгоградского института бизнеса Особенности изменений социально-экономической структуры сельского населения	134
---	-----

ЭКОНОМИКА ТРУДА

Ващенко А. Н., д. э. н., проф., проректор по научной работе Волгоградского института бизнеса Бондаренко М. П., к. э. н., доц. кафедры экономики и управления Волгоградского института бизнеса Человеческие ресурсы России: актуальные вопросы бизнес-образования и социальное партнерство	139
Кузеванова А. Л., к. с. н., доц. кафедры экономики и управления Волгоградского института бизнеса Кадровый менеджмент как фактор конкурентоспособности предприятия	145
Шамрай Л. В., аспирант кафедры экономики и управления, ассистент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита Волгоградского института бизнеса Отечественный опыт управления и стимулирования роста производительности труда в XX веке	150
Маньшин М. Е., к. п. н., доц., кафедры информатики и методики преподавания информатики Волгоградского государственного педагогического университета Федянова Н. А., к. т. н., доц., зав. кафедрой математических и естественных наук Волгоградского института бизнеса Потенциал математических дисциплин при формировании ключевых компетентностей выпускников экономических специальностей вуза	154
Попова Н. В., к. э. н., доц. кафедры экономики и менеджмента Пензенской государственной технологической академии Управление рынком труда: опыт зарубежных стран	158
Панфёрова О. В., аспирант кафедры экономики и управления, преподаватель экономики Палласовского филиала Волгоградского института бизнеса Проблемы и перспективы профессионального образования в малых городах и селах	161
Попова Н. В., к. э. н., доцент кафедры экономики и менеджмента Пензенской государственной технологической академии Сущность и стадии воспроизводства рабочей силы, ее использование на рынке труда	165
Путилина Е. М., аспирант кафедры экономики и менеджмента, ассистент кафедры экономики и менеджмента Пензенской государственной технологической академии Острые проблемы женской занятости в Пензенской области	170
Фоменко В. Н., к. т. н., доц. кафедры экономики и управления Волгоградского института бизнеса Современные технологии управления человеческими ресурсами	173

Головчанская Е. Э., к. э. н., доц. кафедры управления персоналом
Волгоградского педагогического университета

**Формирование и развитие компетентности персонала в динамике
ее жизненного цикла179**

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Заволочкина Л. Ю., аспирант кафедры экономического анализа и финансов
Волгоградской государственной сельскохозяйственной академии, бухгалтер
ООО «ХАТЦЕНБИХЛЕР»

Теплякова А. С., соискатель кафедры экономического анализа и финансов
Волгоградской государственной сельскохозяйственной академии,
гл. экономист МУП «Новоаннинский колхозный рынок»

**Формирование учета затрат на заемное финансирование в Международных
стандартах финансовой отчетности и Российских стандартах
бухгалтерского учета в экономике предприятия183**

Перекрестова Л. В., д. э. н., проф., зав. кафедрой теории финансов,
кредита и налогообложения Волгоградского государственного университета

Татаркина Д. О., к. э. н., ассистент кафедры бухгалтерского учета и аудита
Волгоградской государственной сельскохозяйственной академии

**Консолидированный учет как результат дифференциации
и интеграции видов бухгалтерского учета в управлении предприятием186**

АНОНС

**Правила приема и организации обучения в аспирантуре
Волгоградского института бизнеса190**

**О подписке и условиях публикации в журнале «Бизнес. Образование. Право.
Вестник Волгоградского института бизнеса»192**

Сырбу Анжелика Николаевна,
к. э. н., доц., зав. кафедрой финансов и кредита
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: meon_nauka@mail.ru

Подходы к сущности финансов и структуре государственного хозяйства (ранние этапы)
Approaches to the Essence of Finance and State's Economic Structure (Early Stages)

В статье анализируются особенности финансов как категории на различных этапах финансовых отношений. Обобщены подходы к сущности финансов и структуре государственного хозяйства.

In the article special features of finances as a category have been analyzed at different stages of financial relationships. Formation stages of the term "finances" have been defined. Approaches to the essence of finance and state's economic structure have been generalized.

Ключевые слова: финансы; государственные доходы; финансовые отношения.

Keywords: finance; state revenues; financial relationships.

Для того чтобы прогнозировать экономическое поведение населения, необходимо проанализировать модель экономической структуры современного общества, представленную в теории, и совокупность финансовых отношений и институтов, которые ее регулируют.

В последнее время в структуре финансов стали выделять личные финансы¹.

Всесторонне изучались финансы макроуровня – государственные и децентрализованные – финансы предприятий. Но при этом личные финансы или финансы домохозяйств практически становились объектом исследования.

Так, историки утверждают, что термин «финансы» произошел от латинского слова «finis»², которое часто переводилось как «конец», «окончание», «финиш». По первоисточникам категория «finis» определяла денежные отношения, возникающие между государством (субъектами могли быть представители власти и т.п.) и населением. Этот термин означал расчет в конце отношений между субъектами – денежный платеж и часто в натуральной форме. Лица, внесшие взносы в пользу короля, судьи или других государственных органов, получали подтверждающий этот факт документ, по утверждениям историков, называемый «fine» (XIII–XV вв.)

Позже от названия этого документа произошел другой термин «financia», который также означал платеж в виде денег и с XIII века использовался как понятие, характеризующее создание денежных ресурсов для выполнения государством своих функций.

Позже, в XVI веке во Франции, термин «financia» (латинский) превращается во французское слово «finanse», которое означало «наличность», «доход». Следует отметить, что ранее этот термин означал факт завершения отношений, а позже это означает формирование активов. В других странах словом «финансы» стали обозначать все государственное хозяйство. В русском языке этот термин заимствовали из французского и сопоставляли с термином «казна». При этом часто термин использовали и для определения совокупности государственных доходов и расходов, позже этот термин постепенно превратился в современное понятие «финансы». Финансы, по мнению ряда ученых, рассматривались как система денежных отношений, возникающих при формировании и использовании фондов денежных средств, необходимых государству при выполнении им своих функций³.

¹ Бабич А. М., Павлова Л. И. Финансы: учебник. М. : ФБК-Пресс, 2000.

² Словарь латинских выражений. URL: <http://www/vse-slova.ru>.

³ Финансы / под ред. В. В. Ковалева. М. : Финансы и статистика, 2006.

Следует заметить, что государственные доходы и расходы (своеобразные бюджеты), как и государственная казна, существовали со времен образования первых государств. Примерно тогда же получили известность налоги и кредиты, финансы в той или иной форме, а также финансовый контроль.

Таким образом, формирование термина «финансы» можно представить в виде схемы (рис. 1).

Исторический аспект развития финансов и финансовых отношений в различных странах описан в специальной литературе, учебниках и учебных пособиях.



Рис. 1. Этапы формирования термина «финансы»

Система же государственных финансов России начала формироваться при образовании централизованного государства (табл. 1).

Таблица 1

Подходы к сущности финансов и структуре государственного хозяйства (ранние этапы)

<i>Период</i>	<i>Автор</i>	<i>Точки зрения</i>	<i>Документ</i>	<i>Основные выводы</i>
Царствование Ивана III		Начало поместной системы землепользования и начало развития финансовых отношений в стране	«Судебник»	Закреплена структура государственного управления и финансов
XVII век		Созданы приказы, имевшие финансовые функции, появляется самый ранний прообраз государственного бюджета России	«Роспись доходов и расходов»	Складывается система финансового управления
Эпоха Ивана IV	И. Пересветов	Увеличение доходов казны в целях подкрепления безопасности государства, централизация ресурсов и сокращение расходов на систему местничества		

	Ю. Крижанич	Обращал внимание на различные способы увеличения богатства государства.	«Разговоры о владетьстве»	
Середина XVII в.	Г. Котошихин	Анализ практического материала для выводов об экономическом положении в России		
	И. Посошков	Сокращение бремени плативших в казну	«Книга о скудости и богатстве»	Установить твердый тариф и запретить всякие другие поборы
Правление Петра I		Реформа государственного аппарата		Финансовые функции осуществляли три коллегии: камер-коллегия, Штатс-контор-коллегия, Ревизион-коллегия
Вторая половина XVIII в.	А. Поленов		«О крепостном состоянии крестьян в России»	Появляется термин «налог» и имущественное страхование
1767 г.	Московский университет		«Переводы из энциклопедии»	«Финансы» трактуются как «дела, принадлежащие государственным доходам»
	С. Десницкий		«О узаконении финансовом»	Дается первое в России определение финансов
1802 г.				Термин «финансы» входит как в научный, так и в деловой оборот
	А. Радищев		«Записка о податях Петербургской губернии»	Впервые раскрыл сущность налогов, описал их природу и виды, выделил прямые и косвенные
1810 г.	Секретарь Государственного совета М. Сперанский	Создан манифест	«План финансов» 1810 г.	Главная причина расстройств финансов – несоразмерность расходов государства с налогами

XIX в.	Н. Мордвинов	Обеспечение устойчивости государственных доходов		Положил принцип частного интереса, выгоды, пользы, по сути, обосновал существование личных финансов
1810-1811 гг.	Н. Тургенев	Дает теоретическое обоснование деления налогов на прямые и косвенные	Издает монографию о финансах	Предлагает новую форму кредитных отношений государства с населением
	Х. Шлецер, И. Горлов, А. Бутовский	Дают определение финансов		
	Ф. Мильгаузен		Первым разграничил финансы и финансовую науку	
1866-1877 гг.	М. Рейтерн	Принципы развития финансовой системы государства	«Программная записка министра финансов Михаила Христофоровича Рейтерна» (1866 г.) и «Финансовое духовное завещание» (1877г.)	
Конец XIX века	Н. Бунге, В. Лебедев, И. Янжул, Л. Ходский, С. Витте, И. Озеров, И. Кулишер, А. Исаев	Исследования в области теории финансов		
Конец XVII века	С. Витте	Определение финансов		Под словом «финансы» стали понимать всю совокупность государственного имущества и вообще состояние всего государственного хозяйства

Таким образом, исследование финансовых отношений в России начинается с формирования субъектов отношений и государственного управления ими. Позже авторы стали изучать источники функционирования государства, а также основные направления расходования средств. При этом обращалось внимание на соотношение богатства государства и

народа. В эпоху Петра Первого были созданы структуры, которые выполняли контрольные и распределительные функции. Позже ученые исследовали сущность финансов и пытались сформировать основную теорию их существования. Также ученым удалось объяснить взаимосвязь различных категорий, таких как денежные средства, кредитные деньги, налоги, личные финансы. Самое важное то, что финансы не рассматривались как что-то образованное раз и навсегда, выявлялось влияние ряда факторов на их состояние, разрабатывались механизмы финансовых реформ¹.

Литература:

1. Бабич А. М. Финансы: учебник / А. М. Бабич, Л. И. Павлова. – М. : ФБК-Пресс, 2000.
2. Словарь латинских выражений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www. URL: http://www.vse-slova.ru](http://www.vse-slova.ru).
3. Финансы / под ред. В. В. Ковалева. – М. : Финансы и статистика, 2006.
4. Сырбу А. Н. Инновационные процессы в образовании / А. Н. Сырбу // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. Бизнес. – 2006. – № 1.

Столярова Татьяна Владимировна,
соискатель кафедры экономической теории
Волгоградского государственного архитектурно-строительного университета,
ст. преподаватель кафедры экономики и управления
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: tatyana-stolyarova@yandex.ru

Теория благосостояния в современной экономической науке **Theory of Prosperity in Modern Economic Science**

В статье автором освещаются основные теоретические положения теории благосостояния. На основе проведенного анализа автором сделан вывод о том, что современная теория благосостояния предлагает собственный инструментарий, применимый для анализа проблемы развития социально ориентированной экономики.

The article discusses the main theoretical aspects of theory of prosperity. On the basis of the conducted analysis the author makes a conclusion that the modern theory of prosperity offers its own tools adaptable for the analysis of the development problem of social oriented economy.

Ключевые слова: экономическая теория благосостояния; блага; общественное благосостояние.

Keywords: economic theory of prosperity; benefits; public prosperity.

Экономическая теория благосостояния опирается на основные теоретические положения, а также и на сам экономический язык неоклассики и определяется как «область экономического анализа, связанная с разработкой этических критериев, с помощью которых можно судить, что является желательным и что должным».

Любое состояние экономики не должно оцениваться с помощью некоторых внешних критериев. Так как никто лучше самого человека не может судить о том, что для него есть благосостояние. В этом и состоит позиция методологического индивидуализма в экономической теории благосостояния, которая предопределяет идею оптимума В. Парето.

Повышение благосостояния людей при помощи перераспределения ресурсов или готовых продуктов не должно наносить вред благосостоянию кого-либо. Это и есть понятие оптимальности состояния экономики В. Парето. Любая экономика, не достигшая оптимума

¹ Сырбу А. Н. Инновационные процессы в образовании // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2006. № 1.

В. Парето, определяется как неэффективная. В то же время при достижении оптимального состояния экономики любое последующее перераспределение неизбежно нанесет ущерб как минимум одному человеку.

Теоретическая часть экономики благосостояния может быть представлена с помощью трех основных теорем. Согласно первой теореме, конкурентное равновесие ведет к общему благу. Общее благо измеряется при помощи оптимума В. Парето или общей ценностью товаров и услуг. Ситуация в экономике для конечных потребителей является оптимальной, по В. Парето, если нет допускаемой альтернативы, которая была бы лучше для каждого из них. Вторая теорема отмечает недостатки первой теоремы, связанные с игнорированием проблем функционирования реальных рынков (монополистическое поведение, наличие внешних эффектов и общественных благ, несправедливость рыночного распределения), и утверждает, что рыночный механизм, модифицированный взиманием единовременных налогов и выплатой единовременных трансфертов, может привести к любому желаемому оптимальному распределению. Третья теорема (теорема о «невозможности») формулирует позицию об отсутствии логически надежного пути для объединения предпочтений различных индивидов в единую функцию общественного благосостояния и выбора среди альтернативных вариантов экономики, не сравнимых по критерию В. Парето.

«Наши возможности для выбора, – разъясняет содержание теоремы А. М. Фелдман, – обычно более скромны, чем нужно руководствоваться, выбирая среди альтернативных вариантов налоговой, торговой и тарифной, антимонопольной политики, политики занятости и политики трансфертов. Совет специалиста по прикладной экономике благосостояния обычно базируется на некотором критерии повышения общего выпуска в экономике. Практические политические решения в странах западной демократии обычно базируются на голосовании».

По этому же поводу Н. А. Макашева замечает: «Если вести отсчет современной экономической теории благосостояния от работ В. Парето, то можно сказать, что за сто лет эта теория получила в основном негативные результаты. Для большого числа конкретных задач было показано, что не существует общего правила, позволяющего свести индивидуальные представления о благе к некоторому общему благу. Вместе с тем не только потому, что отрицательный результат – тоже результат, но и потому, что «неудачи» на высоком уровне абстракции компенсировались плодотворным рассмотрением частных вопросов, из неудач в деле решения проблемы благосостояния возникли новые направления экономического анализа». А. Маршалл, по выражению И. Шумпетера, «подарил» экономической теории благосостояния аналитический инструмент, который особенно приспособлен (как предполагалось первоначально) для применения в этой области – потребительский излишек или потребительская рента. Излишек потребителя представляет собой разность между суммой денег, которую максимально покупатели были готовы заплатить за определенный объем благ, и теми расходами, которые они фактически несут, приобретая благо, поскольку на рынке совершенной конкуренции отсутствует ценовая дискриминация покупателя, т.е. возможность продавать одно и то же благо разным покупателям по разным ценам, и цена является единой для всех агентов.

В. Парето ввел в экономическую теорию такие инструменты теоретического анализа, как карта безразличия, коробка Эджуорта, кривые безразличия и т.д. В. Парето не принял идею об измеримости и сопоставимости индивидуальных оценок полезности.

В современной экономической теории благосостояния для измерения общего благосостояния используются «компенсационный критерий» Э. Бароне, Н. Калдора и Дж. Хикса, «двойной критерий» Т. Ситовски, «функции общественного благосостояния» А. Бергсона, К. Эрроу, Д. Граафа, А. Сена, «общественные кривые безразличия» П. Самуэльсона и др.

Переход от индивидуальных предпочтений к оценке состояний экономики по их желательности для общества возможен только при наличии правил агрегирования, которые способствуют построению функций общественного благосостояния. Допустим, что общественное благосостояние равно W (U_a, U_b, U_n), где W – общественное правило, позволяющее включить индивидуальное благосостояние в систему благосостояния на уровне

общества в целом; U_b – функция полезности с точки зрения индивидуума А; U_b – функция полезности с точки зрения индивидуума В; U_n – функция полезности с точки зрения индивидуума N. Предполагается, что общество состоит из N индивидуумов.

Общественное правило (W), согласно функции общественного благосостояния А. Бергсона, является «синтезом ценностных суждений о распределении дохода». Должны ли это быть суждения экономистов, законодательных органов, избирателей или какой-либо другой группы людей? Каким образом должны учитываться в этой системе различия в индивидуальных ценностях? Эти вопросы остаются открытыми.

В функции общественного благосостояния К. Эрроу формализованная система ценностных суждений включает пять требований:

- она должна определенным образом ранжировать все состояния на уровне общества;
- это ранжирование должно удовлетворять требованию транзитивности и быть позитивно связанным с индивидуальными предпочтениями;
- если появится вероятность каких-то новых ситуаций на уровне общества, это не должно повлиять на ранжирование прежних состояний («независимость несообразующихся альтернатив»);
- система общественных предпочтений не должна навязываться, например, силой обычая;
- эта система не должна быть диктаторски принудительной.

В экономической теории рассматривается теорема Эрроу, которая представляет собой анализ функций общественного благосостояния. В этой теореме доказано, что существование функции общественного благосостояния, для которой выполнимы все названные требования, невозможно. Теорема Эрроу образует основное содержание третьей теоремы экономической теории благосостояния, сформулированной выше.

Из данной теоремы следует, что свободной от ценностей теории благосостояния не существует, и само это словосочетание содержит внутреннее противоречие. Повышение благосостояния означает нечто желаемое: говоря о нем, мы неизбежно допускаем ценностные суждения.

Проблема соединения экономической эффективности и социальной справедливости так и не была решена в рамках экономической теории благосостояния. Учитывая ненадежность окончательных решений на подобной теоретической основе, инструментальные средства экономики благосостояния должны применяться на практике с осторожностью.

Представители экономики благосостояния сосредоточились на решении более конкретных проблем, так как общее решение оказалось невозможным. Это рассмотрение приняло достаточно формализованный вид, и под него был разработан специальный инструментарий. Речь идет прежде всего о специальном разделе экономической теории благосостояния, изучающем проблему оптимизации государственного вмешательства в экономику.

В ситуации, где рыночный процесс неэффективен, для определения условий оптимального государственного вмешательства используется анализ «затраты – результаты». В общей форме цель этого анализа заключается в установлении того, какие из предлагаемых правительственных мер по корректировке определенного дефекта в механизме рынка (осуществление инвестиционных проектов, утверждение некоторых регулирующих правил, введение налога на загрязнение или потребление, снижение тарифа и т.п.) принесет выгоды, значительно превышающие издержки, связанные с осуществлением этих мер. Следовательно, анализ затрат и результатов является «эмпирической формой» современной теории благосостояния.

Значение «затрат» и «результатов» в теории благосостояния имеет свои особенности, проистекающие из работ Г. Сиджвика и А. Пигу. Одна из главных тем в этих работах – рассмотрение богатства и благосостояния с точки зрения общества и с точки зрения индивида. Одни и те же категории могут иметь разное значение. Это относится ко всем категориям – полезности, чистому доходу, издержкам и т.д. Вмешательство государства требуется в случае

сбоя в функционировании системы свободной конкуренции, происходящего из-за расхождения позиций и интересов общества и индивидов.

Центральным вопросом в экономике благосостояния А. Пигу является расхождение между тем, что он называл предельным частным чистым продуктом, и предельным общественным чистым продуктом.

Он полагал, что, устранив особые случаи рассматриваемого расхождения, можно построить общую теорию благосостояния, согласно которой максимум производства достигается тогда, когда уравниваются оба типа продукта. М. Блауг, оценив это достижение А. Пигу как «точное и менее претензионное определение социального оптимума», в то же время не видит возможностей для его практического применения. Этот же автор находит оригинальность метода А. Пигу в расчете общественных издержек путем суммирования прямых и косвенных издержек, связанных с данной величиной инвестиций. Но его разграничение между частными и общественными издержками не считает строгим.

В современной теории благосостояния используется также понятие внешних эффектов, которое объявляется причиной расхождения между частным и общественным учетом затрат и выгод.

Определение внешней экономии предложил А. Маршалл для объяснения феномена отрицательного наклона («опускающейся впереди») долгосрочной кривой предложения в отрасли.

Сегодняшнее понимание внешних эффектов опирается на более общую концепцию «прямого взаимодействия». Это взаимодействие включает разнообразные отношения между производителями, потребителями, производителями и потребителями, работодателями и работниками, которые являются внешними по отношению к ценовой системе и не подпадают под рыночные оценки. В такой ситуации рыночные цены не способны произвести учет всех относящихся к делу затрат и выгод.

Анализ затрат и результатов с учетом различия в позициях частных субъектов и общества и наличия внешних эффектов широко используется в научных и прикладных исследованиях. Многие из анализируемых ситуаций стали хрестоматийными и вошли в учебную литературу.

Особенно часто для иллюстрации действия предлагаемого инструментария используются ситуации, связанные с ущербом от загрязнения и затратами на образование. Первая ситуация моделирует наличие отрицательного внешнего эффекта: издержки от загрязнения несут так называемые «третьи лица», которые не являются экономическими агентами или непосредственно не участвуют в данном экономическом процессе. Вторая ситуация моделирует положительные внешние эффекты, возникновение которых связано с тем, что деятельность одного экономического агента приносит выгоды другим.

В обществе каждый гражданин выигрывает от того, что другие его члены получают образование. В то же время каждый человек, принимающий решение о начале обучения, может и не думать об общественных выгодах. Будучи рациональным потребителем, он принимает это решение на основании затрат и выгод, связанных с образованием. В результате инвестиции в образование без учета всех возможных выгод будут ниже оптимальных для общества, а рыночное равновесие на рынке образовательных услуг установится на пересечении предельных частных выгод и предельных общественных издержек.

Оптимальное для общества равновесие на этом рынке достигалось бы, если были бы учтены предельные внешние выгоды. Следовательно, в ситуации с положительным внешним эффектом благо покупается и продается в меньшем объеме по сравнению с оптимальным, имеет место недопроизводство подобных благ.

Напротив, в ситуации с отрицательным внешним эффектом благо покупается и продается в большем объеме по сравнению с оптимальным, имеет место перепроизводство этих благ.

Для сокращения перепроизводства товаров и услуг с отрицательным внешним эффектом и восполнения недопроизводства товаров и услуг с положительным внешним эффектом необходимо ввести в действие процедуру, называемую интернализацией внешних эффектов, или трансформацией внешних эффектов во внутренние. В результате может быть достигнуто

сближение (в идеале – равенство) предельных частных издержек (выгод) и предельных общественных издержек (выгод).

Для решения данной проблемы А. Пигу предложил использовать корректирующие налоги (на выпуск товаров и услуг с отрицательным внешним эффектом) и субсидии (потребителям или производителям товаров и услуг с положительным внешним эффектом).

Российская практика показывает, что корректирующие налоги и субсидии не способны полностью справиться с проблемой внешних эффектов (трудности измерения издержек и выгод, несовершенство юридической практики, возможности нецелевого использования субсидий, уход от налогов и др.). Для решения проблемы загрязнения окружающей среды в настоящее время используется гораздо более развитая система институциональных мероприятий:

– меры административного контроля, включающие установление норм или стандартов по вредным выбросам и штрафные санкции за их превышение;

– введение платежей за выбросы;

– продажа временных разрешений на выбросы;

– развитие судебной практики по делам о загрязнении окружающей среды;

– рыночное лицензирование сброса отходов;

– содействие практике ведения переговоров;

– развитие систем контроля над загрязнением;

– экологическая пропаганда и воспитание.

Эти мероприятия способствуют частичному примирению эффективности и справедливости, о чем и заботится экономическая теория благосостояния.

Современная теория благосостояния предлагает собственный инструментарий, применимый для анализа проблемы развития социально ориентированной экономики. Однако следует учитывать, что предлагаемый экономической теорией благосостояния инструментарий должен с осторожностью интерпретировать социальную экономику и применяться на практике с учетом ненадежности окончательных решений на подобной теоретической основе.

Литература:

1. Батор Ф. М. Анатомия провала рынка / Ф. М. Батор // Вехи экономической мысли. Экономика благосостояния и общественный выбор. Т.4. – СПб : Экономическая школа, 2004. – 568 с.
2. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе / М. Блауг. – М. : Дело, 1994. – 720 с.
3. Вехи экономической мысли. Экономика благосостояния и общественный выбор. Т. 4 / под общей ред. А. П. Заостровцева. – СПб : Экономическая школа, 2004. – 568 с.
4. Майбурд Е. М. Введение в историю экономической мысли. От пророков до профессоров / Е. М. Майбурд. – М. : Дело, 1996. – 544 с.
5. Макашева Н. А. Экономическая теория благосостояния / Н. А. Макашева // История экономических учений: учебное пособие / под ред. В. Автономова, О. Ананьина, Н. Макашевой. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 784 с.
6. Московцев А. Ф. Теории социальной экономики / А. Ф. Московцев. – Волгоград : Политехник, 2006. – 47 с.
7. Нуреев Р. М. Курс микроэкономики : учебник для вузов / Р. М. Нуреев. – М. : НОРМА-ИНФРА-М, 1999. – 572 с.
8. Пигу А. Экономическая теория благосостояния. Т. 1 / А. Пигу. – М. : Прогресс, 1985. – 512 с.
9. Пигу А. Экономическая теория благосостояния. Т. 2 / А. Пигу. – М. : Прогресс, 1985. – 454 с.
10. Рейнолдс М. Экономическая теория благосостояния: условия, при которых изменение означает улучшение / М. Рейнолдс // Современная экономическая мысль / М. Рейнолдс, Ю. Смоленский. – М. : Прогресс, 1981. – 815 с.

11. Современная экономическая мысль / под ред. В. С. Афанасьева, Р. М. Энтова. – М. : Прогресс, 1981. – 815 с.

12. Фелдман А. М. Экономическая теория благосостояния / А. М. Фелдман // Экономическая теория / под ред. Дж. Итуэлла, М. Милгейта, П. Ньюмена. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 931 с.

13. Шумпетер И. История экономического анализа: в 3 т. Т. 3 / И. Шумпетер. – СПб : Экономическая школа, 2001. – 1664 с.

Денисова Ирина Николаевна,

к. э. н., доц. кафедры коммерции и технологии торговли Российского университета кооперации,
e-mail: zubchik07@mail.ru

**Особенности международной конкуренции и кластеризации экономики
в условиях глобализации**
Peculiarities of International Competition and Economic Clustering Under Globalization

Наличие тесной взаимосвязи между изменениями внешнего окружения и состоянием внутренней среды требует адаптации целей и задач, пересмотра стратегий, преобразования структурных характеристик организаций, обуславливает поиск и реализацию новых подходов к управленческой деятельности. Использование опыта выработанных мировой практикой современных методов и технологий менеджмента с неизбежностью ведет к усилению экономической устойчивости и приобретению конкурентоспособности на локальных отраслевых рынках.

Close relationships between changes in external environment and internal conditions require adaptation of objectives and tasks, revision of strategies, organizational restructuring and determine search and realization of new management approaches. Utilization of modern management methods and techniques elaborated by the world practice inevitably results in strengthening of economic stability and rise of competitive capacity at local industrial markets.

Ключевые слова: Экономика и управление; международная конкуренция; конкурентные преимущества; кластеризация экономики.

Keywords: Economy and Management; international competition; competitive advantages; economic clustering.

Переход России в 1990-х гг. к рыночным условиям хозяйствования привел отечественные субъекты экономики к необходимости решения комплекса сложных, ранее неизвестных проблем.

Наличие тесной взаимосвязи между изменениями внешнего окружения и состоянием внутренней среды требует адаптации целей и задач, пересмотра стратегий, преобразования структурных характеристик предприятий, обуславливает поиск и реализацию новых подходов к управленческой деятельности. Игнорирование выработанных мировой практикой современных методов и технологий менеджмента с неизбежностью ведет к ослаблению экономической устойчивости, потере конкурентоспособности на локальных отраслевых рынках.

Дискуссионность проблематики, недостаточная разработанность концептуальных, методологических и практических основ управления предприятиями в современных условиях функционирования предопределили цели и задачи в рамках представляемой статьи.

В конце 1980-х гг. М. Портер на основе проведения статистического исследования около 100 отраслей в десяти крупнейших промышленных странах, на которые приходилось около половины мирового экспорта, разработал оригинальную теорию конкурентных преимуществ наций (Competitive Advantage of Nations Theory). Дать однозначное определение понятия «стратегия» в силу его многогранности – задача весьма трудная.

А. Чандлер считает, что стратегия – «это определение основных долгосрочных целей и задач предприятия и утверждение курса действий и распределение ресурсов, необходимых для

достижения этих целей». И. Ансофф: «Стратегия – это способ действия; новые правила принятия решений и установок, направляющие процесс развития организации; средство достижения результата: инструмент, который может помочь в условиях нестабильности». А. А. Томпсон и А. Дж. Стрикленд: «Стратегия – это образ действий руководителей, стремящихся достичь целей организации; сочетание запланированных действий и тех действий, которые компания предпринимает в ответ на измененные условия». Г. Минцберг предлагает комбинацию пяти «П»: «Стратегия – *план* действий; стратегия – *прикрытие*, то есть действия, нацеленные на то, чтобы перехитрить своих противников; стратегия – *порядок* действий, то есть план может быть нереализуем, но порядок действий должен быть обеспечен в любом случае; стратегия – *позиция* в окружающей среде, то есть связь со своим окружением; стратегия – *перспектива*, то есть видение того состояния, к которому надо стремиться».

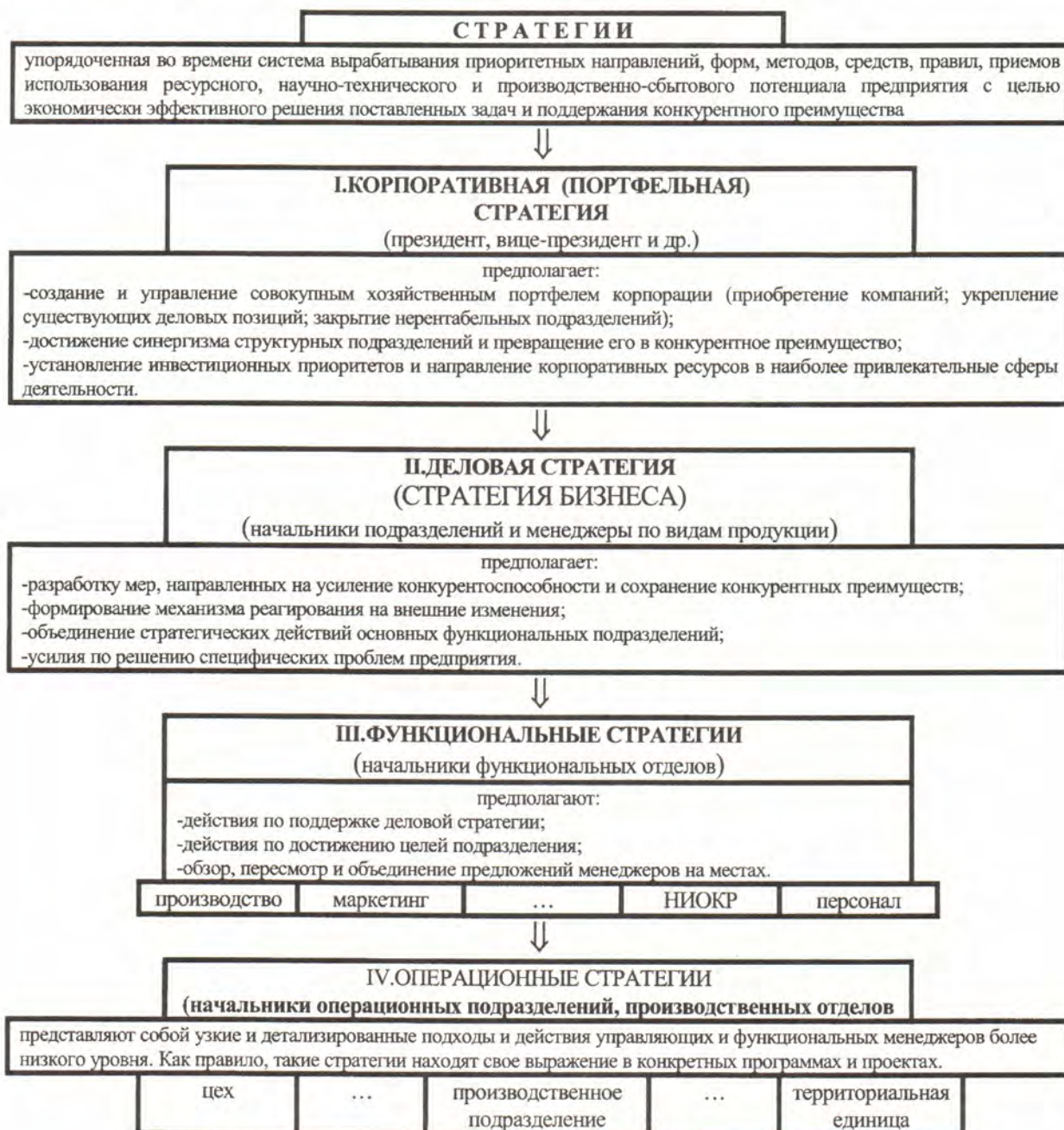


Рис.1. Классификация стратегий по уровням управления предприятием

Для успеха на мировом рынке каждое конкретное предприятие должно уметь соединять преимущества своей конкурентной стратегии с конкурентными преимуществами страны.

Правильно выбранная предприятием конкурентная стратегия должна быть ориентирована на достижение конкурентного преимущества за счет явных отличий от конкурентов – представление уникальной ценности для клиента и специфическое позиционирование компании в отрасли. В современной интерпретации принято различать четыре иерархических уровня выработки стратегии: корпоративный, деловой, функциональный и операционный (рис. 1).

Зарубежными специалистами для поддержания конкурентных преимуществ предприятий разрабатываются следующие виды стратегий:

– общая стратегия развития (стратегия ограниченного роста или стабильность; стратегия роста; стратегия концентрированного роста; стратегии интеграционного роста; стратегии диверсификационного роста; стратегии сокращения фирмы);

– экономические стратегии фирмы (управление на основе экстраполяции; управление на основе предвидения изменений; управление на основе гибких экспертных решений);

– функциональные стратегии (инновационная стратегия; имитационная стратегия; производственная стратегия; маркетинговая стратегия; стратегия управления персоналом; финансовая стратегия);

– конкурентные стратегии фирмы, основывающиеся на всестороннем понимании структуры отрасли и процесса ее изменения. Конкурентное преимущество может быть обеспечено более низкими издержками и дифференциацией товаров.

Среди типовых конкурентных стратегий М. Портер выделяет: стратегию лидерства на основе низких затрат; стратегию дифференциации; стратегию фокусирования (сосредоточения) (табл. 1).

Таблица 1

Конкурентные стратегии (по М.Портеру¹)

№	Конкурентная стратегия	Условия реализации конкурентной стратегии
1	Стратегия лидерства на основе низких затрат	Минимизация производственных затрат: хорошая организация производства и снабжения; хорошая технология и инженерно-конструкторская база; хорошая система распределения продукции.
2	Стратегия дифференциации (создание уникальных товаров большой ценности в виде нового качества, особых потребительских свойств или послепродажного обслуживания)	Дифференциация продукта: высокий потенциал для проведения НИОКР; профессионалы-дизайнеры; система обеспечения высокого качества продукции; развитая система маркетинга.
3	Стратегия фокусирования (сосредоточения) (концентрация усилий на выбранном сегменте)	Концентрация усилий на определенном сегменте рынка: направленность производства на индивидуальные запросы потребителей; продукция отражает «стиль жизни» покупателей.

Для выбора стратегии деятельности предприятия на рынке может быть использована так называемая матрица конкурентного преимущества (конкуренции) Портера (рис. 2).

Стратегическая цель		Преимущество товара	
		с точки зрения покупателя	в себестоимости
	Весь Рынок	Дифференцирование	Лидерство в области затрат
	Сегмент рынка	Сегментирование рынка	
		Стратегическое преимущество	

Рис. 2. Матрица конкурентного преимущества Портера

¹ Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран / М. Портер ; под ред. В. Д. Щетинина. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.

Особенности стратегии лидерства в области затрат (снижения себестоимости) и стратегии дифференцирования приведены в табл. 2.

Таблица 2

Сравнительные характеристики конкурентных стратегий

№	Показатель	Содержание
1	2	3
Стратегия лидерства в области затрат (снижения себестоимости)		
1	Стимул реализации стратегии	Значительная экономия на масштабе производства и привлечение большого числа потребителей, для которых цена является определяющим фактором при покупке
2	Преимущества стратегии	<ul style="list-style-type: none"> - дополнительный рост объема продаж и получение сверхприбыли за счет уменьшения рыночной доли конкурентов с более высокой ценой на аналогичные изделия; - разрушение стратегии конкурентов в области дифференциации продукции и локализация рынка за счет ценовой доступности своих изделий; - ужесточение ценового барьера по себестоимости для предприятий, стремящихся в эту отрасль; - наличие больших резервов при повышении цен на сырье, материалы и комплектующие изделия; - гарантированное получение прибыли даже при снижении цен у ближайших конкурентов; - вытеснение товаров-заменителей за счет массовости и низких издержек производства
3	Необходимые рыночные условия	<ul style="list-style-type: none"> - большая доля рынка, предприятие имеет доступ к дешевым сырьевым ресурсам; - спрос на выпускаемую продукцию эластичен по цене и достаточно однороден по структуре; - конкуренция происходит преимущественно в ценовой области; - потребители теряют значительную часть своих доходов при повышении цен; - предприятие и отрасль производят стандартизированную продукцию, и в существующих условиях нет эффективных путей ее дифференциации
4	Требования к организации производства и управления	<ul style="list-style-type: none"> - крупносерийное или массовое производство; - передовые ресурсы, берегающие технологии; - жесткий контроль себестоимости продукции; - преимущественно оптовая реализация продукции; - ориентация маркетинга на весь рынок
5	Дестабилизирующие факторы	<ul style="list-style-type: none"> - технологические нововведения; - изменение предпочтений потребителей; - уменьшение чувствительности потребителей к ценам; - копирование конкурентами методов работы
Стратегия дифференцирования		
1	Стимул реализации стратегии	Стратегия основывается на специализации в изготовлении особой (оригинальной) продукции, имеющей явные отличительные преимущества с точки зрения потребителей; предполагает обособление товара на рынке за счет его качественных характеристик

2	Преимущества стратегии	<ul style="list-style-type: none"> - дополнительный рост объема продаж и получение сверхприбыли за счет завоевания предпочтений различных групп потребителей на базе превосходства в качестве и более широкого выбора; - ужесточение входного барьера в отрасль за счет сформировавшихся предпочтений потребителей; - гарантированное получение прибыли от реализации продукции предприятием, пользующимся услугами только данной фирмы; - вытеснение товаров-заменителей путем укрепления связей с потребителями
3	Необходимые рыночные условия	<ul style="list-style-type: none"> - отличительные характеристики продукции воспринимаются и ценятся потребителями; - спрос на выпускаемую продукцию достаточно разнообразен по структуре; - конкуренция происходит преимущественно в неценовой области; - немногие предприятия используют стратегию дифференциации
4	Требования к организации производства и управления	<ul style="list-style-type: none"> - наличие легко переналаживаемого производства; - высокий уровень конструкторской подготовки производства; - развитая маркетинговая служба; - розничная или мелкооптовая реализация продукции
5	Дестабилизирующие факторы	<ul style="list-style-type: none"> - высокие издержки на создание имиджа изделия, вызывающее значительное повышение цен; - чрезмерная дифференциация товара, при которой потребитель перестает ощущать принадлежность товара к данной группе

Очевидно, что ни одна типовая стратегия не может рассматриваться в качестве универсальной для абсолютно всех отраслей и любых предприятий. Более того, успех во многих отраслях может быть обеспечен лишь сочетанием нескольких базовых стратегий на основе дифференциации или фокусирования. Следовательно, конкретному предприятию следует осознанно выбирать стратегию, соответствующую тому типу конкурентного преимущества, которое оно намерено получить.

Любая страна, согласно теории М. Портера, располагает только ей присущим набором конкурентных преимуществ, к которым могут относиться: уровень производительности труда, качество трудовых ресурсов, качество производимых товаров и услуг, искусство управления и т.п. Однако особое место в теоретических построениях М. Портера отводится четырем детерминантам экономики, образующим так называемый «национальный ромб» конкурентных преимуществ, в котором они взаимно усиливаются, и формирующих макросреду функционирования конкурирующих местных фирм. К ним относятся:

– *параметры факторов*, представляющие материальные (вещественные) и нематериальные условия, необходимые для формирования конкурентного преимущества страны в целом и ее ведущих экспортоориентированных отраслей¹;

– *стратегия фирм, их структура, конкуренция между ними* – комплекс условий, ориентирующих национальную экономику на развитие экономической свободы и других институтов, необходимых для эффективного функционирования механизма рыночной координации;

– *параметры спроса* – емкость спроса, динамика его развития, дифференциация по видам продукта, требовательность покупателей к качеству товаров и услуг²;

– *взаимосвязанные (родственные) и поддерживающие отрасли*, обеспечивающие компании в экспортоориентированных отраслях необходимыми материалами, полуфабрикатами, комплектующими изделиями и другими материальными средствами и информацией.

¹ В современных условиях к параметрам факторов, в первую очередь, относятся научно-технические знания, квалифицированная рабочая сила, инфраструктура и другие специализированные факторы.

² Параметры спроса позволяют использовать положительный эффект масштаба.

Кроме четырех главных, в общую систему детерминантов М. Портер включил *случайные события*, которые могут усилить или ослабить сложившиеся конкурентные преимущества страны (к случайным событиям отнесены крупные научно-технические открытия, резкие изменения цен, непредвиденные осложнения международной обстановки), и *правительство*, способное оказать существенное влияние на все основные детерминанты «национального ромба»¹. Взаимодействующая система детерминантов способствует или препятствует созданию устойчивых конкурентных преимуществ страны.

В тех отраслях, где национальный ромб выглядит наиболее «симметричным» и «объемным», предприятия имеют наибольшие шансы достичь успеха на международном рынке. «Национальный ромб» конкурентных преимуществ представлен на рис. 3.



Рис. 3. «Национальный ромб» конкурентных преимуществ (по М. Портеру)

Различные страны добиваются успеха в тех или иных отраслях, в которых конкурентная среда развивается наиболее динамично, и где лучше используются имеющиеся конкурентные преимущества. Следует отметить, что преимущество по каждому отдельному детерминанту «национального ромба» не является предпосылкой для конкурентного преимущества в отрасли. Только наличие преимуществ по всем детерминантам может обеспечить самоусиливающиеся выигранные моменты.

Особое значение для развития конкурентной среды в отрасли имеет сильное соперничество предприятий на внутреннем рынке, что вызвано следующими обстоятельствами:

- значительная внутренняя конкуренция дает более мощный импульс к совершенствованию;
- значительная внутренняя конкуренция не только укрепляет позиции предприятий на национальном рынке, но и заставляет их выходить на мировой уровень в целях дальнейшего роста;

¹ На параметры факторов и параметры спроса правительство может воздействовать своей экономической политикой. Правительства многих стран оказывают содействие развитию родственных и сопряженных отраслей, взаимодействующих с экспортоориентированными отраслями.

– более сильные местные предприятия, закаленные внутренней конкуренцией, способны добиться успеха на мировом рынке;

– при сильной конкуренции на внутреннем рынке создаются также преимущества для национальной отрасли в целом, а не только для отдельных предприятий. Конкуренты заимствуют друг у друга прогрессивные идеи и развивают их.

Регулярно воздействующие друг на друга детерминанты национальной экономики представляют собой комплексную систему, находящуюся в постоянном развитии. При этом действие системы детерминантов ведет к тому, что ведущие национальные отрасли, отличающиеся особыми конкурентными преимуществами, распределяются не хаотично по всей экономике страны, а увязываются в пучки, образуя так называемые кластеры, состоящие из отраслей, взаимосвязанных друг от друга¹. Поэтому, например, по мнению М. Портера, в современной экономике в условиях глобализации традиционное деление экономики на секторы или отрасли уже утрачивает свою актуальность: на первое место должны выходить кластеры – системы взаимосвязей фирм и организаций.

Согласно теории М. Портера², кластер – это «группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщиков, производителей и др.) и связанных с ними организаций (образовательных заведений, органов государственного управления, инфраструктурных компаний), действующих в определенной сфере, ведущих совместную деятельность и взаимодополняющих друг друга». В современной трактовке под кластером следует понимать устойчивое территориально-отраслевое объединение предприятий и организаций производителей и поставщиков, инжиниринговых и консалтинговых фирм, научно-исследовательских организаций и вузов, кредитных организаций и банков, инфраструктурных организаций, администраций регионов, профессиональных и общественных организаций на основе единой инновационной программы внедрения передовых производственных, инжиниринговых и управленческих технологий в целях повышения конкурентоспособности всех участников (рис. 4).



Рис. 4. Участники «кластера» (по М. Портеру)³

¹ М. Портер обнаружил, что наиболее успешные ТНК обычно не разбросаны бессистемно по разным странам, а концентрируются в одной стране (даже одном регионе страны). Это объясняется тем, что они распространяют свое влияние на своих поставщиков, потребителей и конкурентов. При этом успехи окружения, в свою очередь, сказываются на конкурентной позиции самой компании (Мигранян А. А. Теоретические аспекты формирования конкурентоспособных кластеров. URL: <http://www.krsu.edu.kg/vestnik/v3/a15.html>).

² Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран / под ред. В. Д. Щетинина. М. : Международные отношения, 1993. 896 с.

³ Хасаев Г. Р., Михеев Ю. В. Кластеры – современные инструменты повышения конкурентоспособности региона (через Партнерство к будущему) Ч. 1. URL: <http://www.compass-r.ru03-1.htm>.

В последние годы в сфере экономики развитых и развивающихся стран группы успешно конкурирующих фирм, образуя кластеры, существенно укрепляют свои конкурентные позиции на отраслевом, национальном и мировом рынках. Формирование кластера как сообщества фирм и тесно связанных отраслей способствует как взаимному росту всех его участников, так и росту внутреннего рынка страны в целом. Обычно за первым кластером возникают новые кластеры, что еще более усиливает международную конкурентоспособность страны.

Для кластера обязательны наличие частной собственности, конкуренции без монополии, выполнения принципа свободного ценообразования, стабильности денежного обращения, экономической самостоятельности и ответственности предпринимателей. Как единый интеграционный механизм кластер позволяет снижать издержки производства, ликвидировать ненужное дублирование.

В кластере взаимная выгода распространяется по различным направлениям. Так:

– новые производители, приходящие из других отраслей, ускоряют свое развитие, стимулируя научно-исследовательскую деятельность и обеспечивая необходимые средства для внедрения более эффективных стратегий;

– происходит свободный обмен информацией и быстрое распространение новшеств по каналам поставщиков или потребителей, имеющих контакты с многочисленными конкурентами;

– взаимосвязи внутри кластера ведут к появлению новых путей в конкуренции и порождают совершенно новые возможности;

– человеческие ресурсы и интеллектуальные идеи образуют новые комбинации.

Чаще всего центром кластера являются несколько достаточно продвинутых компаний, между которыми сохраняются высококонкурентные отношения, а концентрация соперников, их покупателей и поставщиков еще более способствует росту эффективной специализации производства. Кроме того, кластер объединяет вокруг себя также и множество мелких фирм и малых предприятий.

В настоящее время функционируют самые различные кластеры: в сфере малого и среднего бизнеса (производство мебели, обуви, продуктов питания); в инновационной сфере (биотехнологии, телекоммуникации); в крупном промышленном производстве (автомобилестроение); в области автоспорта и другие. Многообразие и индивидуальность «кластеров» значительно затрудняют их типизацию. Тем не менее можно уже говорить о трех основных категориях (видах) кластеров, отличающихся спецификой своего функционирования:

– кластеры как регионально ограниченные формы экономической активности внутри родственных секторов, обычно привязанные к тем или иным научным учреждениям (НИИ, университетам и т. д.);

– кластеры, представляющие собой вертикальные производственные цепочки «поставщик – производитель – сбытовик – клиент», в которых смежные этапы производственного процесса образуют ядро кластера (в эту же категорию относятся сети, формирующиеся вокруг головных фирм);

– кластеры, формирующиеся в отраслях промышленности, отличающиеся высоким уровнем агрегации (например, химический кластер) или даже сверхвысоким уровнем агрегации (например, агропромышленный кластер).

Т. В. Цихан отмечает, что в настоящее время экспертами описаны семь основных форм образования «кластеров»:

- *географическая*: построение пространственных кластеров экономической активности, начиная от сугубо местных (например, садоводство в Нидерландах) до подлинно глобальных (аэрокосмический кластер);

- *горизонтальная*: несколько отраслей/секторов могут входить в более крупный «кластер» (например, система мегакластеров в экономике Нидерландов);

- *вертикальная*: в кластерах могут присутствовать смежные этапы производственного процесса. При этом важно, кто именно из участников сети является инициатором и конечным исполнителем инноваций в рамках кластера;
- *латеральная*: в кластер объединяются разные секторы, которые могут обеспечить экономию за счет эффекта масштаба, что приводит к новым комбинациям (например, мультимедийный кластер);
- *технологическая*: совокупность отраслей, пользующихся одной и той же технологией (как, например, биотехнологический кластер);
- *фокусная*: кластер фирм, сосредоточенных вокруг одного центра – предприятия, НИИ или учебного заведения;
- *качественная*: здесь существен не только вопрос о том, действительно ли фирмы сотрудничают, но и то, каким образом они это делают. Сеть далеко не всегда автоматически стимулирует развитие инноваций. Бывает, что в сетях, напротив, подавляются инновационные процессы и поощряется защитное поведение. Взаимосвязи с поставщиками могут стимулировать инновационные процессы, но они же могут использоваться для перекладывания расходов на партнеров и ущемления их в финансовом отношении. В последнем случае сети не оказываются ни стабильными, ни стимулирующими.

Исследования показали, что в экономической литературе имеются самые различные подходы к классификации кластеров, из которых, по мнению автора, весьма полезным является подход, основанный на структурной классификации, разграничивающий кластеры по следующим основаниям: однородные; фокальные или ядерные; сетевые (рис. 5).



Рис. 5. Структурная классификация кластеров¹

Как правило, можно выделить следующие факторы, мотивирующие интеграцию различных фирм и организаций в отраслевой кластер:

- усиление конкурентных позиций участников путем внедрения новых технологий за счет эффекта масштаба;

¹ Хасаев Г. Р. Михеев Ю. В. Кластеры – современные инструменты повышения конкурентоспособности региона (через Партнерство к будущему). URL: <http://www.compass-r.ru03-1.htm>.

- снижение затрат и повышение качества соответствующих наукоемких услуг за счет эффекта синергии и унификации подходов в качестве, логистике, инжиниринге, информационных технологиях и т.д.;
- увеличение потенциального рынка инжиниринговых и консалтинговых услуг, в том числе для малых предприятий, за счет внедрения субконтрактинга при выполнении комплексных проектов и программ;
- расширение доступа к информации о потребностях рынка и продвижение продукции и услуг малого бизнеса на рынок крупных предприятий;
- повышение возможности предприятий, в том числе малых, к привлечению инвестиций и грантов;
- более эффективная система выхода на зарубежных партнеров и новые рынки;
- обеспечение занятости в условиях реформирования крупных предприятий и аутсорсинга¹ (одна из наиболее современных и успешных бизнес-моделей, позволяющая добиться реальных конкурентных преимуществ в любых сферах бизнеса без ограничений);
- консолидированное лоббирование интересов участников в различных органах власти.

Другим явным преимуществом кластерной формы организации производства на основе вертикальной интеграции является формирование особой формы инновации – «совокупного инновационного продукта», отличающегося не спонтанной концентрацией разнообразных научных и технологических изобретений, а наличием определенной системы распространения новых знаний и технологий. При этом важнейшим условием эффективной трансформации изобретений в инновации, а инноваций в конкурентные преимущества является развитие сети устойчивых связей между всеми участниками кластера.

В качестве примера применения кластерно-ориентированного подхода рассмотрим исследования по разработке инновационной стратегии в Нидерландах². Вся экономика страны была разбита на 10 мегакластеров: сборочные отрасли, химические отрасли, энергетика, агропромышленный комплекс, строительство, СМИ, здравоохранение, коммерческие обслуживающие отрасли, некоммерческие обслуживающие отрасли, транспорт. Анализ потоков знаний между кластерами позволил выявить характерные черты инновационных процессов. Оказалось, что три кластера (сборочные отрасли, коммерческие обслуживающие отрасли и химические отрасли) служат как бы нетто-экспортерами знаний в другие кластеры. При этом первые два экспортируют знания во все остальные кластеры. Здравоохранение и некоммерческие обслуживающие отрасли (в которых имеются крупные учреждения индустрии знаний) тоже являются нетто-экспортерами знаний, хотя и в меньшей степени.

Кластеризация экономики, по мнению многих экспертов, представляет одно из эффективных средств решения тех масштабных задач, которые сегодня стоят перед Россией. К сдерживающим факторам развития кластеров в России можно отнести: низкое качество управления совместным бизнесом в отдельных секторах деятельности международных хозяйственных структур; слабый уровень развития приграничных территориальных кооперационных структур, которые, как правило, самостоятельно не справляются с задачей выработки и реализации приоритетов для продвижения интересов регионального бизнеса; недостаточный уровень коллективных плановых и программных решений по территориальному хозяйственному развитию; большие горизонты достижения ожидаемых результатов, так как реальные выгоды от создания кластеров проявляются только через 5-7 лет и т.д.

В этом контексте важное значение приобретает мировой опыт формирования кластеров. Так, например, опыт развития кластеров в Финляндии имеет особое значение для экономики северо-запада России, где уже сложились предпосылки для формирования аналогичных

¹Аутсорсинг (outsourcing – буквально: вне источника) – целенаправленное выделение некоторых бизнес-процессов (или даже систем) и делегирование их реализации другим исполнителям. Аутсорсинг сводится к следующему: сосредоточить все ресурсы на том виде деятельности, который является основным для компании, и передать остальные (поддерживающие, сопутствующие) функции надежному и профессиональному партнеру.

²Якобс Д. Меры по развитию инновационных процессов: сайт «Государственный научно-исследовательский институт информационных технологий и телекоммуникаций». URL: <http://www.informika.ru>.

кластеров, которые по своим масштабам и потенциалу способны даже существенно превосходить финские¹.

Финские экономисты в своих теоретических изысканиях по проблемам кластеризации национальной экономики используют «национальный ромб» конкурентных преимуществ М. Портера в форме так называемой Модели Даймонда, в которой в качестве третьей внешней силы, учитывающей глобальные экономические процессы, добавлен блок «Международная деловая активность» (International business activity) (рис. 6).



Рис. 6. Модель Даймонда «национального ромба» конкурентных преимуществ (Финляндия)

Сегодня на фоне растущих вызовов глобальной конкуренции и необходимости ускорения темпов развития российская экономика подошла к критическому рубежу своего развития: остро проявляются недостатки экспортно-сырьевой модели развития, существенно влияющие на экономический рост. Поэтому необходимо на принципах кластеризации экономики создавать условия для развития кооперации и сотрудничества, предполагающие свободный обмен ресурсами, технологиями, ноу-хау и т.д.

В современных мирохозяйственных условиях резко усилилась роль экзогенных факторов экономического и социального развития различных стран мира, что вызвано углублением процессов международной региональной транснационализации, экономической интеграции и глобализации экономики. Поэтому сотрудничество мирового делового сообщества в различных сферах и на различных условиях становится все более необходимым².

В «Акте СБСЕ» была закреплена желательность: последовательного улучшения условий международного промышленного сотрудничества; защиты интересов партнеров по конкретным проектам, включая правовую защиту различных видов собственности; оказания партнерами взаимной помощи и предоставления информации, особенно в части технического уровня и качества продукции, предусмотренной к изготовлению по проектам; взаимодействия в области стандартизации и сертификации продукции как важных средств устранения препятствий в международной торговле и промышленном сотрудничестве.

Вступление в эпоху глобализации мировой экономики утвердило следующие формы международного промышленного сотрудничества:

- совместное производство, совместный (или скоординированный) сбыт и послепродажный сервис произведенной продукции;
- специализация и кооперация производства в отдельных отраслях и отраслевых комплексах;
- инжиниринг, сотрудничество в сооружении хозяйственных объектов, расширении и модернизации промышленных предприятий;

¹ Филиппов П. Кластеры конкурентоспособности // Эксперт Северо-Запад. 2003. № 43 (152).

² Еще в 1973 г. на Совещании по безопасности и сотрудничеству в Европе (СБСЕ) 33 государства мира подписали «Акт СБСЕ», в котором была впервые провозглашена необходимость развития международного промышленного сотрудничества.

Как отмечено в «Акте СБСЕ», суть международного промышленного сотрудничества – экономическое взаимодействие партнеров, выходящее за рамки внешней торговли.

- взаимный обмен технологиями, ноу-хау, технической информацией, лицензиями и патентами и их совместное, согласованное (или скоординированное) использование;
- совместные промышленные исследования в рамках конкретных проектов;
- гармонизация стандартов и технических условий производства продукции в области ее сертификации как важных средств устранения препятствий в международной торговле и промышленном сотрудничестве;
- совместная эксплуатация хозяйственных объектов в форме совместных предприятий, акционерных обществ и т.п.;
- арендное сотрудничество, в том числе лизинг в различных его формах.

На протяжении уже более тридцати лет международное промышленное сотрудничество стран и их компаний в индустриальной и аграрно-промышленной сфере, на транспорте, в строительстве, в области электроники, связи и информатики, охраны окружающей среды, разработки хозяйственных проектов международного значения и др., сокращая оборонительные рубежи международных региональных экономических группировок, формировало материально-производственную, научно-техническую, технологическую и корпоративно-управленческую базу глобализации мировой экономики.

Сегодня непосредственное межфирменное сотрудничество в материальном производстве ведет: к прогрессивному усложнению продукции, поступающей в международный товарооборот; быстрому расширению ассортимента продукции, особенно новинок; росту числа взаимозаменяемых продуктов, производимых разными технологическими способами; расширению поставок промежуточной продукции – компонентов, деталей узлов, агрегатов, комплектующих и т.д. Конкуренция между крупнейшими ТНК на мировом рынке в условиях глобализации перемещается в области регулирования форм и масштабов их научно-производственной и коммерческой деятельности, участия в международном промышленном сотрудничестве. Расширение их участия в этом процессе отражает поиск новых путей разрешения обостряющихся противоречий в мировом хозяйстве и усиливающейся конкурентной борьбы на внутренних национальных рынках и внешних товарных рынках.

Совместная предпринимательская деятельность компаний индустриально развитых стран в современных условиях уже превратилась в одну из ведущих форм международной концентрации производства и капитала, средством проникновения крупнейших фирм, в том числе многонациональных и транснациональных, на рынки других стран и укрепления на них своих конкурентных позиций. Вот почему в последние десятилетия во многих странах приобрели такое значение эффективные кластерные стратегии, которые строятся на центрах деловой активности, уже доказавших свою силу на мировом рынке. Правительства концентрируют усилия на поддержке существующих «кластеров» и создании новых сетей компаний, ранее не контактировавших между собой. Государство при этом не только способствует формированию новых кластеров, но и само становится участником этих сетей.

В современной экономике кластеры становятся точками роста внутреннего рынка и базой для международной экспансии. Именно поэтому в последние годы среди отечественных и зарубежных специалистов все более укрепляется точка зрения, что те регионы, на территориях которых формируются кластеры, становятся лидерами национальных экономик и их внешнеэкономических связей, а, напротив, территории, где нет кластеров, отходят на второй план и зачастую периодически переживают заметные социально-экономические кризисы.

Кластерные системы характеризуются следующими общими особенностями:

- наличие предприятия-лидера, определяющего долговременную совместную хозяйственную, инновационную и иные стратегии региональной экономической системы;
- территориальная локализация основной массы хозяйствующих субъектов – участников кластерной системы;
- устойчивость стратегических международных хозяйственных связей в рамках кластерной системы, включая ее межрегиональные и международные связи;
- долговременная внешнеэкономическая координация взаимодействия отечественных и зарубежных участников кластерной системы в рамках ее общенациональных и

внутрирегиональных программ развития, инвестиционных проектов, инновационных процессов;

- наличие конкурентоспособных кластеров позволяет национальной экономической системе удерживать уникальные собственные преимущества;
- наличие совместных корпоративных систем управления, контроля бизнес-процессов, коллективного хозяйственного мониторинга и т.д.

Идея кластера позволяет по-новому взглянуть на возможности развития экономики отдельно взятого государства, региона, отрасли, объяснить роли отдельных компаний, правительства, международной конкуренции в формировании бизнес-климата территорий. Укрепление конкурентной позиции кластеров, существенно зависящее от результативности производственно-хозяйственной деятельности каждой из входящих в них компаний, способствует появлению новых технологий менеджмента, формирует новую роль правительства, связанную с устранением препятствий на пути их развития.

Кластеры являются привлекательными для осуществления полноценного диалога между заинтересованными в развитии регионов сторонами – образовательными учреждениями, властью и бизнесом.

Кластеры, как правило, охватывают такие производства, как переработка сырья, изготовление товаров массового потребления, высокотехнологичные отрасли и т.д.

Необходимо отметить, что кластеризация экономики в настоящее время наиболее распространена в странах с развитой экономикой. Кластерные стратегии широко используются в странах объединенной Европы. Так, например:

- в Германии с 1995 г. действует программа создания биотехнологических кластеров Bio Regio, ключевые позиции в экономике занимают промышленные кластеры в области химии и машиностроения;

- правительство Великобритании определило районы вокруг городов Эдинбурга, Оксфорда и Юго-Восточной Англии как основные регионы размещения биотехнологических фирм;

- правительство Норвегии стимулирует сотрудничество между фирмами в кластере «морское хозяйство»;

- во Франции сформировались кластеры по производству продуктов питания, косметики в 1950–1960-е гг.;

- высокие темпы развития набрала экономика Австрии, где начали действовать трансграничные кластеры с Германией, Италией, Швейцарией, Венгрией, активизировались связи с Францией и Великобританией. Австрия разработала свой вариант экономической политики, где кластерный подход занял важное место, а ключевым фактором стала политика стимулирования развития связей между исследовательскими институтами и промышленным сектором, снижение регуляторных барьеров в инновационных программах, специализация кластеров и формирование центров конкурентоспособности. Эти процессы происходят в рамках инновационно-исследовательской программы;

- в Дании агропромышленный комплекс по объемам производства превышает все остальные секторы экономики, вместе взятые, и является ключевым с позиций потребительского рынка и инвестиционного потенциала. Особую роль в нем играет «молочная вертикаль» от молокопереработки до поставщиков технологий и оборудования. Датский Совет по развитию бизнеса, отвечающий перед правительством за разработку концепции кластеризации, инициировал ряд новых разработок в этой области;

- в Финляндии, где полностью кластеризована промышленность, особенно развит лесопромышленный кластер, занимающийся производством древесины и древесных продуктов, бумаги, мебели, полиграфического и связанного с ним оборудования. Тесное взаимодействие фирм, входящих в лесопромышленный кластер, в распространении знаний обеспечивает им устойчивые конкурентные преимущества перед основными торговыми соперниками. По оценке

экспертов, Финляндия лидирует по уровню как исследовательской, так и технологической кооперации¹.

Несмотря на различие подходов, большинство стран Европы уже выработало для себя ту или иную кластерную стратегию. Страны, в наиболее явной форме осуществляющие такую стратегию, – Дания, Нидерланды, фламандский район Бельгии, Квебек (Канада), Финляндия. Франция и Италия могут служить примерами стран, в которых издавна практикуется своеобразная кластерная стратегия, хотя и под другим названием.

Кластер как социальное понятие представляет собой один из способов самоорганизации сообщества для выживания в условиях жесткой международной конкуренции. В качестве главных предпосылок возникновения кластера являются следующие объективные факторы:

– со стороны *бизнеса*:

- наличие ключевых собственников и предприятий, потенциально заинтересованных в сотрудничестве в рамках кластера;

- сформированные кооперационные и иные связи между предприятиями, имеющие определенные традиции, отработанные механизмы взаимодействия, достаточный и необходимый уровень взаимного доверия;

- достаточно высокий инновационный уровень предприятий и организаций потенциального кластера;

- наличие экспортной составляющей в продукции кластера;

- высокий уровень притязаний ключевых собственников;

- готовность ведущих менеджеров предприятий к деятельности в условиях растущего сотрудничества и конкуренции в интересах активного развития бизнеса и территории;

– со стороны *власти и бизнес-окружения*:

- органы власти заинтересованы в кластерном варианте развития экономики региона, развития кооперации и сотрудничества;

- органы власти имеют опыт успешного взаимодействия с бизнесом, в том числе, в секторе экономики, в котором предполагается инкубация кластера;

- нормативно-правовая база совершенствовалась усилиями властных структур региона, что положительно оценивается руководителями частного сектора и способствует деловому доверию;

- сложилась соответствующая инфраструктура поддержки бизнеса, накоплен опыт участия в реинжиниринге предприятий, оказании консалтинговых услуг;

- руководители региона готовы к диалогу с бизнесом на условиях партнерства;

- система профессионального образования обладает необходимыми кадрами и опытом подготовки кадров для соответствующих секторов экономики;

– со стороны *общественности*:

- кризис осознан общественностью (партии, научные организации, учреждения профессионального образования), формулируется необходимость, желание и готовность деятельности для выхода из кризиса;

- определились лидеры, которые предлагают идеи и документы, намечающие пути преодоления кризиса;

- известны эксперты, готовые и способные к развитию диалога власти и бизнеса в целях преодоления кризиса и повышения конкурентоспособности кластера.

Литература:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб : Питер, 1999. – 416 с.

2. Минцберг Г. Структура в кулаке. Создание эффективной организации / Г. Минцберг. – СПб : Питер, 2001. – 512 с.

¹ Цихан Т. В. Кластерная теория экономического развития // Теория и практика управления. 2003. № 5.

3. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран / М. Портер ; под ред. В. Д. Щетинина. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
4. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент : концепции и ситуации / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 576 с.
5. Филиппов П. Кластеры конкурентоспособности / П. Филиппов // Эксперт Северо-Запад. – 2003. – № 43 (152).
6. Хасаев Г. Р. Кластеры – современные инструменты повышения конкурентоспособности региона (через Партнерство к будущему) [Электронный ресурс] / Г. Р. Хасаев, Ю. В. Михеев. – Режим доступа: [www. URL: http://www.compass-r.ru03-1.htm](http://www.compass-r.ru03-1.htm).
7. Цихан Т. В. Кластерная теория экономического развития / Т. В. Цихан // Теория и практика управления. – 2003. – № 5.
8. Чандлер А. Стратегия и структура: учебник / А. Чандлер. – М. : Русская Деловая Литература, 1998. – 768 с.

Бочкова Нелли Васильевна,
аспирант кафедры экономики и менеджмента,
ассистент кафедры экономики и менеджмента
Пензенской государственной технологической академии,
e-mail: n1968p@yandex.ru

Роль государства в регулировании рынка труда The Role of the State in Labour Market Regulation

В современных условиях рынок труда является одним из индикаторов, состояние которого позволяет судить о национальном благополучии и эффективности социально-экономических преобразований. Таким образом, регулирование рынка труда выступает неотъемлемой составляющей государственной политики.

Under present-day conditions labour market is one of the indicators and its state lets us judge about the national prosperity and the efficiency of social and economic reforms. Thus, labour market regulation is an integral part of State Policy.

Ключевые слова: направления государственного регулирования рынка труда; роль государства в регулировании рынка труда.

Keywords: directions of state regulations of labour market; the role of labour market regulation.

В экономической практике сложились два подхода к механизму регулирования рыночных отношений: первый подход – неоклассический, отстаивающий принцип автоматического саморегулирования рыночной системы, и второй – кейнсианский, отстаивающий позиции активного вмешательства государства в рыночную экономику, особенно в период депрессии и связанной с ней безработицей. Неоклассики полагают, что рынок труда, как и остальные рынки, функционирует на основе ценового механизма, то есть основным рыночным регулятором является заработная плата. Как цена труда она регулирует спрос и предложение, поддерживая их равновесие. Кейнсианцы, в отличие от неоклассиков, считают, что рынок труда находится в состоянии постоянного неравновесия. Ценовой механизм не способен устранить это неравновесие, так как размер заработной платы жестко фиксирован в определенном периоде и практически не поддается изменению, особенно в сторону уменьшения. Сбалансировать рынок труда можно посредством изменения величины совокупного спроса, которое осуществляет государство.

В России роль государства в регулировании рынка труда менялась в зависимости от формы экономических отношений. Так, Конституция СССР 1977 г. закрепляла не только право на труд, но и обязанность трудиться. За уклонение от работы в разные периоды устанавливалась как административная, так и уголовная ответственность. Возможность

обеспечить всех желающих рабочими местами основывалась на плановом ведении хозяйства, расчетах баланса наличных трудовых ресурсов и рабочих мест с учетом планируемой производительности труда. Безусловно, такая система имела свои положительные стороны, но в силу ряда причин она не смогла в конечном счете обеспечить достаточно эффективное использование потенциала трудовых ресурсов страны. И в итоге привела к уравниловке в распределении доходов, создала условия для появления и роста скрытой безработицы, снижения трудовой дисциплины, что резко отрицательно повлияло на производительность труда и жизненный уровень населения.

В настоящее время Конституция РФ закрепляет право каждого свободно распоряжаться своими способностями к труду, выбирать род деятельности и профессию¹. Регулирование рынка труда государством осуществляется на нескольких уровнях: федеральном, региональном и местном или локальном. На федеральном уровне политика занятости проводится Правительством РФ и непосредственно Министерством здравоохранения и социального развития РФ, где функции возложены на Федеральную службу по труду и занятости (Роструд). Роструд является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере труда, занятости и альтернативной гражданской службы, по оказанию государственных услуг в сфере содействия занятости населения и защиты от безработицы, трудовой миграции и урегулирования коллективных трудовых споров. Роструд осуществляет свою деятельность непосредственно через свои территориальные органы во взаимодействии с федеральными, региональными и местными органами исполнительной власти, общественными объединениями и другими организациями². К территориальным органам Роструда относятся органы по государственному надзору и контролю за соблюдением трудового законодательства (Государственная инспекция труда субъекта Федерации), а также территориальные органы по регулированию коллективных трудовых споров.

Децентрализация рынка труда и развитие региональной политики занятости определили создание и укрепление региональной системы регулирования рынка труда, что предполагает определение общих закономерностей развития рынка труда, выявление специфических особенностей его функционирования и развития на региональном уровне. Данные задачи решаются на местах Министерством здравоохранения и социального развития субъекта Федерации (далее – Министерство) и Управлением государственной службы занятости (далее – Управление). Министерство является исполнительным органом государственной власти субъекта Федерации, обеспечивающим проведение государственной политики в сфере здравоохранения, труда и социальной защиты населения региона. Финансирование Министерства осуществляется за счет средств бюджета субъекта Федерации, а также целевых средств, выделяемых Министерству на реализацию областных и федеральных программ из средств бюджета субъекта Федерации и федерального бюджета, субвенций и субсидий из федерального бюджета.

Управление входит в систему органов государственной службы занятости населения и в структуру исполнительных органов государственной власти субъекта Федерации как самостоятельный орган, который формируется Правительством субъекта Федерации в соответствии со структурой исполнительных органов государственной власти субъекта Федерации. Финансирование расходов на содержание Управления осуществляется за счет средств, предусмотренных в бюджете субъекта Федерации. Свою деятельность Управление осуществляет непосредственно и через подведомственные государственные учреждения службы занятости населения – центры занятости населения.

Регулирование рынка труда – это комплекс взаимосвязанных мер государственной политики, влияющей на социально-экономические процессы в обществе и государстве. Как на федеральном, так и на региональном и местном уровне можно выделить четыре основных направления государственного регулирования рынка труда. Во-первых, это программы по

¹ Конституция Российской Федерации. Статья 37. М. : Приор, 2001.

² О Федеральной службе по труду и занятости: постановления Правительства РФ от 05.09.2007 № 559 // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

стимулированию роста занятости и увеличению числа рабочих мест; во-вторых, программы, направленные на подготовку и переподготовку рабочей силы; в-третьих, программы содействия найму рабочей силы и, в-четвертых, программы по социальному страхованию безработицы.

Определенным образом на рынок труда влияет изменение минимальной и максимальной суммы пособия по безработице, величины прожиточного, минимального размера оплаты труда и других социально значимых показателей и выплат. Также выделяют комплекс мер косвенного регулирования данного рынка: налоговая, денежно-кредитная и амортизационная политика правительства. Кроме того, немалое влияние на рынок труда оказывает и законодательство в области социального обеспечения, трудовых отношений, гражданских прав и т.п.

Регулирование рынка труда в современных условиях не сводится только установлению прав и обязанностей работника и работодателей в сфере трудовых отношений, оно также отражается на качестве жизни населения, уровне дохода и объеме инвестиций в человеческий капитал, тем самым воздействуя на воспроизводство рабочей силы. Условия трудовых отношений во многом определяют функционирование и рентабельность работы каждого хозяйствующего субъекта, а следовательно, и экономики государства в целом.

Литература:

1. Конституция Российской Федерации. Статья 37. – М. : Приор, 2001.
2. О Федеральной службе по труду и занятости: постановление Правительства РФ от 05.09.2007 № 559 // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

Жабина Светлана Борисовна,
к. т. н., доц., руководитель
аналитическо-информационного центра
ООО «САП»,
e-mail: knusya@gmail.com

Структурные преобразования рыночной модели экономики The Structural Transformation of the Market Economy Model

В понимании сущности сервисной экономики ключевая роль принадлежит понятию «услуга». В научной экономической литературе существует множество подходов к определению услуги как экономической категории. Услуга имеет ряд характерных особенностей и черт. С развитием экономической модели преодолеваются исторически сложившиеся представления и об услуге. В постиндустриальном обществе роль услуг возрастает.

In understanding the essence of the service economy the key role belongs to the notion of «service». In the scientific economic literature there are many approaches to the definition of services as an economic category. The service has a number of characteristics and traits. With the development of economic models historically formed idea of service is overcome. In postindustrial society the role of services is increasing.

Ключевые слова: экономическая модель; услуга; сервисная экономика.

Keywords: economy model; service; service economy.

Трансформация рыночной модели экономики способствует выравниванию в развитии региональных систем, но этот процесс происходит стихийно-индивидуально, что приводит к двойственному эффекту: с одной стороны, за счет процессов рыночной интеграции происходит расширение экономической самостоятельности регионов, а с другой – возникает асимметрия в их инфраструктурном развитии.

Необходимость достижения устойчивости в позитивных преобразованиях экономической модели требует изменения парадигмы управления как на уровне государственного регулирования, так и на уровне каждой бизнес-структуры.

Такая постановка проблемы предполагает пересмотр направлений в формировании механизмов управления с позиций качественных изменений институциональных основ рыночного управления, ориентированных на современные концепции менеджмента.

Однако проблема целостности развития транзитивной экономической модели и ее преобразования в сервисную экономику во многом зависит от комплексных факторов региональной специфики, а именно: возникновения интегрированных структур со слабовзаимодействующими связями, высокой степенью фрагментарности инфраструктурных преобразований, слабого формирования макрорегиональных рынков, быстро растущей экспансией зарубежных инвесторов, особенно в секторе сервисных услуг. Особого внимания заслуживают процессы организации торговых операций, так как решение социальных задач напрямую зависит от достижения конкурентоспособности и устойчивости отечественных торговых компаний.

Страны с развитой рыночной экономикой в большинстве достигли последней фазы формирования общества – сервисной экономики. Это предстоит и России, что является очевидным, так как отдельные характерные черты этой модели уже присутствуют. Среди специфических особенностей сервисной экономики можно назвать активное развитие обслуживающего сектора экономики, развитие интеллектуальных технологий, выделение знаний в основной стратегический ресурс.

Следует отметить, что в этой связи за последние годы наблюдаются качественные изменения многих экономических параметров экономики. Происходят институциональные изменения в структуре экономики и бизнеса.

На данном этапе происходящих экономических преобразований особую роль приобретает формирование рыночной инфраструктуры.

В странах с развитой экономикой этот процесс происходит очень интенсивно, а ключевое место в сервисной экономике занимает сфера услуг как наиболее активный сектор.

В последние годы и в России, как и в развитых странах, преодолевается исторически сложившееся представление о секторе услуг как о второстепенном, подчиненном и полностью зависящем от производства. В странах Западной Европы, США и Японии ряд услуг (банковских, информационных, управленческих и др.) стали ведущими элементами национального и регионального развития.

Для экономики России на современном этапе ее развития применение опыта сервисизации экономики как формы прогрессивного развития рынка особенно актуально. Массовое развитие сервисных предприятий позволит быстрее достичь полной фазы постиндустриальной экономики.

Вопросам теории рыночной инфраструктуры в условиях сервисной экономики, разработке механизма управления сервисными бизнес-структурами уделяет должное внимание методология диалектического, эволюционного и институционального подходов к исследованию трансформационных процессов формирования сервисной экономики, изложенная в работах зарубежных и отечественных ученых: А. Смита, Ж. Б. Сейля, Дж. С. Милля, А. Маршалла, Е. В. Бибиченко, Т. Н. Софиной и др.

Роль инфраструктуры в сервисной экономике изложена в работах: Дж. Тинбергена, Е. Домара, Р. Иохимсена, Дж. Гэлбрейта, Х. Арндта, Р. Нурксе, В. Фелкнера, П. Трейнера, У. Росту, А. Н. Карпова, А. Г. Милейковского, Н. Н. Некрасова, А. Е. Пробста, Г. Г. Карпова, Т. П. Солжос, С. И. Тюльпанова и др.

Происходящие рыночные преобразования российской экономики сопровождаются укрупнением хозяйствующих бизнес-структур, ужесточением конкуренции, неравномерностью развития регионов и активной экспансией зарубежных ритейлеров. Одновременно с этим происходит деформация всех воспроизводственных циклов, которые сопровождаются качественным перевоплощением самой экономической модели и ее перерастанием в сервисную. Проблемы развития торговых структур в сложившейся экономической ситуации, поиск конкурентных преимуществ в условиях сервисизации экономики объективно привлекают внимание ученых к различным аспектам этих проблем. Однако целостная концепция,

обосновывающая происходящие в инфраструктуре сервисных услуг трансформационные изменения и предлагающая механизм разрешения возникающих в процессе этих изменений противоречий, обеспечивающий ее развитие, пока не сформирована, а поэтому исследование эволюционных преобразований экономической модели представляет особый интерес.

Среди структурных преобразований, которые начали проявляться уже в условиях индустриальной экономики, можно назвать формирование сервисной экономики. В условиях зарождения постиндустриального периода сервисная экономика становится целостным хозяйственным и социальным феноменом.

В понимании сущности сервисной экономики ключевая роль принадлежит таким теоретическим понятиям, как «сервис», «услуга». Использование в русском языке понятия «сервис» (англ. *service* – служба; обслуживание) предполагает тот же смысл, что и в английском – «обслуживание, предоставление разного рода услуг». Вместе с тем следует учесть, что в отечественной экономической практике последних десятилетий смысл слова «сервис» приобрел более конкретное значение. В 1970–1980-е гг. сервис в нашей стране связывался преимущественно с комплексом услуг, отвечающих современным требованиям, выполненных квалифицированными работниками, которые трудятся на предприятии, оказывающем услуги по продлению жизни технических новшеств или дорогостоящих товаров известных фирм.

Наряду с понятием «сервис» в нашей стране широко используется понятие «услуга», означающее действие, приносящее пользу, благо, помощь другому человеку. Таким образом, ключевой момент в понимании сервисной экономики связан с представлением о пользе, услуге. Понятия «услуга» и «сервис» приобретают в целом одинаковый смысл. Вместе с тем они могут образовывать в русском языке такое словосочетание, как «сервисная услуга», что призвано отразить современный тип обслуживания.

В научной экономической литературе существует множество подходов к определению услуги как экономической категории. Согласно теории представителей классической политической экономии, рассматривающих услугу как затраты непроизводительного труда, услуга для ее производителя является товаром, обладающим потребительной и меновой стоимостью, а для покупателя только потребительной стоимостью, в виде которой он потребляет свой доход. Потребительная стоимость услуги, по мнению А. Смита, это сам процесс удовлетворения потребностей, а стоимость – издержки на ее производство. Услуги сами возобновляют тот фонд, из которого оплачиваются.

Определение услуги как специфического товара¹ А. Смит связывал с выделением ряда особенностей услуги, таких как: затраты непроизводительного труда на производство; отсутствие предметной формы; невозможность самостоятельного бытия отдельно от производителя этой услуги; исчезновение услуги в момент ее производства, невозможность резервирования.

Ж. Б. Сэй преодолел физиократические воззрения А. Смита, считая, что услуги несомненно дают нематериальные продукты, но все-таки это продукты, имеющие, как и всякие другие, меновую ценность и возникающие из сотрудничества индустрии и капитала и доставляющие нам приятность и полезность подобно материальным предметам. Теория А. Смита частично базировалась на воззрениях физиократов, в вопросе выделения производительного и непроизводительного труда.

Согласно его теории производить – это не значит создавать только материальные продукты, это значит создавать полезности, увеличивать способность вещей отвечать нашим потребностям и удовлетворять наши желания. Следовательно, производителен всякий труд, который содействует получению такого результата в индустрии, торговле, равно как и в земледелии. Ж. Б. Сэй конкретизировал понятие услуг, выделяя простые (под которыми понимал богатство, следовательно, продукт, но нематериальный, который не соединяется с

¹ Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов // Антология экономической классики: в 2 т. Т. 1. М.: Эконов, 1991.

капиталом и по своей природе недолговечен) и производительные услуги (которыми являются продукты, доставляемые факторами производства: трудом, землей и капиталом).

Дж. С. Милль разделял точку зрения Ж. Б. Сэя, согласно которой «труд не сотворяет материю, а сотворяет полезность». «Мы не в состоянии создать материю, но мы можем заставить ее приобрести свойства, которые превращают ее из бесполезной для нас в полезную»¹.

При этом в работе «Основы политической экономии» Дж. С. Милль подчеркивает, что услуги нельзя называть богатством (как их определяет Ж. Б. Сэй) иначе как в переносном смысле. Аналогично теории А. Смита, Дж. С. Милль определяет услугу как нематериальный продукт, создаваемый непродовольственным трудом, который завершается немедленным использованием, несколько не увеличивая накопленные запасы долговременных предметов потребления, а, наоборот, сокращая их на тот объем, который потребляют работники, занятые этим видом труда.

Согласно марксистской трактовке, услуга как экономическая категория представляет собой «...общественное отношение, которое складывается по поводу полезного действия труда, потребляемого в качестве деятельности». Определяя понятие услуги, К. Маркс писал, что это «...та особая потребительная стоимость, которую доставляет труд...», получившая «специфическое название «услуги» потому, что труд оказывает услуги не в качестве вещи, а в качестве деятельности...»².

Основоположник Кембриджской школы А. Маршалл в работе «Принципы экономической науки»³ определял услуги как нематериальные внешние блага, которые прекращают свое существование в самый момент своего возникновения и, разумеется, не являются частью накопленного богатства.

При всем разнообразии категориального определения услуги можно выделить нечто общее во всех теориях, что характеризует услуги как нематериальный продукт, существующий в виде деятельности, не изменяющий вещества природы, а создающий условия для осуществления производственного процесса и нормальной жизнедеятельности человека и обладающий такими свойствами, как индивидуальность, неосвязаемость, неотделимость от производителя, несохраняемость, непостоянство качества.

Отдельные авторы в своих исследованиях не учитывают многообразие существующих подходов к определению услуги, а ограничиваются только марксистской трактовкой рассматриваемой категории (особенно это было характерно для советского периода). Однако попытки исследовать природу и свойства услуг только на основе трактовки К. Маркса в ряде случаев приводят к явной путанице между категориальным определением вещей и услуг. Услугу принципиально отличает от вещи то, что производитель и потребитель услуг – качественно различные субъекты, в то время как произведенная вещь может быть предназначена не только для удовлетворения потребностей других, но и для удовлетворения потребностей самого производителя. Следует иметь в виду, что К. Маркс формулирует категорию «услуга» не в зависимости от особенностей характера труда, ее создающего, а в связи со спецификой капиталистической формы деления труда на производительный и непродовольственный. «В тех случаях, когда деньги непосредственно обмениваются на такой труд, который не производит капитала, т.е. на непродовольственный труд, этот труд покупается как услуга»⁴.

Исходя из приведенного определения услуги, которые оказывает сервисная экономика, можно охарактеризовать ее следующими чертами:

- носит индивидуальный характер, что позволяет учитывать особенности экономического субъекта, которому они оказываются;

¹ Милль Дж. С. Основы политической экономии: в 3 т. Т. 1 / под ред. Г. М. Милейновского. М. : Прогресс, 1980. С. 136.

² Маркс К. Критика политической экономии // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т. 46. Ч. 1. 2-е изд. М., 1955. С. 412–413.

³ Маршалл А. Принципы политической экономии. М. : Прогресс, 1984.

⁴ Маркс К. Теории прибавочной стоимости // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т. 26. Ч. 1. 2-е изд. М., 1955. С. 413.

- не воздействует на вещество природы в целях создания предметов и преднамеренно не меняют их субстанцию, за исключением случаев продолжения процесса производства в сфере услуг;

- не подлежит резервированию, аккумулярованию, что вызывает необходимость их оказания в определенных временных и территориально-пространственных границах;

- потребляется в момент их производства;

- реализуется в форме полезного эффекта деятельности, направленной на вещь или непосредственно на субъекта, а не в натурально-вещественной форме;

- направлена на уже реально существующий продукт, принадлежащий тому субъекту, которому оказана услуга.

Услуги имеют стоимость, поскольку для их реализации требуются ресурсы, и потребительскую стоимость – способность удовлетворять потребности субъектов основного производства (сделки купли-продажи). Полезность потребительских стоимостей услуг состоит в том, что они рационализируют процессы организации и проведения операций купли-продажи, тем самым способствуют сокращению транзакционных издержек, расширению возможностей товарной политики, повышению конкурентоспособности.

Сфера услуг в хозяйственной практике нашей страны, сравнительно со странами Запада, относительно поздно стала дифференцироваться как самостоятельная область предпринимательства. Формирование самостоятельного статуса в экономике задерживалось в силу неразвитости рыночных отношений, невысокого уровня жизни граждан России, а также нетребовательности людей в повседневной практике, идеалов скромного, если не аскетического существования, что вело к широкой практике семейного самообслуживания.

В современной России насущной задачей качественных преобразований экономики является адаптация социальной сферы к рыночным условиям хозяйствования, в частности, предоставление минимальных социальных гарантий разным слоям населения для выравнивания стартовых возможностей граждан, особенно молодого возраста.

С последней четверти XX века в развитых странах преодолевается исторически сложившееся представление о секторе услуг как о второстепенном, подчиненном, полностью зависящем от промышленности. К концу века в США, в странах Западной Европы, Японии ситуация коренным образом изменялась, а ряд производственных услуг: банковских, финансовых, информационных, управленческих, компьютерных, – определились в качестве ведущих элементов национального и регионального развития.

Отличительной особенностью постиндустриальной экономики выступает увеличение доли невещественного продукта-услуги, а также рост производства продукции по индивидуальным заказам. По оценкам ученых, производство услуг и информации в обществе завтрашнего дня будет значительно превышать производство товаров. Что и происходит в наиболее развитых странах. Доминирующее значение в процессах воспроизводства занимают производство знаний, образов, духовных ценностей, информации в целом, т.е. сервисная деятельность.

Расширение многообразия создаваемого продукта и достижение максимума полезности того или иного набора товаров и услуг сохраняют прежнюю цель производства: достижение максимума прибыли. Однако принцип «прибыль любой ценой» в постиндустриальном обществе становится опасным – слишком масштабными могут быть издержки при его использовании. Чисто утилитарные задачи постиндустриальной экономики должны подчиниться тому, чтобы добиться более гармоничных отношений общества с окружающей средой, гуманизировать человеческие связи и взаимодействия, развивать личности. Всему этому способствует маркетинг менеджмента, повсеместно внедряемый в практику бизнеса как современная технология управления.

В широком понимании сервисная экономика должна рассматриваться уже не как единая отрасль, но как масштабный сектор экономики, обладающий разветвленной и сложной структурой с подвижными границами. Сфера услуг является активной частью пространства реализации сервисной экономики.

Литература:

1. Маркс К. Критика политической экономии / К. Маркс // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т. 46. Ч. 1. – 2-е изд. – М., 1955. – С. 412–413.
2. Маркс К. Теории прибавочной стоимости / К. Маркс // Маркс К. Энгельс Ф. Соч. Т. 26. Ч.1. – М., 1955. – С. 413.
3. Маршалл А. Принципы политической экономии / А. Маршалл. – М. : Прогресс, 1984.
4. Милль Дж. С. Основы политической экономии: в 3 т. Т. 1 / Дж. С. Милль; под ред. А. Г. Милейновского. – М. : Прогресс, 1980. – С. 136.
5. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит // Антология экономической классики. – М. : Эконов, 1991.

Федорова Кристина Владимировна,
кредитный специалист управления
потребительского кредитования
департамента по обслуживанию
частных клиентов Волгоградского филиала
ЗАО КБ «Ситибанк»,
e-mail: kseniya.sazonteva@citi.com

Место и роль международных банковских финансов в мировой финансовой системе Place and Role of the International Bank Finance in the World Financial System

Статья освещает вопрос функционирования мировой финансовой системы. Автором рассматриваются взаимосвязи составляющих элементов мега-, мезо-, макроуровней. Особое место в работе отводится международным банковским финансам как промежуточной, соединяющей и адаптирующей «прослойке» между основными уровнями мировой финансовой системы.

The article takes up a question of functioning of a world financial system. The author considers interrelations of forming elements mega-, mezo-, macrolevels. The special place in the work has the international bank finance as intermediate, connecting and adapting «layers» between the basic levels of a world financial system.

Ключевые слова: мировая финансовая система; международные банковские финансы; международные валютно-кредитные организации; международные публичные финансы; международные частные финансы; мировой финансовый рынок.

Keywords: world financial system; international bank finances; international monetary and credit organization; international public finances; international private finances; world financial market.

Под влиянием функциональных сдвигов в мировом хозяйстве усиливается процесс финансовой глобализации. Это определяет качественно новую фазу интернационализации валютно-кредитных и финансовых отношений. Они приобретают черты целостности, основанной на взаимных интересах стран, несмотря на противоречия и конфликты в этой сфере.

Любая организация находится и функционирует в среде, и каждое действие всех без исключения организаций возможно только в том случае, если среда допускает его осуществление.

Финансовая среда представляет собой наличие условий и факторов, которые воздействуют на функционирование организации и требуют принятия управленческих решений, направленных на приспособление к ним.

Если учесть еще и функции финансовых ресурсов, без которых невозможно существование организации, то можно сделать вывод о том, что финансовая среда представляет собой систему денежных фондов целевого назначения, находящихся в институциональной

взаимосвязи и во взаимодействии друг с другом через денежные потоки всех уровней экономической системы.

Анализ ситуации в сфере многообразных денежных отношений показал, что функции финансов проявляются в виде существования определенных экономических институтов, основой и результатом деятельности которых является денежный фонд. Наличие денежного фонда, представляющего собой совокупность денежных ресурсов, находящихся в распоряжении субъекта и имеющих целевое назначение, приводит к необходимости осуществления институтами определенной финансовой политики, результатом которой и является формирование финансовой среды. Денежные фонды находятся во взаимодействии друг с другом через денежные потоки, опосредующие устоявшиеся институциональные взаимосвязи, которые придают финансовой среде объективный характер.

В структуре современной экономики выделяют уровни нано-, мини-, микро- и мезоэкономики, что требует более тщательной детализации финансовой среды.

Между хозяйствующими субъектами нано-, мини-, микро-, макро-, мегауровней не может установиться эффективная непосредственная взаимосвязь, она обычно опосредована ассоциированными представителями экономических интересов, которые выявляют и реализуют территориально-отраслевые предпочтения агентов ближайших и отдаленных уровней. В сферах, секторах и сегментах хозяйства эти предпочтения создают особые «мезослои» в системах отношений экономических агентов¹.

Наличие промежуточной, соединяющей, амортизирующей и адаптирующей «прослойки» между основными уровнями финансовой системы позволяет представить развитие финансовой среды как процесс постоянной генерации необходимых элементов мезоуровней финансовой системы (МФС) и преобразования их в основные.

Банки интегрируются в МФС благодаря проведению банковских операций, предполагающих вступление банка в экономические отношения с участниками МФС по поручению клиента и в пользу последнего по средствам генерации соответствующих элементов денежных отношений.

Международные банковские финансы включают в себя:

- международные частные финансы;
- международные публичные финансы;
- международные валютно-кредитные организации.

Международные банковские финансы находятся на мезоуровне финансовой системы, обеспечивающем взаимодействие мегауровня – мировые финансы и макроуровня – финансовая система отдельной страны (табл. 1).

Таблица 1²

Элементы базового и промежуточного уровней мировой финансовой системы

<i>Уровни хозяйства</i>	<i>Структура</i>	<i>Вид денежных отношений</i>	<i>Элементы</i>
Мегауровень	Мировые финансы	Финансовая помощь	Межгосударственные кредиты и гранты, кредиты и гранты международных организаций
		Мировой финансовый рынок	рынок капиталов, денежный рынок, рынок ценных бумаг, рынок деривативов, кредитный рынок
		Золотовалютные резервы	Иностранная валюта, рынок золота, рынок драгоценных камней и металлов

¹ Таев А. Г. Развитие финансовой среды предпринимательства на муниципальном уровне : дисс. ... канд. экон. наук. Волгоград, 2007.

² Источник: составлено автором на основе материала: Таев А. Г. Развитие финансовой среды предпринимательства на муниципальном уровне : дисс. ... канд. экон. наук. Волгоград, 2007.

Мезоуровень – международные банковские финансы	Международные валютно-кредитные организации	Паевые взносы в уставный капитал	Платежи стран-членов в счет установленных квот, краткосрочные вклады
		Предоставление/получение целевых кредитов	Кредитование стран-членов, концессионные кредиты, особые инвестиционные ссуды, секторальные операции, ссуды структурной реорганизации
		Формирование целевых и резервных фондов	Привлеченные средства с финансовых рынков, средства, полученные в счет погашения займов, добровольные взносы
	Международные публичные финансы	Инструменты регулирования валютно-кредитных отношений	Валютная интервенция, управление официальными валютными резервами, валютные ограничения
		Кредиты и гранты международных организаций	Техническая, гуманитарная, военная помощь
		Межгосударственные кредиты и гранты	Техническая, гуманитарная, военная помощь.
	Международные частные финансы	Денежные отношения между резидентами и нерезидентами	Системы международных денежных переводов, таких как Western Union, BLIZKO, LIDER, почтовых услуг, а также услуги транснациональных банков
Макроуровень	Финансовая система отдельной страны	Отношения между элементами финансовой системы	Финансы домохозяйств, хозяйствующих субъектов, государственные и муниципальные финансы

Анализируя международные частные финансы, можно сделать вывод, что резиденты и нерезиденты вступают в денежные отношения посредством систем международных денежных переводов, таких как Western Union, BLIZKO, LIDER – это система срочных денежных переводов физических лиц без открытия счета, переводы осуществляются как в российских рублях, так и в долларах США, евро.

Системы международных денежных переводов связывают частные финансовые потоки в мировом масштабе, при этом обеспечивают удобство и доступность, безопасность и скорость перевода, при этом клиент может бесплатно послать и дополнительное сообщение, что заменяет услуги электронной почты, сотовой связи.

Кроме самостоятельно существующих систем международных денежных переводов подобную услугу предлагают банки. Так, например, Юниаструм Банк предлагает услугу системы денежных переводов Юнистрим, Райффайзенбанк – системы денежных переводов MoneyGram, Европейский Трастовый Банк – Migom.

Ведущую роль в становлении единой системы международных денежных переводов отводит «Почте России» Всемирный почтовый союз (IPU). Об этом на форуме «Почтовая тройка» в Петербурге заявил глава IPU Эдвард Дайан, отметив, что почтовые службы претендуют на 10% мирового объема денежных переводов. С этой целью «Почта России» в ближайшее время начнет обмен переводами с Китаем и ведет переговоры об этом с почтами Франции, Израиля, ОАЭ и Турции¹.

¹URL: [http:// www.kommersant.ru](http://www.kommersant.ru).

По словам гендиректора Всемирного почтового союза Эдварда Дайана, отраслевые администрации, входящие во Всемирный почтовый союз, собираются стать крупнейшими операторами на рынке денежных переводов. По его словам, в будущем почтовики вполне могут претендовать на 10% мирового рынка денежных переводов. «Для этого необходимо создать нормативно-правовую базу, организовать коридоры между странами и сделать услугу защищенной и доступной», – сообщил господин Дайан. По его мнению, ведущую роль в становлении единой системы переводов должна сыграть «Почта России», которая уже приступила к организации «денежных коридоров» с другими странами.

Межгосударственные кредиты и гранты, кредиты и гранты международных организаций входят в международные публичные финансы и представляют собой финансовую помощь.

Финансовая помощь – это заимствования на льготных условиях. К ней преимущественно прибегают развивающиеся страны и государства с переходной экономикой. Финансовую помощь нуждающимся странам оказывают как зарубежные государства (преимущественно развитые), так и международные организации (МВФ, Международный банк реконструкции и развития). Помощь может быть:

- 1) техническая – помощь, оказываемая в виде услуг;
- 2) гуманитарная – в виде поставок продовольствия, медикаментов и других предметов первой необходимости;
- 3) военная – в виде поставок вооружения.

Международные организации играют определяющую роль не только в предоставлении кредитов и займов, кроме этого международные организации регулируют валютно-кредитные отношения, следят за соблюдением валютно-кредитных договоренностей и соглашений, занимаются сбором и обработкой информации об используемых в разных странах лучших практиках, а также разработкой общепризнанных принципов управления финансами в общественном секторе. Эти организации не имеют права принуждать страны, регионы или муниципальные образования следовать разработанным стандартам. Органы власти добровольно следуют рекомендациям о том, как соблюдать стандарты лучших практик в управлении финансами общественного сектора.

Наиболее крупными и влиятельными организациями являются Международный валютный фонд и Группа Всемирного банка.

Международный валютный фонд (МВФ) – это межгосударственный финансовый институт с почти универсальным членством стран. Его политика и задачи определены хартией, известной как Статья Соглашения. Основные цели МВФ, сформулированные в Статьях Соглашения, заключаются в следующем:

- содействие международной валютной кооперации;
- обеспечение сбалансированного роста международной торговли;
- содействие стабильности валютных курсов;
- осуществление помощи в основании многосторонней системы платежей и устранении валютных ограничений, препятствующих развитию мировой торговли;
- обеспечение доступа членов к ресурсам фонда для устранения нарушений платежного баланса без использования торговых ограничений и ограничений платежей;
- организация форумов для консультаций и обсуждения проблем развития международной финансовой системы.

Эти цели остались незыблемыми с момента создания МВФ, меняются только формы и методы их осуществления с учетом изменений, происходящих в мировой финансовой системе. Международный валютный фонд оказывает большое влияние на мировую финансовую систему путем выработки принципов ее функционирования и осуществления контроля за их использованием¹.

Одной из основных задач МВФ, согласно Статьям Соглашения, является осуществление контроля за экономической политикой его членов. Каждый член обязан сотрудничать с МВФ и

¹ Международные валютно-кредитные и финансовые отношения / под ред. Л. Н. Красавиной. М. : Финансы и статистика, 2000. 592 с.

другими членами в обеспечении стабильности системы валютных курсов и гарантировать выполнение соглашений. Согласно статье 4 одной из обязанностей членов МВФ является следование экономической и финансовой политике, способствующей экономическому росту в сочетании с разумной стабильностью цен, и избежание манипуляций с валютными курсами, имеющих целью обеспечение надлежащего платежного баланса и достижение нечестных конкурентных преимуществ над другими членами. Члены МВФ также обязаны следовать валютной политике, совместимой с указанными требованиями.

К Всемирному банку причисляют две основные организации:

1) Международный банк реконструкции и развития (МБРР) – членом может быть только государство, которое является одновременно членом МВФ и берет на себя вытекающие из этого обязательства. МБРР был создан в связи с большой потребностью в финансовых средствах стран-членов для возрождения и экономического развития;

2) Международная ассоциация развития (МАР) – дочерняя структура МБРР. Была создана в целях предоставления финансовых средств развивающимся странам на более льготных условиях, чем МБРР. Она является фактически доверительным фондом, находящимся под управлением МБРР.

Отдельным звеном выступают Банк международных расчетов и региональные банки развития.

Банк международных расчетов (БМР) является уникальным институтом центральных банков на международном уровне, который принадлежит им, контролируется ими и предоставляет им свои услуги. Ключевые задачи БМР заключаются в содействии кооперации центральных банков и создании условий для развития международных финансовых операций. Одной из основных целей кооперации центральных банков всегда было поддержание международной финансовой стабильности. Банк международных расчетов представляет важный форум для международной финансовой кооперации центральных банков, ее регулирования и контроля.

И наконец, мегауровень хозяйства – мировые финансы. Они являются частью мировой экономики и представляют собой совокупность финансовых ресурсов мира: финансовых ресурсов стран с их финансовыми организациями, международных организаций и международных финансовых центров мира.

Мировые финансы – ресурсы, используемые в международных экономических отношениях, т.е. в отношениях между резидентами и нерезидентами, они находятся в обращении и образуют мировой финансовый рынок (МФР), официальные золотовалютные резервы.

Мировой финансовый рынок включает в себя рынок капиталов, денежный рынок, рынок ценных бумаг, рынок деривативов, кредитный рынок.

Международный рынок капитала (МРК) – рынок, на котором резиденты разных стран осуществляют покупку и продажу финансовых активов. МРК – система определенных отношений и своеобразный механизм сбора и перераспределения на конкурентной основе кредитных ресурсов между странами, регионами, отраслями, экономическими агентами. Поэтому он формирует механизм, обеспечивающий совершение сделок, в результате которых кредитные ресурсы предоставляются кредиторами заемщикам на условиях срочности, возвратности и платности.

Международный денежный рынок определяет спрос и предложение ссудного капитала, функционирующего в качестве международного покупательного и платежного средства. Этот рынок охватывает краткосрочные депозитно-ссудные операции (от одного дня до года) и рынок евровалют. Краткосрочный кредит традиционно используется во внешней торговле (особенно сырьевыми товарами) и международном обмене услугами. На мировом денежном рынке преобладают межбанковские ссуды и депозиты, депозитные сертификаты, векселя, банковские акцепты.

По-своему международный денежный рынок и международный рынок капиталов взаимосвязаны. На мировом рынке капиталов ссудный капитал выступает не как деньги, а как

самовозрастающая стоимость. Заимствования осуществляются здесь на длительные сроки и в значительной мере используются для финансирования капиталовложений. Мировой рынок капиталов включает две основные составляющие: средне- и долгосрочные иностранные кредиты и еврокредиты (от одного года до 15 лет)¹.

Рынок ценных бумаг является механизмом, содействующим обмену финансовыми активами путем сведения вместе покупателей и продавцов. Основным рынком является вторичный рынок, так как именно на нем происходит торговля ценными бумагами, выпущенными ранее. Одной из основных функций такого рынка является установление курса ценных бумаг, то есть определение такой рыночной цены, которая отражает всю имеющуюся информацию о конкретных ценных бумагах. Чем быстрее устанавливается такая цена, тем эффективнее происходит размещение капитала на фондовом рынке.

Разновидностью рынка ценных бумаг является рынок деривативов.

Деривативы – это производные финансовые инструменты, в основе которых лежат акции, облигации, валюта.

Наиболее распространенными видами деривативов являются: опционы, дающие право обладателю продать или купить необходимые акции; свопы – соглашения об обмене денежными платежами в течение определенного периода времени; фьючерсы – контракты на будущую поставку, в том числе валюты, по указанной в контракте цене.

Цена инструмента определяется на основании цен базисных активов (товаров, валюты, ценных бумаг).

Рынок деривативов тесно связан с валютным рынком на основе обмена одной валюты на другую или ценных бумаг в одной валюте на другие.

Мировой кредитный рынок – это рынок международных кредитных операций. В широком смысле мировой рынок капитала – это экономический механизм аккумуляции и перераспределения свободного капитала в рамках всего мира. Выделяют два сегмента мирового кредитного рынка, различия между которыми определяются сроками и формами использования финансовых ресурсов, характером сделок, составом кредиторов и заемщиков, уровнем и динамикой процентов, государственно-правовой формой организации, степенью развития и другими факторами:

1) мировой рынок долговых ценных бумаг. На данном рынке обращаются в основном векселя и облигации (частные и государственные);

2) мировой рынок банковских кредитов. Это рынок различных финансовых ссуд, займов и кредитов. Заемщиками на нем выступают фирмы, банки, правительства. Кредиторами на рынке выступают финансово-кредитные организации, преимущественно банки, а также трасты и фонды.

На рынке банковских кредитов функционирует межбанковский сегмент, на котором кредитные организации разных стран размещают друг у друга временно свободные финансовые ресурсы, в основном в виде краткосрочных депозитов, а также в виде текущих счетов и ссуд.

Вторая составляющая мировых финансов – золотовалютные резервы.

Официальные золотовалютные резервы (ЗВР) предназначены для обеспечения платежеспособности страны по ее международным финансовым обязательствам, прежде всего в сфере валютно-расчетных отношений.

Официальные золотовалютные резервы – резервы, которые состоят преимущественно из иностранной валюты и золота и принадлежат государству, хранятся в центральных банках и других финансовых органах страны.

Задача золотовалютных резервов заключается в воздействии на макроэкономическую ситуацию в своей стране, для чего на внутреннем валютном рынке государство продает и покупает иностранную валюту. Такие сделки называются валютными интервенциями и предназначены для изменения рыночного спроса и предложения на национальную и иностранную валюту и поддержания на этой основе их обменного курса.

¹ Авдокушин Е. Ф. Международные экономические отношения: учеб. пособие. М. : Маркетинг, 1999. 264 с.

В случае нехватки финансовых ресурсов в стране государство предпочитает не расходовать свои ЗВР, а заимствовать за рубежом ссудный капитал (займы, кредиты, ссуды, гранты). Подобные заимствования составляют значительную часть международного движения капитала. Они осуществляются на коммерческих или льготных условиях (финансовая помощь).

Таким образом, мы видим, что абсолютно все уровни мировой финансовой системы тесно взаимодействуют и изменения, которые происходят на мировых рынках и в мировом хозяйстве в целом, непосредственным образом сказываются на хозяйственной деятельности как отдельных фирм, так и страны в целом. Используемые средства, формы и методы приспособления к внешней среде в каждой стране многовариантны, что зависит от конкретных экономических условий, традиций, степени ориентации на внешний рынок и многих других факторов. Именно наличие мезоуровня – международные банковские финансы – помогает аккумулировать и предоставить возможности простого сотрудничества на любом уровне и этапе хозяйствования.

Литература:

1. Авдокушин Е. Ф. Международные экономические отношения: учеб. пособие / Е. Ф. Авдокушин. – 4-е изд. – М. : Маркетинг, 1999. – 264 с.
2. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения / под ред. Л. Н. Красавиной. – М.: Финансы и статистика. – 2000. – 592 с.
3. Таев А. Г. Развитие финансовой среды предпринимательства на муниципальном уровне: дисс. ... канд. экон. наук / А. Г. Таев. – Волгоград, 2007.
4. Режим доступа: [www. URL: http:// www.kommersant.ru](http://www.kommersant.ru).

Мурунова Ирина Анатольевна,

к. э. н., доц., зав. кафедрой экономики и управления
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: dokazmus@yandex.ru

Влияние макроэкономического кризиса на финансовое управление корпорацией Influence of the Macroeconomic Crisis on the Financial Management of a Corporation

В статье рассмотрены основные направления изменения финансового управления корпорацией в условиях дефицита финансовых ресурсов, обусловленных резким падением доступности кредитных ресурсов и экстенсивной политикой управления бизнесом. Рассмотрены следующие направления антикризисных мероприятий в системе финансового управления корпораций: усиление управленческого влияния акционеров, реструктуризация непрофильных активов, упрощение организационных структур управления, внедрение формализованных процедур управления риском применительно к инвестиционным программам.

The article presents the basic directions of the changes of financial management of a corporation under conditions of financial resources deficit due to a sharp decline of accessibility of credit resources and extensive management business policy. The author discusses the following directions of anti-crisis activities in the system of the financial management of the corporation: strengthening of Administrative Influence of shareholders, restructuring of non-core assets, simplification of organizational structure of Administration, the implementation of the formal control procedure of the risk applied to investment programs.

Ключевые слова: финансовое управление корпорацией; антикризисное управление; агентский конфликт.

Keywords: financial management of a corporation; anti-crisis management; agency conflict.

В условиях макроэкономического кризиса перестали работать механизмы, которые позволяли корпорациям функционировать самостоятельно, используя деятельность профессиональных топ-менеджеров. Кризисные явления подвергли сомнению профессионализм наемных управляющих, обострили агентские конфликты и проявились на уровне корпоративного финансового управления в формах кризиса ликвидности. Современное

корпоративное финансовое управление сталкивается с проблематичностью получения новых кредитов, необходимых для нормального функционирования и выполнения обязательств по старым займам, повышением роли личностных связей при использовании внешних источников финансирования, срочной необходимости избавления от непрофильных активов.

Важнейшей закономерностью формирования структуры финансовых ресурсов, определяемой сущностью финансов, выступает их движение в процессе опосредования ими кругооборота фондов корпорации. Через создание и распределение различных фондов финансовое управление, таким образом, становится атрибутом этого кругооборота, носящим непрерывный характер.

К объективным закономерностям механизма финансового управления следует отнести и необходимость поддержания оптимальной структуры капитала. Существующая практика доказывает эффективность использования различных видов финансовых ресурсов и капитала, а не только собственных, как это часто предполагается.

По нашему мнению, критерием зрелости механизма финансового управления должен выступать уровень достижения стратегических и тактических целей. Практика убедительно показала, что совершенствование конкретных экономических форм, методов, рычагов финансового управления должно носить комплексный характер.

Что касается принципов финансового управления, то к ним можно отнести: обеспечение сбалансированности материально-вещественных и финансовых ресурсов корпорации; рациональное маневрирование финансовыми ресурсами в интересах достижения желаемых целей; обеспечение стимулирующего воздействия на воспроизводственный процесс всех элементов механизма финансирования для достижения наивысших конечных результатов.

Важной особенностью функционирования механизма финансирования организаций в рыночной экономике становится отделение собственности от управления, прямым следствием которого выступает конфликт между собственниками и менеджерами. В связи с этим при разработке стратегии формирования структуры финансовых ресурсов финансовые менеджеры должны, по нашему мнению, учитывать ряд факторов, лимитирующих их решения и действия. Представляется, что система подобных ограничений включает следующие группы:

1. Организационно-правовые ограничения, связанные с требованиями законодательства к величине и соотношению отдельных элементов капитала. Для акционерных обществ регулируемы являются величина уставного и резервного капиталов.

2. Технические ограничения, связанные с объемом привлекаемых финансовых ресурсов, распределением их поступления и возврата во времени. Необходимо учитывать не только период, на который финансовые ресурсы привлекаются в оборот, но и временной лаг, возникающий между моментом принятия решения о финансировании из того или иного источника и моментом реального поступления финансовых ресурсов из выбранного источника. Например, эмиссия акций или облигаций — процедура гораздо более длительная, чем привлечение банковских кредитов.

3. Ситуационные ограничения, связанные с общеэкономической ситуацией, проявляющейся через величину ставки рефинансирования, систему налогообложения, уровень инфляции, инвестиционные предпочтения и ожидания участников финансового рынка. Учитывая характер, а также динамику указанных факторов, финансовый менеджер может сделать выбор между внутренним и внешним финансированием.

4. Функциональные ограничения, связанные со сферой функционирования организации. Существуют такие виды деятельности, для осуществления которых она должна обладать определенным уровнем собственного капитала. Это касается в первую очередь компаний, осуществляющих венчурные вложения и получающих лицензии на право проведения каких-либо операций.

5. Управленческие ограничения, связанные с необходимостью контроля над деятельностью акционерного общества. Финансирование за счет эмиссии обыкновенных акций несет в себе возможность изменения состава акционеров, имеющих право голоса, и, как следствие, структуры акционерного капитала по отношению к принятию управленческих

решений вплоть до утраты контроля за акционерным обществом. С другой стороны, эмиссия обыкновенных акций может выступать не как способ мобилизации финансовых ресурсов, а как способ защиты от опасности утраты контроля над обществом. Кредиторы, напротив, не претендуют на право участия в управлении корпорацией и воспринимают эмиссию акций как позитивный сигнал.

6. Финансово-аналитические ограничения, связанные с финансовыми характеристиками работы организации и финансовыми последствиями принятия того или иного решения. Этой группе ограничений финансовый менеджер, по нашему мнению, должен отводить наиболее важное место, поскольку именно она позволяет оценить будущую или уже сложившуюся структуру капитала организации с точки зрения ее финансовых результатов и финансового состояния. К финансово-аналитическим ограничениям можно отнести значения таких показателей, как цена капитала, отдача финансируемого проекта в сравнении с ценой капитала, рентабельность собственного капитала, рентабельность активов и др.

Система управления финансовыми ресурсами, как и любой экономический механизм, включает две подсистемы: управляющую и управляемую. Объектом управления, т.е. управляемой подсистемой, выступают финансовые ресурсы и капитал организации. Субъектом управления является финансовая служба, главная цель которой – наиболее полная реализация функции финансов путем укрепления финансового положения корпорации за счет повышения ее рентабельности, прибыли, стоимости бизнеса, роста производительности труда, снижения затрат, повышения качества продукции и внедрения новых передовых технологий и достижений науки.

К числу наиболее важных задач, решаемых в сфере финансирования, по нашему мнению, следует отнести:

- мобилизацию финансовых ресурсов для обеспечения простого и расширенного воспроизводства в целях получения прибыли и повышения стоимости бизнеса;
- определение основных направлений использования денежных средств;
- обеспечение оптимальной структуры капитала;
- обеспечение достаточности собственных средств организации для осуществления инвестиционной деятельности;
- выявление факторов расхождения между величиной полученной прибыли и фактическим наличием денежных средств;
- выполнение финансовых обязательств и организация расчетов по заработной плате с поставщиками, банками, бюджетом;
- контроль за рациональным использованием финансовых ресурсов.

Финансовое управление корпорацией представляет собой систему принципов и методов разработки и реализации управленческих решений, связанных с оптимальным формированием финансовых ресурсов из различных источников, а также обеспечением эффективного их использования в различных видах деятельности организации.

За более чем столетний период своего существования финансовое управление организаций прошло ряд этапов, в процессе которых постоянно расширялся круг изучаемых проблем и развивался методологический аппарат их исследования. Если на первоначальном этапе своего развития (первая половина XX в.) финансовое управление предполагало лишь определение источников и форм привлечения финансовых ресурсов, а также наиболее прибыльное их использование в производственной и инвестиционной деятельности, то в последующее тридцатилетие (1951–1980 гг.) в круг рассматриваемых проблем были включены оценка стоимости финансовых ресурсов и капитала, оптимизация их структуры, определение уровня инвестиционной привлекательности объектов их использования, методология их анализа и планирования и ряд других проблем. Современный этап развития финансового управления (с 1981 г. по настоящее время) характеризуется новыми концептуальными подходами к целевой функции этого управления, направлениям повышения их роли в обеспечении устойчивого роста организации; углублением методов оценки риска формирования и использования финансовых ресурсов; активной разработкой новых

финансовых инструментов и финансовых технологий обслуживания оборота финансовых ресурсов¹.

В основе использования финансового управления лежит система целей собственников финансовых ресурсов и капитала, менеджеров, кредиторов, государства и т.д. Данная система целей определяет задачи, набор инструментов управления финансовыми ресурсами и капиталом, методы анализа и прогнозирования результатов.

К общим целям организации относятся:

- повышение рыночной стоимости акций и стоимости компании, повышение благосостояния собственников капитала;
- увеличение прибыли;
- выживание, избежание банкротства и крупных финансовых потерь.

Приоритетность той или иной цели по-разному трактуется в зависимости от принимаемой теории организации бизнеса и во многом зависит от типа рынка, на котором работает предприятие и стадии его жизненного цикла. Цели – это, по Р. Саерту и Дж. Марчу, «главные независимые ограничения», накладываемые на каждый из процессов принятия решений². Они представляют определенное во времени и пространстве конечное состояние системы или ее части, которые должны быть достигнуты с помощью наличных или подлежащих выявлению средств.

Одновременно цели – это основа для оценки различных альтернатив хозяйственной деятельности. Цели в процессе принятия решения являются многосложными, и свести их к одному измеримому показателю практически невозможно, что вызывает неясность и конфликт по поводу целей, ввиду чего возможно следующее уточнение целей, стоящих перед корпорацией (рис. 1).

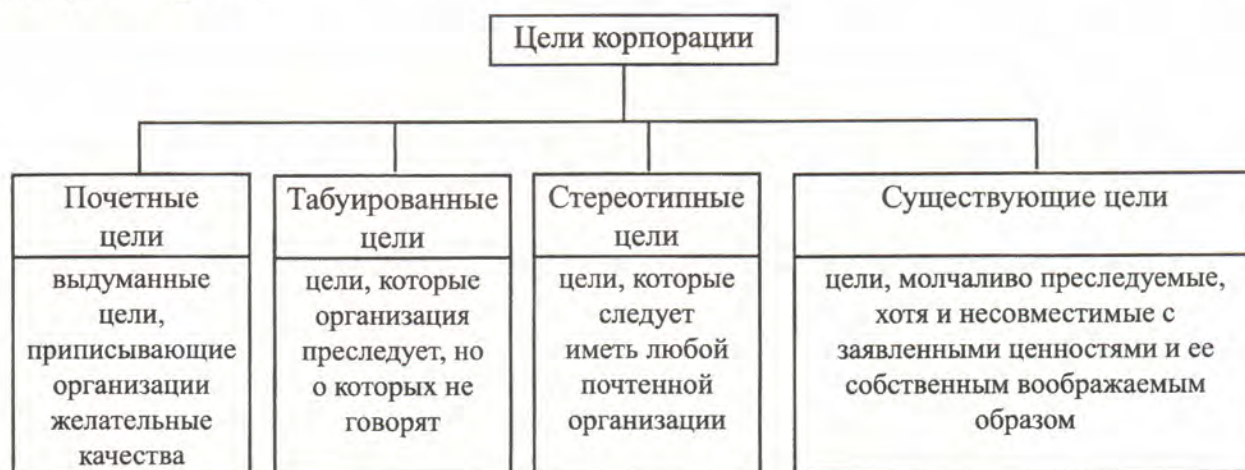


Рис. 1. Виды целей корпорации³

Однако, по свидетельству экспертов рынка капитала, отмечающих, что до тех пор, пока бизнес не перерос границы полулегального, полудивилизованного механизма удовлетворения финансовых запросов собственника, он является во многом посредственным, и рост капитализации такой компании никому не интересен⁴. Таким образом, проблема повышения стоимости бизнеса, особенно для непубличных компаний, является почетной целью, абстрактно связанной с реальным финансовым управлением корпорацией.

¹ Сысоева Е. Ф. Финансовые ресурсы и капитал организаций: сущность, управление, эффективность использования: монография / Воронеж. гос. ун-т. Воронеж, 2007. С. 78.

² Американский капитализм и управленческие решения (теория и методы принятия решений) / под ред. Л. И. Евенко. М.: Наука, 1977. С. 28.

³ Westerlund G. and Sjostrand S. Organizational Myths. New York: Harper Collins, 1979; Цит. по: Болмэн Ли Дж., Дил Терренс Е. Рефрейминг организации. Артистизм, выбор и лидерство. СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2005. С. 84.

⁴ Балин Д., Ладыгин И. Повышение стоимости бизнеса // Управление компанией. 2007. № 1. С. 52.

Тенденции российского рынка капитала в сегменте сделок купли-продажи бизнеса показывают, что мобилизация финансовых ресурсов посредством продажи бизнеса на наиболее выгодных условиях требует трансформации финансового управления корпорацией, начиная с момента появления самой идеи продажи и до завершения сделки и определения ее эффективности. Трансформация рынка капитала под влиянием макроэкономического кризиса сопровождается ростом числа открытых (публичных) сделок среди корпораций со средним и ниже среднего уровнями капитализации, и именно эти операции будут «наполнять» среднюю стоимость одной сделки.

Особенность финансового управления в таких корпорациях характеризуется вырожденной формой агентских отношений, которые не позволяют отделить интересы управления корпорацией от личных предпочтений ее собственника-инсайдера. В соответствии с теорией Э. Берковича – М. Нарайана, отрицательная доходность сделки для продавцов и покупателей возникает в случаях инициирования указанных слияний стремлением менеджеров к сосредоточению в своем распоряжении свободных потоков финансовых ресурсов.

Действие теории Э. Берковича – М. Нарайана в практике финансового управления российских компаний 2008–2009 гг. выражено в следующей закономерности. С 1998 г. и до нашего времени российский бизнес развивался благодаря личным отношениям владельцев бизнеса, финансово-кредитных организаций, девелоперских компаний, органов власти и местного самоуправления. Примерно в 2005–2006 гг. контакты стали более формализованными и публичными, персональное присутствие бенефициаров стало необязательным, и управление отдали наемным менеджерам¹. Данная тенденция привела к тому, что приносящий прибыль бизнес оброс непрофильными активами, имеющими роль имиджевых, периферийно сервисных служб, «карманных банков», зачастую использовавшимися как средство бесконтрольного вывода финансовых активов из корпорации.

Подход к организации финансового управления, основанный на производственной парадигме, в условиях кризиса приводит к падению объемов реализации; накоплению задолженности, неплатежей и расчетных суррогатов. Эти последствия возникают в результате высокого уровня операционного рычага при отсутствии эффекта финансового рычага. Несбалансированность использования рычагов в управлении финансами корпорации возникает по таким причинам, как отсутствие компромисса между риском потери ликвидности и риском снижения эффективности, несовпадение политики в области управления оборотными активами и источниками их финансирования, пренебрежение долгосрочной дивидендной политикой. Приоритет интересов снижения налогообложения, вторичности стоимости компании для ее владельцев является препятствием к осуществлению интерференции долгосрочной финансовой стратегии.

Частично эта проблема связана с наличием на рынке долгового капитала «мертвых зон финансирования», возникающих из-за несоответствия количественных параметров востребованных и предлагаемых кредитных ресурсов, а также низкой достаточностью собственного капитала многих российских корпораций.

Неэффективное финансовое управление порождает причины, снижающие стоимость компании при мобилизации финансовых ресурсов на рынке капитала:

– проблемы с финансовым состоянием – наличие невыплаченных кредитов, значительная доля в пассивах кредиторской задолженности, наличие в качестве источников финансовых ресурсов выпуска необеспеченных облигаций с высокой степенью риска («мусорных» облигаций).

– частая смена финансовых менеджеров, их небольшой опыт работы в конкретной отрасли, отсутствие успехов в управлении бизнесом;

– отсутствие консолидированной финансовой отчетности, соответствующей МСФО;

¹ Телюхин И. Возвращение блудного босса // Управление компанией. 2008. № 12. С. 16.

– неправильное бизнес-планирование – ориентация будущей прибыли на успехи отдельных проектов;

– отсутствие в финансовом управлении подсистемы риск – менеджмента.

В условиях финансового кризиса изменился не только облик внешнего финансирования деятельности предприятия, изменились методы финансового управления в отношении собственного капитала. В предкризисный период тенденцией организации бизнеса было создание холдингов, координируемых управляющими компаниями. Неэффективность финансового управления холдингами была обусловлена, прежде всего, базовыми процессами диверсификации, отраслевая специфика которых снижала управляемость бизнеса. При этом стоимость содержания управляющих компаний достигала 20% от конечной рентабельности холдинга¹.

Разработка антикризисных мер в условиях резкого сжатия денежной массы стимулирует определенный сдвиг в корпоративном восприятии, вызванный тем, что компании стали лучше понимать выгоды, которые может принести их бизнесу современный и передовой подход к проблеме рисков. Эти выгоды не ограничиваются повышением эффективности механизма принятия управленческих решений². Корпорации, в которых управление рисками строится на принципах прозрачности, исполнительской ответственности и эффективных коммуникаций, имеют возможность улучшить отношения с инвесторами в условиях финансового кризиса, а в ряде случаев и повысить собственную капитализацию.

Ощутимые последствия для компании-покупателя проявляются особенно отчетливо в тех случаях, когда речь идет о конгломератных поглощениях, в большинстве случаев производимых в целях перепродажи и формирования собственных финансовых ресурсов посредством эффективной их мобилизации на рынке капитала.

Более 130 инвесторов высказали свое мнение о состоянии управления рисками в тех организациях, в которые они вкладывают свои средства (рис. 2).

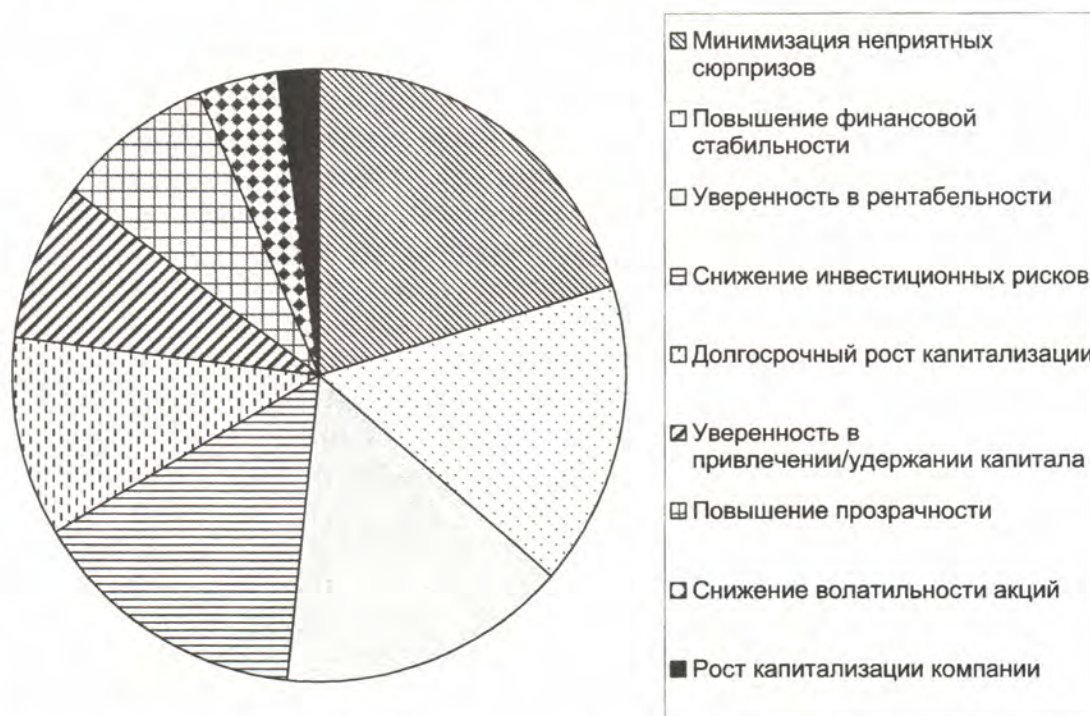


Рис. 2. Структура предпочтений инвесторов в отношении публичных корпораций³

¹ Телюхин И. Возвращение блудного босса // Управление компанией. 2008. № 12. С. 16.

² Игнатъева С., Порох А. Риски публичных компаний // Управление компанией. 2007. № 7. С. 35.

³ Составлено по: URL: <http://www.ey.com/risk/letstalk>.

Исследование показало: четверо из пяти респондентов готовы доплачивать, если им будет продемонстрирована эффективная система управления рисками в инвестируемых ими компаниях. При этом две трети опрошенных сказали, что не хотят иметь дело с компаниями, где отсутствует успешно функционирующая система управления рисками, а около половины заявили, что вывели свои средства по этой причине¹.

Наиболее острой проблемой, ежедневно стоящей перед руководителями и инвесторами отечественных корпораций, является проблема платежей.

За дефицитом платежных средств кроется не только и не столько недостаток денег как таковых, сколько иные, более глубинные причины. Две из них представляются ключевыми:

Первая – это продолжение производства неконкурентоспособной продукции. Неумение рационально организовывать свои отношения с рынком и потребителями не позволяет производить и продавать то, что купят за деньги.

Вторая – несбалансированность доходов и расходов: компании расходуют ресурсов больше, чем зарабатывают, и постепенно утрачивают собственный капитал. Даже имеющейся в наличии у компании балансовой прибыли зачастую не хватает для покрытия налоговых расходов, а также различных расходов социального назначения, относимых на прибыль после налогообложения.

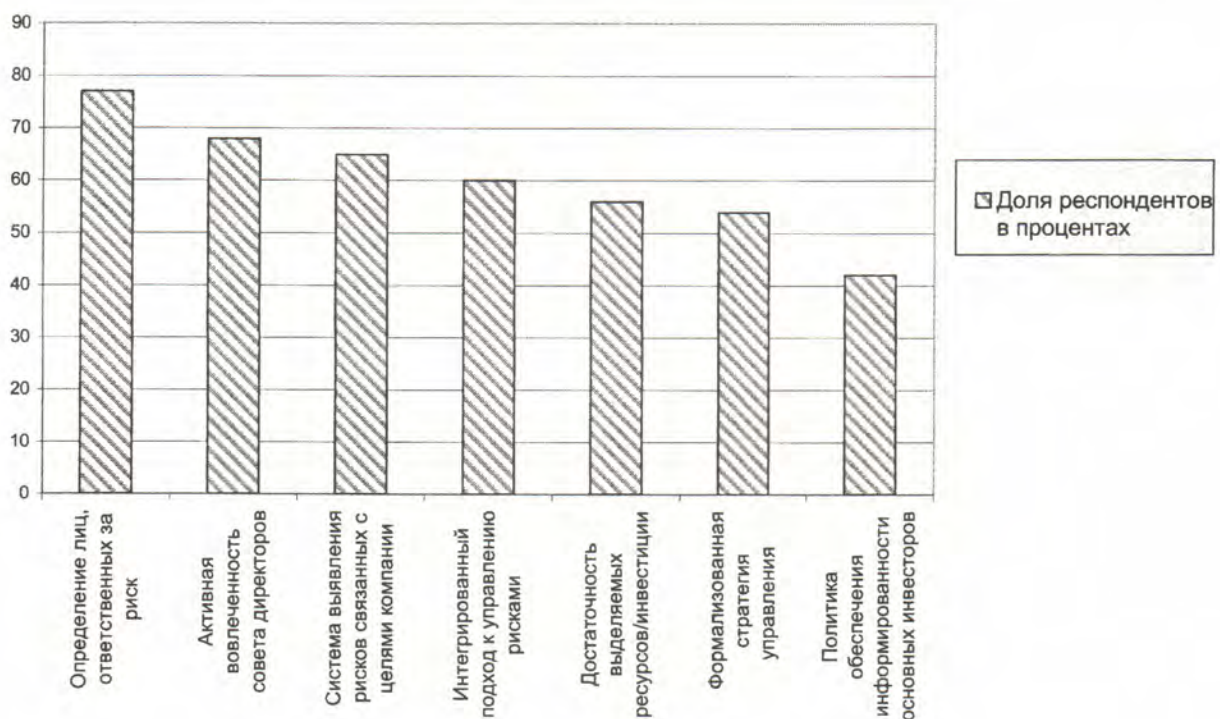


Рис. 3. Оценка факторов эффективного финансового управления инвесторами публичных компаний²

Зачастую не учитывается, что главный (но, конечно, не единственный) смысл предпринимательства, бизнеса – это рост богатства, капитала акционеров компании в результате ее функционирования. Пытаясь обеспечить платежеспособность компании в отрыве от доходности, ее руководство занимается следствием, игнорируя причину.

В настоящее время у промышленных компаний наблюдается нарастающая задолженность перед бюджетом и внебюджетными фондами. Компании, невзирая на сложности со сбытом (т.е. отгрузкой продукции), не говоря уже об оплате, продолжают ее производство. В результате оказывается, что за один и тот же период произведено больше, чем отгружено.

¹ URL: <http://www.ey.com/risk/letstalk>.

² Составлено по: Игнатьева С., Порох А. Риски публичных компаний // Управление компанией. 2007. № 7. С. 36.

Это означает, что валовые затраты (т.е. общие затраты ресурсов за период) оказываются больше затрат, списанных на реализованную продукцию (т.е. расходов периода, которые и сопоставляются с доходами этого периода). А это обычно означает, что прирастают запасы незавершенного производства и готовой продукции (а опустевшие материальные склады пополняются готовой продукцией).

Однако увеличение активов компании автоматически влечет за собой увеличение ее пассивов, являющихся источниками финансирования активов и представляющих собой по сути обязательства компании как субъекта гражданского права перед акционерами, предоставившими компании ресурсы.

В отсутствие отгрузки (т.е. реализации) продукции нет и прибыли. Следовательно, увеличение остатков незавершенного производства и запасов готовой продукции финансируется за счет увеличения заемных источников – обязательств перед банками, персоналом, бюджетом и т.д.

Банки решительно перестали давать безнадежные кредиты компаниям. Поставщики стали требовать предоплату. В результате компании берут «самовольный кредит» у бюджета и внебюджетных фондов, что является очень дорогой формой финансирования как с краткосрочных, так и долгосрочных позиций.

Таким образом, для выживания корпорации в условиях кризиса финансовые службы таких компаний должны соответственно скорректировать расходную часть своего бюджета.

Проблема финансового управления объектом – денежными потоками четко прослеживается в планировании и бюджетировании современных российских компаний.

В условиях финансового кризиса процесс планирования денежных потоков компании претерпел коренные изменения. Работать без планирования не в состоянии ни одна компания. Таким образом, возникла необходимость разработки новой системы, отвечающей целям и задачам компаний в условиях рыночной экономики, помогающей осуществлять эффективную управленческую деятельность. Эта система должна базироваться на подходах и технологиях, используемых в западных компаниях, имеющих многолетний опыт управления потоками денежных средств в рыночных условиях.

Потребность в планировании в рамках финансового управления объясняется необходимостью понимания того, где, когда и для кого корпорация собирается производить и продавать продукцию; какие ресурсы и когда понадобятся компании для достижения поставленных целей; способов эффективного использования привлеченных ресурсов; предвидения неблагоприятных ситуаций, анализа возможных рисков и разработки конкретных мероприятий по их снижению.

Для оценки качества финансового управления потоками денежных средств на современном этапе проведен анализ деятельности финансовых служб ряда отечественных корпораций по следующим направлениям:

- обоснованность принятых стратегий бюджетирования, используемых методов составления бюджетов, методов расчета основных финансовых показателей бизнес-плана, методов оптимизации прибыли как составной части бизнес-планирования;
- состав и виды бюджетов (бизнес-планов) компаний и их структурных подразделений, их формы, структуры, отражаемые в них данные;
- временные (год, квартал, месяц и т. д.) и пространственные (взаимосвязи подразделений) параметры бюджетов;
- последовательность постановки бюджетов в соответствии с бизнес-процессами компаний;
- широта применения (по сферам деятельности, подразделениям, центрам ответственности и т.п.), структура, уровень детализации и взаимосвязи различных бюджетов;
- процедуры формирования (включая согласование показателей, утверждение и контроль) бюджетов (бизнес-планов), ответственность за их формирование и исполнение;
- процедуры контроля за правильностью заполнения бюджетных форм, соответствием значений бюджетных показателей утвержденным плановым лимитам (нормам), выполнением

бюджетного регламента (в частности, на предмет оперативности контроля, анализа отклонений и установления их причин);

– принимаемые меры по отклонениям в бюджетах (в частности, на предмет рациональности, действенности мер, оперативности представления информации по отклонениям об исполнении бюджетов руководству компаний, корректировки бюджетов);

– фактическое выполнение процедур (планирование, мониторинг, составление отчетов, контроль) бюджетирования (бизнес-планирования) или бюджетного регламента (бизнес-планирования), порядок ответственности по уровням управления.

Таким образом, основные тенденции финансового управления корпорацией в условиях кризиса следующие: усиление управленческого влияния акционеров, реструктуризация непрофильных активов, упрощение организационных структур управления, внедрение формализованных процедур управления риском применительно к инвестиционным программам.

Литература:

1. Американский капитализм и управленческие решения (теория и методы принятия решений) / под ред. Л. И. Евенко. – М. : Наука, 1977. – С. 28.

2. Игнатъева С. Риски публичных компаний / С. Игнатъева, А. Порох // Управление компанией. – 2007. – № 7. – С. 35.

3. Сысоева Е. Ф. Финансовые ресурсы и капитал организаций: сущность, управление, эффективность использования : монография / Е. Ф. Сысоева ; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2007. – С. 78.

4. Телюхин И. Возвращение блудного босса / И. Телюхин // Управление компанией. – 2008. – № 12. – С. 16.

5. Режим доступа: www. URL: <http://www.ey.com/risk/letstalk>.

Монина Елена Сергеевна,
аспирант кафедры экономики,
ст. преподаватель кафедры экономики
Волгоградского филиала
Российского государственного
торгово-экономического университета,
e-mail: moninaes@mail.ru

К определению категории «инновационный потенциал» Concerning the Definition of «Innovation Potential»

В статье анализируются существующие в экономической науке подходы к определению термина «инновационный потенциал». Осуществленная автором сравнительная характеристика этих подходов стала обоснованием для вывода о необходимости выработки интегративного определения категории инновационного потенциала, комплексно отражающего его существенные социально-экономические характеристики.

The article analyzes the existing economic science approaches to the definition of «innovation potential». Carried out by the author the comparative characteristics of these approaches was rationale for determining the need for integrated definition of the category of «innovation potential» which reflects its essential socio – economic characteristics.

Ключевые слова: инновации; инновационный потенциал; ресурсное обеспечение инновационной деятельности.

Keywords: innovation; innovation potential; resource support of innovation activity.

Конкурентное развитие национальной экономики наиболее эффективно строится на имеющейся базе экономического потенциала.

Главенствующая роль в настоящее время отводится составляющей экономического потенциала – инновационному потенциалу, так как особую роль в уровне развития производительных сил играют невещественные формы национального богатства. Рост национального богатства все в большей степени обеспечивается за счет использования достижений науки и техники: изобретений, открытий, новой техники и технологий, совершенствования методов организации и управления.

В экономической литературе нет единства в толковании понятия «инновационный потенциал». Существует большое количество подходов к определению сущности инновационного потенциала. Различные авторы выделяют различные составляющие этого понятия.

Очень долгое время инновационный потенциал отождествлялся с понятием «научный потенциал»¹ и характеризовался:

- 1) объемом финансирования научного комплекса (размер государственных, частных и иностранных инвестиций);
- 2) количеством научных организаций (включая образовательный сектор (вузы, участвующие в научных разработках) и негосударственный сектор);
- 3) уровнем развития материально-технической базы науки;
- 4) численностью работающих в сфере науки (численность «остепененных» сотрудников).

Следующий подход к толкованию данного термина включил некоторые существенные дополнения, расширив тем самым его возможности.

¹ Национальная экономика России: потенциалы, комплексы, экономическая безопасность / В. И. Волков [и др.] ; под ред. В. И. Лисова ; Федер. служба налоговой полиции РФ ; Акад. налоговой полиции. М. : Экономика, 2000. 477 с.

Инновационный потенциал находит свое отражение в масштабах так называемой интеллектуальной собственности, которая представляет собой особый тип экономических отношений в научно-технической, производственно-хозяйственной и литературно-художественной сферах – отношения по поводу владения, распоряжения, использования результатов интеллектуального труда¹.

В их представлении важная роль отводится интеллектуальной собственности как результату деятельности предприятий.

Другой составляющей инновационного потенциала в представлении этих авторов является уровень развития научно-технической сферы: число организаций, участвующих в НИОКР, численность занятых в научно-технической сфере и их структура, величина ассигнований на проведение научно-исследовательских работ и затрат на создание новой техники. Научно-технический потенциал находит свое выражение также в качественной характеристике научно-технической сферы, не отражаемой статистикой (наличие научно-технического раздела, научных школ, техническая оснащенность НИОКР и др.). Степень использования научно-технического потенциала выражается в результативности работы данной сферы: количество открытий, заявок на изобретения, полученных патентов, созданных новых образцов техники, проданных лицензий и т.п.

К инновационному потенциалу примыкает интеллектуальный потенциал, который рассматривается с точки зрения уровня образования и культурного развития как важнейших составляющих национального достояния.

Представим данный подход к характеристике понятия «инновационный потенциал» в виде структурных компонентов (рис. 1).



Рис. 1. Структура инновационно-образовательного потенциала

С. И. Кравченко и И. С. Кладченко проводят более углубленный анализ сущности и содержания категории «инновационный потенциал» [6]. Опираясь на составные категории –

¹ Мишуров С. С., В. Н. Щуков. Основы регионалистики. Иваново, 2003. URL: http://www.gaudeamus.omskcity.com/PDF_library_economic_9.html (дата обращения 01.06.2009); Щуков В. Н. Экономический потенциал регионов России и эффективность его использования: учеб. пособие. URL: http://www.gaudeamus.omskcity.com/PDF_library_economic_9.html (дата обращения 01.06.2009).

«потенциал» и «инновация», эти авторы при доскональном их изучении вывели свое определение понятия «инновационный потенциал»: способность системы к трансформации фактического порядка вещей в новое состояние в целях удовлетворения существующих или вновь возникающих потребностей (субъекта-новатора, потребителя, рынка и т.п.). При этом эффективное использование инновационного потенциала делает возможным переход от скрытой возможности к явной реальности, то есть из одного состояния в другое (а именно – от традиционного к новому). Следовательно, инновационный потенциал – это своего рода характеристика способности системы к изменению, улучшению, прогрессу¹.

Данной постановки определения сущности и содержания инновационного потенциала придерживаются и многие другие авторы [1, 3, 4, 7, 9]. В большей степени авторы опираются на предложенную Д. И. Кокуриным структуру инновационного потенциала, которая может быть представлена единством трех его составляющих: ресурсной, внутренней и результативной, которые сосуществуют взаимно, предполагают и обуславливают друг друга и проявляются при использовании как его триединая сущность (рис. 2).



Рис. 2. Структура инновационного потенциала

Более детально проанализируем содержание и значимость указанных составляющих.

Ресурсная составляющая инновационного потенциала является своего рода «плацдармом» для его формирования. Материально-технические ресурсы, являясь «вещественной основой, определяют технико-технологическую базу потенциала, которая впоследствии будет влиять на масштабы и темпы инновационной деятельности»². В свою очередь сами они формируются в отраслях, изготавливающих средства производства, которые путем применения новых технологий закладывают в них потенциальные возможности, реализуемые или нереализуемые впоследствии.

Следующая компонента ресурсной составляющей – информационный ресурс (такие ее активные формы, как базы знаний, модели, алгоритмы, программы, проекты и т.д.) подобно

¹ Кравченко С. И., Кладченко И. С. Исследование сущности инновационного потенциала // Научные труды Донецкого национального технического университета. Сер. Экономическая. 2003. Вып. № 68. С. 88–96. URL: <http://www.masters.donntu.edu.ua/2004/fem/kladchenko/library/kladchenko%20article.htm> (дата обращения 01.06.2009).

² Инновационный потенциал: современное состояние и перспективы развития : монография / В. Г. Матвейкин [и др.]. М. : Машиностроение, 2007. 284 с.

ферменту переводит материальные факторы из латентного состояния в активное. Данный вид ресурсов, в отличие от прочих, практически неисчерпаем.

С развитием общества и активизацией использования знаний, запасы информационного ресурса не уменьшаются, а, напротив, увеличиваются. При этом этот вид ресурсов не самостоятелен и сам по себе имеет лишь потенциальное значение. Только объединившись с другими ресурсами: опытом, трудом, квалификацией, техникой, технологией, энергией, сырьем, – он появляется в «кинетике» как движущая сила инновационного потенциала¹.

Финансовые ресурсы входят в состав ресурсной составляющей инновационного потенциала как органическое единство наличных ресурсов и неиспользованных возможностей их альтернативного вложения. Таким образом, они характеризуются той совокупностью источников и запасов финансовых возможностей, которые есть в наличии и могут быть использованы для реализации конкретных целей и заданий. При этом объем финансовых ресурсов отображает финансовую мощь, способность системы принимать участие в создании материальных благ и предоставлении услуг. Однако помимо обеспечивающей функции финансовые ресурсы выполняют и страховую функцию, непосредственным образом дублируя, а также измеряя в денежных единицах материально-технические, информационные, человеческие и другие ресурсы, входящие в состав инновационного потенциала². Таким образом, значение этого ресурса неоднозначно. С одной стороны, в силу своей ограниченности он вынуждает искать более экономичный вариант – исходить из того, что есть, интенсифицировать использование имеющихся факторов, т.е. приводит в движение всю систему. С другой – его лимитированный характер может затормозить или погасить формирование и реализацию самого инновационного потенциала. Тем не менее одно остается несомненным – этот вид ресурсов непосредственным образом (качественно и количественно) влияет на инновационный потенциал.

Следующей компонентой ресурсной составляющей инновационного потенциала является человеческий ресурс (капитал, фактор), который не просто выполняет обеспечивающую функцию (как все предыдущие), а выступает главной креативной силой, так как все рождается именно в головах людей. Правильнее сказать, что это совокупность проинвестированных общественно целесообразных производственных и общечеловеческих навыков, знаний, способностей, которыми владеет человек, которые ему принадлежат, не отделимы от него и практически используются в повседневной жизни³. Немаловажным является то, что указанная компонента оказывает непосредственное влияние не только на ресурсную составляющую инновационного потенциала, но и на внутреннюю и, особенно, результативную.

Второй составляющей инновационного потенциала является внутренняя составляющая – так называемый рычаг, обеспечивающий дееспособность и эффективность функционирования всех предыдущих элементов. В целом указанная составляющая характеризует возможность целенаправленного осуществления инновационной деятельности, то есть определяет способность системы на принципах коммерческой результативности привлекать ресурсы для инициирования, создания и распространения различного рода новшеств. Таким образом, внутреннюю составляющую можно охарактеризовать через процессы создания и внедрения нового продукта, обеспечения взаимосвязи новатора как с наукой, предоставляющей прогрессивные идеи, так и рынком, потребляющим готовый продукт, а также методы и способы управления инновационным процессом.

Другой составляющей инновационного потенциала является результативная составляющая, которая выступает отражением конечного результата реализации имеющихся возможностей (в виде нового продукта, полученного в ходе осуществления инновационного процесса). Она является своего рода целевой характеристикой инновационного потенциала.

¹ Кравченко С. И., Кладченко И. С. Указ. соч.

² Инновационный потенциал: современное состояние и перспективы развития: монография / В. Г. Матвейкин [и др.]. М. : Машиностроение, 2007. 284 с.

³ Кравченко С. И., Кладченко И. С. Указ. соч.

Важность этой составляющей и целесообразность обособленного выделения подтверждается тем, что ее увеличение, в свою очередь, способствует развитию остальных составляющих (например, ресурсной). Другими словами, результативная составляющая, являясь результатом количественного и качественного изменения, несет в себе потенциальные возможности вывода на новый уровень функционирования как инновационного потенциала, так и системы в целом.

Раскрытая сущность всех составляющих инновационного потенциала не будет достоверной при отсутствии акцента на существовании тесной взаимосвязи и взаимозависимости между ними.

Тесная взаимосвязь ресурсной, внутренней и результативной составляющих инновационного потенциала определяет необходимость выявления на практике их оптимального соотношения (исходя из роли и значимости, которую они играют в формировании и развитии потенциала). Так, незначительный удельный вес ресурсной составляющей, как правило, обусловлен превалированием качественных изменений над количественными изменениями. При этом ограниченность необходимых ресурсов временем и пространством может быть полностью или частично преодолена интенсификацией их использования, применением новых методов организации процесса, поиском новых источников их привлечения. При этом, очевидно, существует определенный предел отклонения величины составляющих инновационного потенциала от оптимального уровня. То есть дальнейшее изменение какого-либо элемента влечет за собой либо снижение отдачи от него самого, либо уменьшение эффективности функционирования остальных элементов, так как все они существуют в системном единстве. Таким образом, проблема оптимизации структуры инновационного потенциала является важной, однако ввиду своей сложности требует отдельного более детального изучения.

Отличительную в некоторой степени точку зрения по поводу характеристики инновационного потенциала приводят Е. М. Марченко и М. В. Разумова¹. Они выделяют показатели, наиболее широко применяемые на практике, характеризующие и оценивающие инновационный потенциал, которые можно разбить на следующие группы: затратные; по времени; по обновляемости; структурные (табл. 1).

Таблица 1

Показатели, характеризующие инновационный потенциал

<i>№ n/n</i>	<i>Показатели</i>	<i>Характеристика показателя</i>
1	затратные	– сумма затрат на НИОКР в объеме продаж, которые характеризуют показатель наукоемкости продукции фирмы; – суммарные затраты на приобретение лицензий, патентов, ноу-хау и инновационных фирм; – наличие фондов на развитие инициативных разработок
2	обновляемости и динамики инновационного процесса	количество разработок или внедрений нововведений-продуктов и нововведений-процессов
3	структурные	– состав и количество исследовательских, разрабатывающих и других научно-технических структурных подразделений (включая экспериментальные и испытательные комплексы); – состав и количество предприятий, занятых использованием новой технологии и созданием новой продукции; – численность и структура сотрудников, занятых НИОКР; – состав и число творческих инициативных временных бригад, групп

¹ Марченко Е. М., Разумова М. В. К вопросу об оценке инновационного потенциала // Экономика региона. 2007. № 18. URL: <http://www.journal.vlsu.ru/index.php?id=1839> (дата обращения 08.06.2009).

Рассмотрев более подробно вышеперечисленные показатели и проанализировав их, можно сделать вывод, что:

1) первый и третий показатели относятся к ресурсной составляющей: затратные показатели представляют в своей совокупности финансовые ресурсы, а структурные характеризуют материально-технические, человеческие ресурсы;

2) результативной компонентой выступает количество разработок или внедрений.

Таким образом, данный подход к сущности инновационного потенциала имеет новую интерпретацию.

Расширенную характеристику сущности и содержания инновационного потенциала приводит И. В. Шляхто и придерживается следующей формулировки: инновационный потенциал – это не только возможность создания новшеств, осуществления инноваций, но и готовность воспринять эти нововведения для последующего эффективного использования на уровне, соответствующем мировому¹.

По мнению этого автора, инновационный потенциал региона состоит из системы потенциалов (табл. 2).

Проанализируем значимость указанных составляющих.

Первые четыре из указанных относятся к блоку ресурсов инновационного потенциала, от их количественного и качественного состава зависит функционирование системы инновационного потенциала. Научно-технический потенциал тесно связан с ресурсным блоком, опирается на него, поскольку появление изобретений, новшеств, инновационных программ на предприятии невозможно без взаимодействия людей, оборудования и технологий, финансовых ресурсов, а также информации.

Таблица 2

Система потенциалов инновационного потенциала

<i>№ n/n</i>	<i>Составляющая инновационного потенциала</i>	<i>Характеристика составляющей</i>
1	Производственно-технологический потенциал	применяемые технологии и их тип; состояние основных производственных фондов; технологическое обслуживание; компьютерные системы; оборудование и материалы; система качества
2	Кадровый потенциал	обеспеченность инновационного процесса человеческими ресурсами; квалификационная и возрастная структура персонала, задействованного в создании и распространении инноваций
3	Информационный потенциал	нормативно-правовая база инновационной деятельности; инновационные возможности в области коммуникации; использование компьютерных систем
4	Финансовый потенциал	затраты на НИОКР и освоение нововведений из всех источников финансирования; инвестиции в расширенное производство и модернизацию материально-технической базы производства, работ, услуг; расходы на науку и профессиональное образование из регионального бюджета; доля средств, направляемых в сферу научно-технических разработок и инновационной деятельности в общем объеме расходов региона
5	Научно-технический потенциал	изобретения, товарные знаки, промышленные образцы, ноу-хау; новшества, которые могут быть предложены к использованию; инновационные программы и проекты области

¹ Шляхто И. В. Оценка инновационного потенциала региона. URL: <http://www.bali.ostu.ru/umc/arhiv/2007/1/Shliyhoto.doc> DOC-файл (дата обращения 08.06.2009).

№ п/п	Составляющая инновационного потенциала	Характеристика составляющей
6	Организационный потенциал	организация процессов планирования, принятия решений, контроля, системы коммуникаций, сбыта; сеть научно-технических учреждений, проектно-конструкторских, инновационных предприятий, с которыми сотрудничает рассматриваемый объект, т. е. инновационная инфраструктура страны, региона
7	Управленческий потенциал	современные формы управления инновационной деятельностью; оптимальная организационная структура и система менеджмента; система стратегического и тактического планирования, общая организованность, модели корректировки на этапах развития и изменений, методы и порядок контроля
8	Инновационная культура	восприимчивость людей к новым идеям, их готовность и способность поддерживать и реализовывать новшества во всех сферах жизни
9	Потребительский сегмент	один из наиболее важных компонентов: объем реализации инновационной продукции в стоимостном выражении и ассортименте; спрос на инновации; основные рынки сбыта инновационной продукции на мезо- и макроуровнях, трансферт технологий

По мнению автора предложенной структуры инновационного потенциала, центральными компонентами являются его управленческое и организационное звено. Именно от правильных, своевременных управленческих решений зависит, будут ли раскрыты возможности предприятия по созданию востребованной конкурентоспособной продукции.

Поэтому в данную структуру внесен и потребительский сегмент, где оценивается, насколько данная новация нужна потребителю и будет ли она иметь возможность дальнейшего распространения и использования.

Инновационная культура как готовность предприятия, персонала, руководящего звена воспринимать получение новшества, переводить их в нововведения, учитывать неудачи и адаптироваться к изменениям окружающей среды пронизывает все компоненты инновационного потенциала.

С точки зрения национальной инновационной системы был осуществлен подход к рассмотрению сущности инновационного потенциала М. А. Бедниковым и Е. Ю. Хрусталевым¹. Ими выделены три группы носителей инновационного потенциала:

- 1) научные организации и предприятия, участвующие в создании новшеств и в их продвижении к потребителю;
- 2) социокультурная среда и её способность воздействовать на развитие инноваций;
- 3) инновации и их способность воздействовать на рост общественных благ и качественную составляющую жизнедеятельности человека.

Но главным носителем инновационного потенциала, по их мнению, выступают фундаментальные исследования и наукоемкая промышленность, концентрирующие необходимые ресурсы.

Прослеживается ресурсный подход к выявлению сущности категории «инновационный потенциал», но с определенной долей коммерциализации.

Понятие инновационного потенциала выступает концептуальным отражением развития инновационных процессов. В последнее время очень часто обращаются к этому понятию, и оно

¹ Бедников М. А., Хрусталев Е. Ю. Методологические основы исследования механизма инновационного развития в современной экономике // Менеджмент в России и за рубежом. 2007. № 2. С. 3–14.

находит все большее распространение и употребление. Проанализировав различные характеристики данной категории, можно выделить четыре наиболее распространенных подхода к выявлению сущности и содержания категории «инновационный потенциал».

1. Во множестве случаев, рассматривая инновационный потенциал, его отождествляют с одним из аспектов, таким как научный, интеллектуальный, технико-технологический потенциал. Такая трактовка не соответствует полноте раскрытия сущности, требует дополнения и корректировки.

2. Выделяется ресурсный подход, при котором инновационный потенциал рассматривается как упорядоченная совокупность ресурсов, обеспечивающих осуществление инновационной деятельности субъектом рынка. Использование такого подхода при исследовании потенциала не является полным, поскольку в различных условиях хозяйственные ресурсы могут быть использованы по-разному, и в конечном итоге они не выступают гарантией одинаковых экономических результатов¹. Однако ресурсный подход имеет свои положительные стороны: появляется реальная возможность адекватно оценить текущую ситуацию развития инновационных процессов (выделить сильные и слабые стороны) и показать возможность перспективного развития инновационных процессов.

3. Понятие тесно связано с ресурсной составляющей инновационного потенциала и представляет собой совокупность возможностей использования производительной силы ресурса. Происходит двойной подход: с точки зрения содержательной функции, т.е. использованных и неиспользованных (скрытых) ресурсных возможностей, которые могут быть приведены в действие для достижения конечных целей экономических субъектов, и с точки зрения структурной характеристики.

4. Объединение вышерассмотренных позиций позволило определить инновационный потенциал как меру способности и готовности экономического субъекта осуществлять инновационную деятельность. При этом под способностью понимается наличие и сбалансированность структуры компонентов потенциала, а под готовностью – достаточность уровня развития потенциала для формирования инновационно активной экономики².

Обобщение приведенной информации позволяет полагать, что потенциал – это не просто показатель, который характеризует состояние объекта или системы, а категория, которая одновременно отображает сущность и корреляцию множества реальных процессов и явлений. Таким образом, категорию «инновационный потенциал» вполне можно трактовать и как способность системы к трансформации фактического порядка вещей в новое состояние в целях удовлетворения существующих или вновь возникающих потребностей (инициатора, потребителя, региона, рынка и т.п.). При этом эффективное использование инновационного потенциала делает возможным переход от скрытой возможности к новой реальности. Следовательно, инновационный потенциал – это своего рода характеристика способности системы к изменению, улучшению, прогрессу.

Литература:

1. Андрианов Д. С. Сущность и структура инновационного потенциала организации [Электронный ресурс] / Д. С. Андрианов. – Режим доступа: [www. URL: http://www.tisbi.ru/science/vestnik/2006/issue4/Econom2.html](http://www.tisbi.ru/science/vestnik/2006/issue4/Econom2.html) (дата обращения 01.06.2009).

2. Бедников М. А. Методологические основы исследования механизма инновационного развития в современной экономике / М. А. Бедников, Е. Ю. Хрусталева // Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. – № 2. – С. 3–14.

3. Инновационный потенциал: современное состояние и перспективы развития: монография / В. Г. Матвейкин [и др.]. – М. : Машиностроение, 2007. – 284 с.

¹ Москвина О. С. Инновационный потенциал как фактор устойчивого развития региона. URL: http://journal.vscs.ac.ru/php/jou/30/art30_02.php (дата обращения 08.06.2009).

² Там же.

4. Капреева Е. Г. Инновационный потенциал как основа развития региональных инновационных систем / Е. Г. Капреева // Инновационная деятельность. – 2009. – № 1 (6). – С. 29–36.
5. Кокурин Д. И. Инновационная деятельность / Д. И. Кокурин. – М.: Экзамен, 2001. – 575 с.
6. Кравченко С. И. Исследование сущности инновационного потенциала [Электронный ресурс] / С. И. Кравченко, И. С. Кладченко // Научные труды Донецкого национального технического университета. Сер. Экономическая. – 2003. – Вып. № 68. – С. 88–96. – Режим доступа: [www. URL: http://www.masters.donntu.edu.ua/2004/fem/kladchenko/library/kladchenko%20article.htm](http://www.masters.donntu.edu.ua/2004/fem/kladchenko/library/kladchenko%20article.htm) (дата обращения 01.06.2009).
7. Марченко Е. М. К вопросу об оценке инновационного потенциала [Электронный ресурс] / Е. М. Марченко, М. В. Разумова // Экономика региона. – 2007. – № 18. – Режим доступа: [www. URL: http://www.journal.vlsu.ru/index.php?id=1839](http://www.journal.vlsu.ru/index.php?id=1839) (дата обращения 08.06.2009).
8. Мишуров С. С. Основы регионалистики. Иваново, 2003 [Электронный ресурс] / С. С. Мишуров, В. Н. Щуков. – Режим доступа: [www. URL: http://www.gaudeamus.omskcity.com/PDF_library_economic_9.html](http://www.gaudeamus.omskcity.com/PDF_library_economic_9.html) (дата обращения 01.06.2009).
9. Москвина О. С. Инновационный потенциал как фактор устойчивого развития региона [Электронный ресурс] / О. С. Москвина. – Режим доступа: [www. URL: http://journal.vssc.ac.ru/php/jou/30/art30_02.php](http://journal.vssc.ac.ru/php/jou/30/art30_02.php) (дата обращения 08.06.2009).
10. Национальная экономика России: потенциалы, комплексы, экономическая безопасность / В. И. Волков [и др.]; под ред. В. И. Лисова; Федер. служба налоговой полиции РФ; Акад. налоговой полиции. – М.: Экономика, 2000. – 477 с.
11. Сурин А. В. Инновационный менеджмент: учебник / А. В. Сурин, О. П. Молчанова. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 368 с.
12. Шляхто И. В. Оценка инновационного потенциала региона [Электронный ресурс] / И. В. Шляхто. – Режим доступа: [www. URL: http://www.bali.ostu.ru/umc/arhiv/2007/1/Shliyto.doc](http://www.bali.ostu.ru/umc/arhiv/2007/1/Shliyto.doc) DOC-файл (дата обращения 08.06.2009).
13. Щуков В. Н. Экономический потенциал регионов России и эффективность его использования: учеб. пособие [Электронный ресурс] / В. Н. Щуков. – Режим доступа: [www. URL: http://www.gaudeamus.omskcity.com/PDF_library_economic_9.html](http://www.gaudeamus.omskcity.com/PDF_library_economic_9.html) (дата обращения 01.06.2009).

Анищенко Александр Владимирович,
аспирант кафедры экономического анализа и финансов
Волгоградской государственной сельскохозяйственной академии,
эксперт Некоммерческого партнерства
«Палата налоговых консультантов», г. Москва,
e-mail: meon_nauka@mail.ru

Неиспользуемые возможности инвестиционного налогового кредита Unused Possibilities of an Investment Tax Credit

В статье обосновываются возможности инвестиционного налогового кредита для деятельности субъектов малого и среднего бизнеса.

The paper presents the possibilities of an investment tax credit for the activity of subjects of small and medium-sized businesses.

Ключевые слова: прямое финансирование; кредитование малого бизнеса; банковская система.

Keywords: direct financing; small business financing; banking system.

Финансовый кризис серьезно затруднил деятельность субъектов малого и среднего бизнеса. Как показывали опросы, проводимые объединениями

предпринимателей, и подтверждала государственная статистика, потребность в кредитных ресурсах у малого бизнеса была очень велика и до начала финансового кризиса. Уже тогда неудовлетворенная потребность в кредитовании составляла от 75 до 90%.

Государство пыталось решить эту проблему: как за счет прямого финансирования субъектов малого бизнеса, так и за счет косвенного – путем частичного погашения для банков, выдающих кредиты малому бизнесу, суммы начисленных на кредит процентов.

Однако уже тогда прямая поддержка малого бизнеса из средств бюджета настолько дискредитировала себя из-за банального разворовывания выделяемых средств, что прежняя редакция Федерального закона от 14.06.95 № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» была в корне изменена. Поддержка банков, кредитующих малый бизнес, также не оправдала себя в полной мере.

Несмотря на то что кредитование малого бизнеса развивалось ускоренными темпами (например, в 2003–2005 гг. темпы прироста составляли примерно 50%), банки удовлетворяли не более 20–30% потенциального спроса. В кредитных портфелях универсальных российских банков доля заемщиков, отнесенных к субъектам малого предпринимательства, колебалась в пределах 10–25%.

В настоящее время состояние российской банковской системы таково, что кредитование субъектов малого бизнеса происходит только под жестким нажимом государства. При этом основной упор делается на сохранение уже существующих субъектов. О создании новых речь даже не идет.

В этой связи ряд руководителей общероссийских объединений субъектов бизнеса и некоторые депутаты Государственной Думы РФ предлагают полностью освободить малый бизнес на некоторый срок от уплаты всех налогов. На наш взгляд, ничего кроме всплеска создания новых, внешне легальных схем по уходу от уплаты налогов этот шаг не принесет. Кроме того, проблемы с пополнением доходной части государственного и местных бюджетов практически исключают такой вариант развития событий.

Отсюда нам представляется необходимым активировать такой механизм самофинансирования предпринимательской активности, как предоставление инвестиционного налогового кредита (далее – ИНК) малому бизнесу.

Несмотря на то что ИНК относится к главе 9 «Изменение срока уплаты налога и сбора, а также пени» НК РФ, он кардинально отличается от понятий «отсрочки и рассрочки по уплате налогов и сборов».

Принципиальное отличие ИНК от рассрочки или отсрочки по уплате налогов и сборов, а также от банковского кредита заключается в основании его получения и в целях, преследуемых кредитором. Для банковского кредита характерна цель извлечения прибыли банком, для отсрочки и рассрочки по уплате налогов и сборов – недопущения банкротства налогоплательщика.

Для ИНК на текущий момент продекларирована цель поддержки инновационного развития экономики или выполнения организациями ряда важных социально-экономических задач, не имеющих высокой финансовой рентабельности. Число оснований для получения ИНК прямо не ограничено, и решение о предоставлении ИНК принимается уполномоченными органами при рассмотрении каждого конкретного случая отдельно.

При этом заемщики по ИНК, в отличие от случая рассрочки или отсрочки по уплате налогов или сборов, не являются финансово несостоятельными, а государственные органы при предоставлении инвестиционного налогового кредита не ставят своей целью получение финансовой выгоды. Это очевидно, так как процентная ставка по ИНК не может превышать 3/4 ставки рефинансирования Банка России.

Кроме того, ИНК не является разновидностью бюджетного кредита. Бюджетный кредит предоставляется из средств, уже поступивших в бюджет, в то время как инвестиционный налоговый кредит предоставляется за счет средств, находящихся у налогоплательщика. Помимо этого, заключение договора о бюджетном кредите регулируется (с 1 января 2008 г.), гражданским, а не налоговым законодательством. В настоящее время ИНК регулируется ст. 66

и 67 НК РФ. Сейчас право предоставления ИНК имеют налоговые органы, которые, однако, должны согласовывать свои решения с соответствующими финансовыми органами.

У органов региональной государственной власти и органов местного самоуправления есть право предусмотреть в местном законодательстве любые основания для предоставления ИНК организациям на любой срок и под любые проценты, но только по региональным и местным налогам. При этом условия предоставления инвестиционного налогового кредита должны были быть прописаны в местном законодательстве.

Как показал выборочный анализ регионального законодательства наиболее инвестиционно привлекательных регионов, региональное законодательство большинства субъектов РФ в области предоставления ИНК по региональным налогам направлено на поддержку крупных инвестиционных проектов. Особая поддержка субъектов малого бизнеса в данном законодательстве не предусматривается.

Так, региональное законодательство Волгоградской области не предоставляет малому бизнесу возможности финансировать свое развитие за счет средств, полученных в виде ИНК, а предусматривает продолжение прямого финансирования расходов некоторых субъектов малого предпринимательства. При этом необходимо учесть, что финансовый кризис поставил под сомнение эти возможности.

Однако вины самих региональных властей в таком положении вещей немного. Дело в том, что сам действующий механизм предоставления ИНК слабо учитывает особенности малого бизнеса. Получению малыми и средними предприятиями средств на развитие производства в виде ИНК в настоящее время препятствуют следующие обстоятельства.

Во-первых, отсутствие в действующем налоговом законодательстве достаточно четких оснований для его предоставления. Так, в НК РФ не расшифрованы следующие определяющие понятия:

- НИОКР;
- внедренческая деятельность,
- инновационная деятельность,
- особо важный заказ,
- особо важные услуги населению.

Это позволит заранее рассчитать налогоплательщикам вероятность получения ими ИНК, а также снизить количество случаев как необоснованных отказов в предоставлении ИНК, так и его необоснованного предоставления.

По нашему мнению, вышеуказанным понятиям, для целей предоставления ИНК, необходимо дать следующие расшифровки.

НИОКР – это исследования, направленные преимущественно на применение новых знаний для достижения практических целей и решения конкретных задач, а также разработка образца нового изделия, конструкторской документации на него или новой технологии, выполняемые как собственными силами, так и с привлечением подрядных организаций.

Под внедренческой деятельностью следует понимать только изготовление, испытание и реализацию научно-технической продукции, включая изготовление, испытание и реализацию опытных партий, а также создание программных продуктов, систем сбора, обработки и передачи данных, систем распределенных вычислений и оказание услуг по внедрению и обслуживанию таких продуктов и систем.

Под инновационной деятельностью следует понимать комплексную деятельность налогоплательщика по организации прикладных научных исследований, создание опытных образцов и конструкторской документации новых изделий, внедрение их в производство и дальнейшую организацию процесса реализации данной наукоемкой продукции.

Во-вторых, необходимость составлять и согласовывать такой довольно специфический документ, как бизнес-план. Как показывает практика, большинство таких планов составляется формально. Однако стоимость составления бизнес-плана для малого предприятия уже сама по себе может служить основанием для отказа от попытки получить ИНК.

В-третьих, право, предоставленное региональным и местным органам представительной власти по выдаче ИНК, распространяется на налоги, которые не имеют решающего значения для финансирования малого и среднего бизнеса. Как правило, это налог на имущество или налог на землю. В то же самое время эти органы власти не могут предоставить ИНК по специальным налоговым режимам.

В-четвертых, установление бюджетных лимитов на предоставление ИНК существенно снижает шансы малых и средних предприятий на их получение, так как несколько крупных бизнес-структур имеют возможность выбрать весь лимит, заложенный в определенном бюджете на соответствующий год.

По нашему мнению, для того чтобы ИНК в условиях кризиса стал основным способом финансовой помощи для малого и среднего бизнеса со стороны государства и одновременно ослабил нагрузку по оказанию данной помощи на государственный и местные бюджеты, необходимо выполнить следующие рекомендации:

1) предоставить органам региональной власти субъектов РФ возможность предоставлять ИНК в отношении специальных налоговых режимов по вновь образующимся субъектам малого бизнеса и (или) в отношении нового вида деятельности, которым собирается заниматься уже существующий субъект малого бизнеса. Для предотвращения возможных злоупотреблений максимальная сумма ИНК, которая может быть предоставлена в рассматриваемых условиях, должна быть законодательно ограничена для субъектов РФ на федеральном уровне;

2) закрепить в п. 1 ст. 67 НК РФ такое основание для его предоставления, как «предоставление инвестиционного налогового кредита вновь образующимся субъектам малого бизнеса и (или) уже существующим субъектам малого бизнеса на развитие новых видов деятельности»;

3) для получения ИНК субъект малого бизнеса не должен представлять в обязательном порядке залог, поручительство, гарантию и бизнес-план, а также технико-экономическое обоснование;

4) предоставлять ИНК в размере 100% налоговых платежей по специальным налоговым режимам для субъектов малого бизнеса;

5) законодательно закрепить возможность расчета для целей налогового учета процентов, начисленных по ИНК (это необходимо для субъектов малого бизнеса, использующих УСН или налоговую систему в виде ЕСХН);

6) субъекты малого бизнеса, получающие ИНК на развитие нового направления деятельности, должны вести отдельный учет налоговой базы по деятельности, под которую получен указанный кредит, и по остальной деятельности субъекта. Отсутствие такого отдельного учета должно служить основанием для расторжения договора об ИНК.

При этом, по нашему мнению, предоставление ИНК в упрощенном порядке в размере 100% налоговых платежей, исчисленных по специальным налоговым режимам, вновь образующимся субъектам малого бизнеса или уже существующим субъектам малого бизнеса, начинающим заниматься новым видом деятельности, не повлечет за собой бюджетных потерь, так как налоговые поступления от деятельности, под которую будет получен ИНК в рассматриваемых условиях, в состав доходов бюджета и не закладывались.

Кроме того, предоставление ИНК субъектам малого бизнеса вместо прямой финансовой поддержки из бюджета обладает рядом несомненных преимуществ:

– ИНК имеет возможность получить только реально действующий субъект, так как исчисление налогов, по которым предоставляется ИНК, возможно только по результатам деятельности самой организации;

– невозможна единовременная выдача сумм кредита, которые можно перевести в наличную денежную форму и скрыться с ними;

– в отличие от прямой финансовой поддержки малого и среднего бизнеса, государственный бюджет по истечении срока кредита имеет возможность получить не только сумму исчисленных за время действия кредита налогов, но и начисленные на эту сумму проценты;

– фактический размер предоставленного кредита будет прямо зависеть от фактической рентабельности бизнеса.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть первая и вторая : по состоянию на 15 января 2008 г. – М. : Кодекс, 2008. – 656 с.
2. Абрамова Н. В. Изменение срока уплаты налогов / Н. В. Абрамова // Главбух. – 2007. – № 4. – С. 32–38.
3. Гурьяков Л. Право налогоплательщика получать отсрочку, рассрочку, налоговый кредит или инвестиционный налоговый кредит в порядке и на условиях, установленных Налоговым кодексом Российской Федерации / Л. Гурьяков // Финансовая газета. – 2006. – № 50. – С. 5.

Цыганкова Вера Николаевна,
к. э. н., доц. кафедры менеджмента, маркетинга
и организации производства
Волгоградского государственного
технического университета,
e-mail: matveeva2000@mail.ru

Анализ проблем развития российского инновационного предпринимательства Analysis of Development Problems of Russian Innovative Entrepreneurship

В статье рассматриваются факторы, влияющие на развитие российского инновационного предпринимательства, его характеристики, особенности, проблемы.

The article is devoted to factors that influence on progress of Russian innovative entrepreneurship, its characteristics, peculiarities, and problems.

Ключевые слова: инновационная деятельность; предпринимательство.

Keywords: innovation activity; entrepreneurship.

Развитие инновационного предпринимательства в России чрезвычайно важно, поскольку инновационная деятельность характеризуется низким результирующим показателем инновационной активности при значительном научном потенциале. В настоящее время разработку и освоение инноваций осуществляют около 10,6% промышленных предприятий, для сравнения – в США он около 30%¹, поэтому в России постоянно ищутся пути преодоления этого разрыва.

Инновационная деятельность обладает рядом характеристик, отличающих ее от традиционных видов предпринимательства. Например, Ю. В. Перевалов предложил такие²: узкая специализация, быстрая устареваемость, необходимость постоянного развития, высокая рискованность финансовых ресурсов, быстрая распространяемость, разработка и внедрение ноу-хау, развитие при тиражировании, невозможность распространения только с помощью документации.

¹ Концепция государственной инновационной политики Российской Федерации на 2002–2005 годы // Инновации. 2002. № 4. С. 3–10.

² Перевалов Ю. В. Инновационное предпринимательство и проблемы технологического развития // Общество и экономика. 1997. № 7.

И. Б. Гурков выделил следующие характеристики инновационного развития¹:

- чувствительность – способность предвидеть проблемы и возможности и формулировать стратегические ответы для приспособления к изменениям в окружении;
- способность к обучению – свойство, позволяющее организации воспринимать знания из окружения, собственного опыта и истории;
- способность генерировать подходящие к ситуации необычные решения;
- экспериментирование – уровень и способы тестирования новых идей в организации;
- внутренняя коммуникабельность – способность организации распространять релевантную информацию по своим подразделениям;
- готовность к риску – желание организации инвестировать в новые продукты и процессы в условиях неопределенности не от безысходности, а от стремления к совершенству;
- абсорбционность – способность организации контролировать нарушения, вызываемые экспериментированием, изменениями и инновациями;
- задел ресурсов в организации, превосходящий необходимый минимум для достижения организационных результатов;
- космополитичность – открытость и желание воспринимать иной, в том числе зарубежный, опыт.

Процесс новаторства продолжается до тех пор, пока новая комбинация не станет «рутиной», то есть привычной и доступной всем экономическим агентам функцией. При этом предприниматель, продолжая заниматься рутинной, теряет свою новаторскую функцию.

Для успешной инновационной деятельности необходим не только научно-технический потенциал, но и комплекс других факторов, способствующих инновационной деятельности, вместе образующих инновационную систему. Так, Дж. Козмецки выделил следующие²: потребность в инновациях, предвидение конъюнктуры, выбор времени, технологическая выполнимость, профессиональное мастерство, лидерство в данной сфере, наличие финансовых ресурсов, общественная и политическая поддержка, кооперация в частном и общественном секторе, интеллектуальная поддержка инновационной деятельности.

Инновационное предпринимательство требует разнообразных ресурсов, часть из которых нематериальна и характеризует самого предпринимателя, его способности получать информацию, изыскивать ресурсы, оценивать возможности, а часть характеризует существующие институты (общественная и политическая поддержка, охрана интеллектуальной собственности, возможность кооперации), и одной из причин успеха становится способность использовать наиболее удачные сочетания имеющихся ресурсов, умений и возможностей.

Важным обстоятельством, притягивающим внимание предпринимателей к инновациям, является потенциально высокая доходность инновационной деятельности, открытие новых возможностей, но ошибка в определении направления развития может дорого обойтись: многие организации, занимавшиеся инновациями, обанкротились, не реализовав свои планы из-за недостатка ресурсов на исправление финансового состояния, высокой процентной ставки.

Соответственно, сегодня большинство российских предпринимателей не могут осуществить инновационный процесс, так как доходность розничной торговли, операции с ценными бумагами гораздо выше, чем в инновационной деятельности, банки предоставляют кредиты по высоким процентным ставкам на короткий период, да и риски в обычном секторе гораздо ниже.

Другим вопросом, немаловажным для предпринимателей, является то, какая структура рынка наиболее благоприятна для распространения инноваций, играют ли фирмы, обладающие монопольной властью, положительную или отрицательную роль.

С точки зрения Й. Шумпетера, поиск пути долгосрочного развития заставляет фирмы осуществлять инновации, и именно крупные фирмы обладают ресурсами для этих целей.

¹ Гурков И. Б. Инновационное развитие и конкурентоспособность. Очерки развития российских предприятий. М. : ТЕИС, 2003. С. 13.

² Smilor Raymond W., David V. Gibson and George Kozmetsky. Creating the Technopolis: Linking Technology Commercialization and Economic Development, Cambridge, MA: Ballinger, 1988.

В результате осуществления инноваций фирмы обладают защищенным периодом, определяемым патентным законодательством, и получают монопольную прибыль. Стабильное положение монополии уменьшает неопределенность, связанную с чрезмерным соперничеством, в условиях которой стимулы к НИОКР могут подрываться. Кроме того, более интенсивное новаторство возможно в условиях достаточно больших инвестиций, использования эффекта масштаба (экономия на масштабах ведения НИОКР).

Противоположная точка зрения (ее приверженцами являются Э. Мэнсфилд¹, Ф. Шерер², А. Кляйнкнехт³ и др.) основана на неоклассическом подходе, согласно которому монопольная власть приводит к неэффективному распределению общественных ресурсов, что может быть характерно и для рынков с высокой концентрацией, то есть монополия или олигополия приводит к X-неэффективности. Обладание монопольной властью уменьшает стимулы к новаторству, сводя их к получению монопольной прибыли. При этом отмечаются следующие характеристики:

- склонность к нерадикальным нововведениям;
- покупка патентов, связанных с возможностью осуществления нововведения, и использование их в качестве барьеров для входа в отрасль.

Исследование этого вопроса продолжается в основном на статистических материалах Западной Европы. Современные исследователи пришли к следующим выводам: высокая концентрация может стимулировать инновации из-за более предпочтительных условий присвоения результата, но большее конкурентное давление (связанное с низкой концентрацией) может также приводить к интенсивным инновациям. В условиях российской экономики изучение влияния структуры рынка на инновационную активность пока не проводится в том масштабе, как в США и в Западной Европе, тем не менее есть ряд исследований (см. Н. Л. Фролова⁴, Московский Центр Карнеги⁵, И. Б. Гурков⁶). Почти во всех статистических исследованиях в Российской Федерации отмечается, что инновационная активность наблюдается на относительно крупных предприятиях, а малые предприятия не имеют возможности продвинуть свои изобретения на рынок, или их разработки отвергаются крупными предприятиями.

Для того чтобы решить проблему системного поощрения инновационного предпринимательства, в развитых странах реализуют концепцию НИС.

НИС можно определить как «совокупность взаимосвязанных организаций (структур), занятых производством и коммерческой реализацией научных знаний и технологий в пределах страны (мелкие и крупные компании, университеты, государственные лаборатории, технопарки и инкубаторы)»⁷.

НИС включает структуру участников инновационных процессов в их взаимодействии, формы организации прямых и обратных связей между ними, отражает региональные особенности организации инновационных процессов: традиции, опыт, масштабы экономики.

Помимо этого можно выделить другие определения НИС:

1) «система институтов в общественном и частном секторе, чья деятельность и взаимодействия инициируют развитие, заимствуют, модифицируют и распространяют новые технологии» (С. Freeman⁸);

¹ Mansfield E. Determinants of the Speed of Application of New Technology // Science and Technology in Economic Growth // ed. B.R / Williams. New York: Wiley.

² Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков. М. : ИНФРА-М, 1997. 698 с.

³ Kleinknecht A. H. and J. O. N. Reijnen More Evidence on the Undercounting of Small Firm R&D // Research Policy. 1991. V. 20. P. 579–587.

⁴ Фролова Н. Л. Инновационный процесс: потенциал рынка и государства. Микроэкономика нововведений. М. : ТЕИС, 2001. 267 с.

⁵ Козлов К., Соколов Д., Юдаева К. Инновационная активность российских предприятий // Рабочие материалы. 2004. № 5 ; Московский Центр Карнеги. URL: <http://www.carnegie.ru/ru/pubs>.

⁶ Гурков И. Б. Инновационное развитие и конкурентоспособность. Очерки развития российских предприятий. М. : ТЕИС, 2003.

⁷ Иванова Н. И. Национальные инновационные системы. М. : Наука, 2002. С. 25.

⁸ Freeman C. The national system of innovation in historical perspective // Cambridge journal of economics. 1995. № 19.

2) «элементы и взаимосвязи, которые взаимодействуют в производстве, распространении и использовании нового и экономически полезного знания... расположенные внутри или укоренившиеся в пределах границ национального государства» (Lundvall B.-A.¹).

В российских условиях наблюдается отсутствие системы взаимосвязей, которыми характеризуется НИС, отсутствие инновационного общества, которое могло бы выражать интересы участников инновационного процесса. Основными проблемами в этой сфере, на наш взгляд, являются противоречия в интересах основных участников и недостаток необходимых ресурсов.

Так, с точки зрения государственного регулирования инновационной сферы достаточно трудно контролировать инновационную направленность выделяемых средств, налоговых льгот, что может привести к падению налоговых сборов и отсутствию инновационного развития. Также очень часто приобретаемая дорогостоящая инфраструктура (информационные сети, специальное оборудование и т.д.) может использоваться неэффективно при передаче частному сектору.

По мнению предпринимателей, достаточно трудно найти информацию о новых разработках, слишком высоки процентные ставки по кредитам, долгий срок реализации инновационного проекта, трудно выявить новый рынок сбыта, найти контрагентов в сфере инноваций.

С точки зрения научного сектора сложно работать в условиях междисциплинарного инновационного проекта, ограничений по времени и ресурсам, осуществлять быстрый патентный поиск, перерабатывать имеющиеся разработки в соответствии с требованиями рынка до стадии товара, кроме того, много времени уходит на патентование, а также не хватает денег на защиту патентных прав за рубежом.

Таким образом, комплекс нерешенных противоречий постоянно существует и тормозит развитие инновационного предпринимательства, и построение НИС идет крайне медленно. Данную проблему необходимо решать как с сфере предоставления ресурсов, так и на институциональном (законодательном) уровне, а также обучать представителей науки и предпринимательства работать в условиях инновационной экономики.

Мы считаем, что важнейшим условием развития инновационного предпринимательства является соответствие предпринимаемых мер требованиям экономических систем и тенденциям их развития. В том случае, когда эти требования нарушаются, замедляются темпы развития, происходят конфликты между экономическими системами разного уровня, разрывается цепочка участников инновационного процесса и инновационное предпринимательство развивается крайне медленно. Это приводит к падению конкурентоспособности, устареванию имеющейся интеллектуальной собственности, зависимости от зарубежных инновационных разработок.

Литература:

1. Гурков И. Б. Инновационное развитие и конкурентоспособность. Очерки развития российских предприятий / И. Б. Гурков. – М. : ТЕИС, 2003.
2. Иванова Н. И. Национальные инновационные системы / Н. И. Иванова. – М. : Наука, 2002. – С. 25.
3. Козлов К. Инновационная активность российских предприятий [Электронный ресурс] / К. Козлова, Д. Соколов, К. Юдаев // Рабочие материалы.– 2004.– № 5 ; Московский Центр Карнеги. – Режим доступа: [www. URL: http://www.carnegie.ru/ru/pubs](http://www.carnegie.ru/ru/pubs).
4. Концепция государственной инновационной политики Российской Федерации на 2002–2005 годы // Инновации. – 2002. – № 4. – С. 3–10.

¹ Lundvall B. A. National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning. – London : Frances Pinter, 1992.

5. Перевалов Ю. В. Инновационное предпринимательство и проблемы технологического развития / Ю. В. Перевалов // Общество и экономика. – 1997. – № 7.
6. Фролова Н. Л. Инновационный процесс: потенциал рынка и государства. Микроэкономика нововведений / Н. Л. Фролова ; МГУ. – М. : ТЕИС, 2001. – 267 с.
7. Шерер Ф. Структура отраслевых рынков / Ф. Шерер, Д. Росс. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 698 с.
8. Creating the Technopolis: Linking Technology Commercialization & Economic Development. G. Kozmetsky www.ic2.org.
9. Freeman C. The national system of innovation in historical perspective // Cambridge journal of economics. – 1995. – № 19.
10. Kleinknecht A.H. and J.O.N. Reijnen More Evidence on the Undercounting of Small Firm R&D // Research Policy. – 1991. – V. 20. – P. 579–587.
11. Lundvall B. A. National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning. – London : Frances Pinter, 1992.
12. Mansfield E. Determinants of the Speed of Application of New Technology // Science and Technology in Economic Growth // ed. B.R / Williams. New York: Wiley.

МАРКЕТИНГ

Сорокоумов Евгений Игорьевич,
аспирант кафедры фармакологии и биофармации факультета усовершенствования врачей
Волгоградского государственного медицинского университета,
e-mail: Sorokoumov84@mail.ru

Формирование механизма управления лояльностью покупателей аптек Forming of Loyalty Management Mechanism of Pharmacy Customers

В современных условиях развития аптечного бизнеса актуальна задача формирования лояльного покупателя. Механизм управления лояльностью можно представить в виде модели, а покупателей по их характеристикам разделить на 9 групп, где определяющей будет степень лояльности.

In modern conditions of the development of pharmacy business creating loyal customers is an urgent task. Loyalty management mechanism can be presented in the form of a model, and buyers according to their characteristics can be divided into 9 groups, where the degree of loyalty will be significant.

Ключевые слова: программы лояльности; формирование лояльности; механизм управления лояльностью.

Keywords: loyalty programmes; forming loyalty; loyalty management mechanism.

В хозяйственной практике каждого аптечного учреждения в сложившейся конкурентной среде управление лояльностью потребителей представляется одной из наиболее трудных задач.

Несмотря на достаточно большое внимание, уделяемое специалистами в области маркетинговых услуг аптечных учреждений теоретическим и практическим вопросам формирования лояльности покупателей, до настоящего времени многие ее аспекты недостаточно исследованы: не систематизированы факторы, формирующие лояльность к аптечным учреждениям, не исследованы критерии, определяющие степень влияния маркетинга на поведение посетителей аптек. В связи с этим разработка механизма управления лояльностью клиентов является одной из первостепенных проблем для многих аптечных учреждений. В основе многообразных форм и методов формирования лояльности потребителя должен быть положен принцип превышения ожиданий потребителя со стороны аптечного учреждения.

Механизм лояльности потребителя можно представить на основе процессного подхода, учитывая базовые и вспомогательные факторы, обеспечивающие переход потребителя из одной группы в другую на более высокую ступень. Состав элементов, влияющих на лояльность потребителя при входе в аптеку, представлен на рис. 1 (составлено автором).

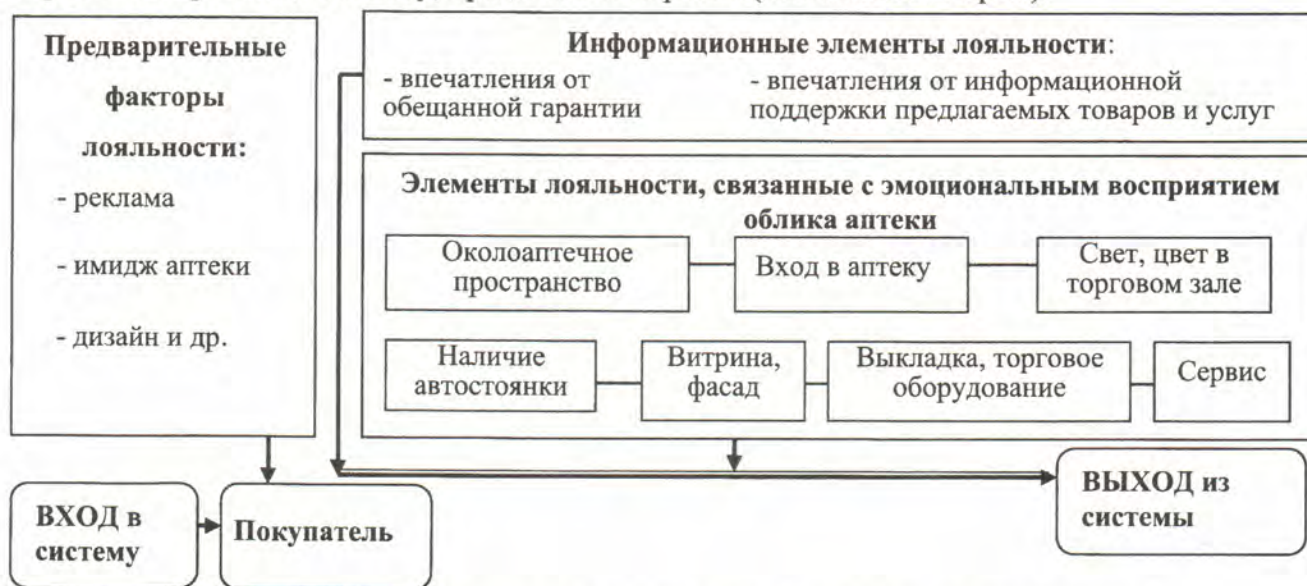


Рис.1. Схема формирования лояльности потребителем при входе в аптеку

Структура мероприятий, оказывающих влияние на увеличение уровня лояльности потребителя при посещении аптеки, представлен в виде модели на рис. 2 (составлено автором).

Особое внимание следует уделять выкладке товаров. Эта операция имеет очень важное значение при принятии решения о покупке, так как позволяет посетителю аптеки не только найти нужный ему товар, но и произвести потребительскую оценку. Но нельзя забывать, что аптеки предлагают очень сложный ассортимент.

Лекарственные препараты, требующие консультации провизора или отпускаемые только по рецепту врача, не следует выкладывать с открытым доступом, а косметические средства или товары личной гигиены, если не будут доступны, вероятнее всего, не будут и проданы. Умение демонстрации товаров должно быть основано на знании основных принципов, правил, способов и приемов выкладки, а также факторов, влияющих на ее эффективность. При демонстрации товаров также необходимо учитывать психологические особенности восприятия потребителями товаров, их упаковку и органолептические свойства.

Для приспособления своей деятельности к особенностям поведения посетителя в аптеках необходимо исходить из установки потребителя и его мотива к тому или иному товару. Наиболее полно отвечают этим требованиям «теория мотивированного выбора» и использование «уровня вовлеченности» покупателя для предсказания его поведения. В аптеке важно знать, какие товары приобретаются после полного осознания проблемы и потребности, а какие – без такого осознания. Осведомленность провизора об уровне информированности посетителя аптеки и источниках получения информации позволяет спрогнозировать то, что может быть продано.



Рис. 2. Схема формирования лояльности потребителя при посещении аптеки

При внутреннем поиске потенциальный покупатель аптек ограничивается анализом соответствующей информации в памяти. При внешнем поиске потребитель может получить информацию из личных источников (друзья, члены семьи и др.). Первый шаг оценки состоит в ограничении круга осведомленности до существенно меньшего набора марок, подлежащих более пристальному рассмотрению. Марки, вошедшие в круг осведомленности, будут проходить через «отсеивающий фильтр». На фактор группировки товаров в аптеке будет влиять и уровень вовлеченности. Он может быть высокий или низкий. Можно предположить, что когда собственный мотив очень силен, отпадает необходимость в поиске предпочтительных зон для его размещения. Для таких товаров подходит определение «товары предварительного выбора», и его размещение оптимально в «зоне адаптации». К этой группе из ассортимента аптек можно отнести медицинское оборудование, лечебную косметику. Еще одна группа, не требующая большой вовлеченности, называется «необходимые товары». «Импульсивные товары» необходимо размещать в «зонах возвращения». Сюда можно отнести средства личной гигиены. Облегчение поиска товаров в залах самообслуживания может быть достигнуто за счет рационального размещения товаров по группам, комплексам и другим признакам.

Информационно-консультативные услуги включают в себя представление информации об ассортименте, производителях, услугах и др.

В аптеках обязательна консультация провизора. Ее относят к дополнительным услугам, хотя для аптек это скорее обязательная, основная услуга. Структура мероприятий, оказывающих влияние на увеличение уровня лояльности потребителя при выходе из аптеки, представлена на рис 3.

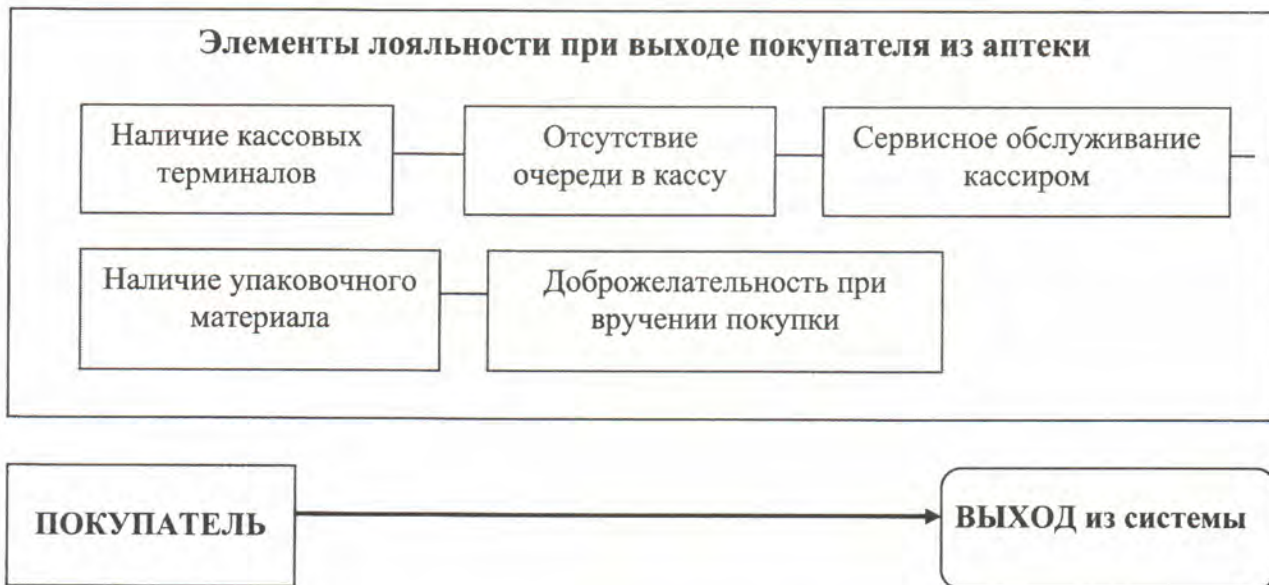


Рис. 3. Схема формирования лояльности потребителя при выходе из аптеки

Источник: составлено автором

Как видно из детализированного о анализа факторов, обеспечивающих формирование лояльности, система мероприятий не может обеспечить полного эффекта формирования лояльности у всех потребителей целевого сегмента.

Для количественной оценки процесса формирования лояльности потребителя необходимо разработать трехуровневую модель, детализирующую поведение покупателя в аптеке с точки зрения уровня лояльности. Для дифференциации посетителей аптеки можно предложить 3 определяющих критерия:

- дату совершения последней покупки;
- общее количество разов покупки;
- общую сумму покупок.

В соответствии с выделенными критериями покупателей можно разбить на 5 групп в зависимости от того, когда покупатель делал покупку.

Затем каждая группа разбивается на подгруппы в зависимости от того, сколько раз покупатель делал покупку.

Каждая подгруппа еще раз разбивается на подгруппы второго уровня в зависимости от суммы покупки.

Общий вид полученной матрицы будет иметь вид, представленный на рис. 4.

В результате из полученных 125 групп можно выделить однородные группы потребителей с одинаковым уровнем лояльности.

Это позволит аптечным учреждениям разрабатывать целевые программы лояльности и управлять ими целенаправленно с учетом границ выбранного сегменты.

Для оценки эффективности созданной системы необходимо знать критерии, позволяющие это сделать. Под критерием эффективности любой системы следует понимать осуществление целеполагания ее функционирования и развития.

Эффективность любой системы (а мы имеем в виду аптечное учреждение или аптечную сеть) в различные периоды времени может характеризоваться различными количественными и качественными показателями. Система показателей, реализующая выбранный критерий, и будет свидетельствовать о том, как в сложившихся условиях выполнялась цель системы.

Разработка механизма управления лояльностью покупателей требует новых подходов к определению критериев ее эффективности.

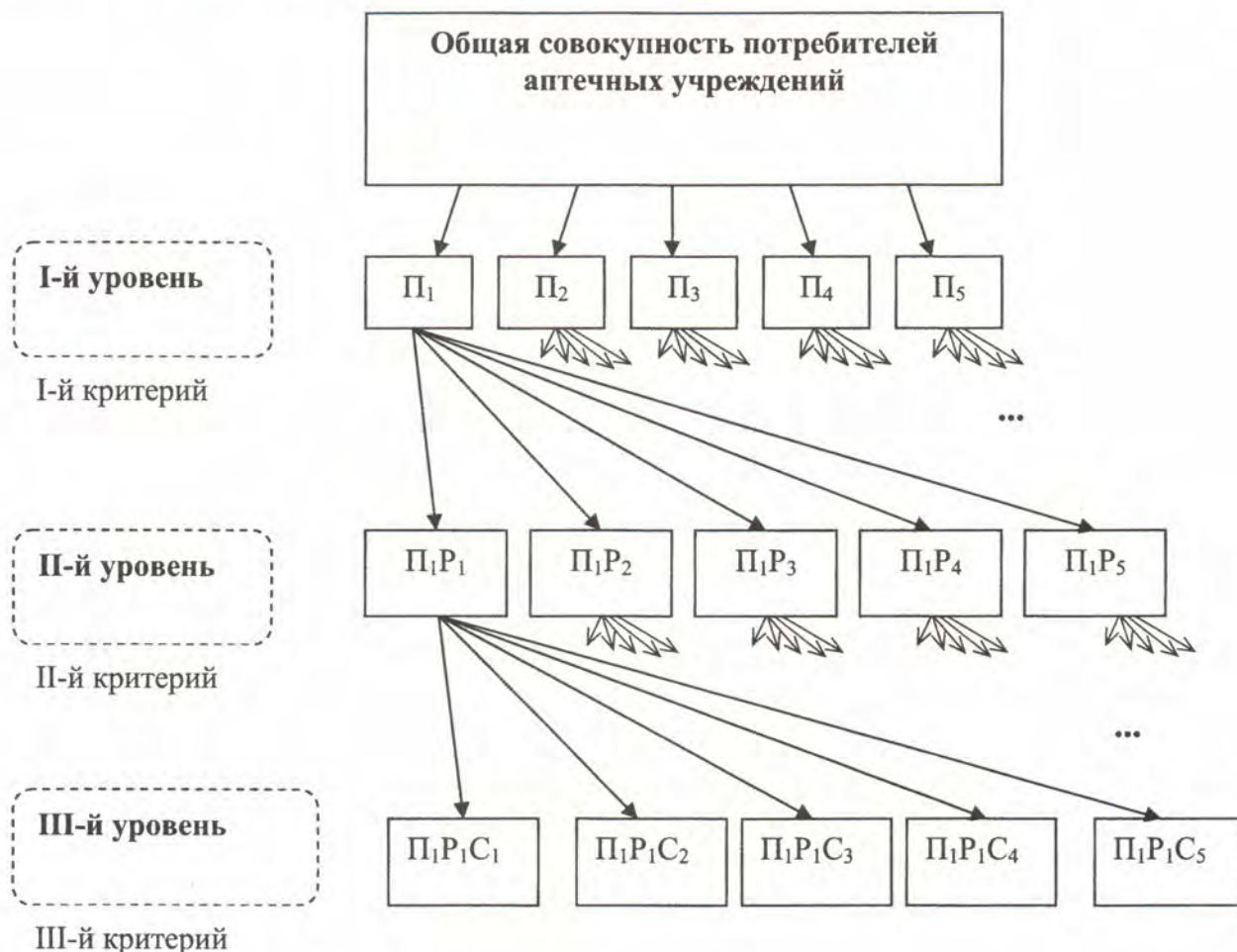


Рис. 4. Трехуровневая модель, детализирующая поведение покупателя в аптеке

Автором предлагается оценить процесс формирования лояльности с точки зрения социальной эффективности аптечного учреждения. Взаимосвязь программ лояльности и

социально-экономической эффективности отражается в том, что лояльные потребители дают основной оборот аптекам.

Можно предположить, что среди потребителей можно выделить тех, кто позитивно относится к программам лояльности и тех, кто нейтрален.

Поэтому будет целесообразно ввести показатель, характеризующий эффективность отклика на программы лояльности (K_o), который можно рассчитать по формуле:

$$K_o = \frac{КП_с \times З}{КП_к \times П}, \text{ где:}$$

$КП_с$ – количество посетителей аптек, участвующих в программах лояльности;

$КП_к$ – количество посетителей аптек, сделавших покупку в результате программы лояльности;

$З$ – затраты на мероприятия по обеспечению лояльности, в расчете на 1 покупателя;

$П$ – прибыль, полученная от продажи товара на одного покупателя.

Разработанная база данных и рассчитанные коэффициенты отклика позволяют проводить более эффективное стимулирование сбыта за счет сокращения затрат на его организацию.

Так, например, узнав отклик (раздельно по ячейкам из 125) ячейки $П_5P_5C_5$ – 20% или $П_1P_1C_1$ – 0,5%, можно спрогнозировать ответную реакцию на определенные мероприятия программы лояльности.

Разработанная модель упрощает проведение мероприятий по повышению статуса потребителя и его переходу из категории более низкой в более высокую: из категории единичной покупки в категорию вторичной покупки, из категории частого потребителя в категорию постоянного потребителя и т.д.

Предложенная формула расчетов может применяться для оценки эффективности рассылки предложений, купонов, при выборе метода ценообразования.

Приведенные предложения позволяют уточнять границы групп покупателей с различной степенью лояльности.

На основе этого можно выделить 9 групп покупателей аптек, которым должны быть адресованы программы лояльности. Их характеристика отражена в табл. 1.

Однородность каждой группы будет определяться факторами, определяющими отношение покупателей данной группы к программе лояльности.

Характеристики каждой группы и факторы, определяющие степень лояльности покупателей, представлены в таблице 1, где обозначена и тактика формирования лояльности на основе маркетинговых приемов.

Таблица 1

Характеристика групп покупателей в зависимости от их готовности к участию в программах лояльности

<i>№</i>	<i>Группа покупателей</i>	<i>Факторы, определяющие отношение покупателей к программам лояльности</i>	<i>Тактика формирования лояльности</i>
1	Покупатели, совершившие покупку 1 раз и не имеющие желания в дальнейшем пользоваться услугами данной аптеки	Неудовлетворенность от 1 покупки	Директ-мейл и др. формы воздействия, направленные на покупателя в целях его возврата
2	Покупатели, совершавшие покупки часто, но не имеющие намерений пользоваться услугами данной аптеки	Неудовлетворенность, смена места жительства, болезнь, появление конкурента более выгодного территориально	Реализация тактики на основе использования телефонных контактов, визитов на дом. Одновременный анализ причин отказа от посещения данного аптечного учреждения
3	Воздержавшиеся или отказавшиеся от посещения данной аптеки, бывшие лояльные покупатели		

4	Покупатели, которые стали воздерживаться от покупок в данной аптеке	Недостаточный настрой на повторную покупку, возможна неудовлетворенность лояльностью персонала или др. причины	Директ-мейл в целях возврата покупателя. Контроль качества обслуживания
5	Покупатели, которые стали редко совершать покупки в данной аптеке	Возможная неудовлетворенность предложения или цен	Выявление причин отказа и разработка мер по устранению причин
6	Покупатели, посетившие и совершившие покупку 1 раз	Существует вероятность, что совершат покупку повторно	Меры по стимулированию повторной покупки
7	Покупатели, часто совершающие покупки в данной аптеке	Достаточная степень удовлетворения	Дальнейшее развитие лояльности к аптеке за счет программ лояльности
8	Покупатели, постоянно совершающие покупки	Высокая степень удовлетворенности	Создание базы данных, индивидуальное фиксирование каждого. Персональный подход к каждому клиенту. Предложение приобрести сопутствующие товары.
9	Покупатели лояльные к данному аптечному учреждению		

В общем виде систему управления лояльностью в аптечных учреждениях можно представить в виде модели на рис. 5.

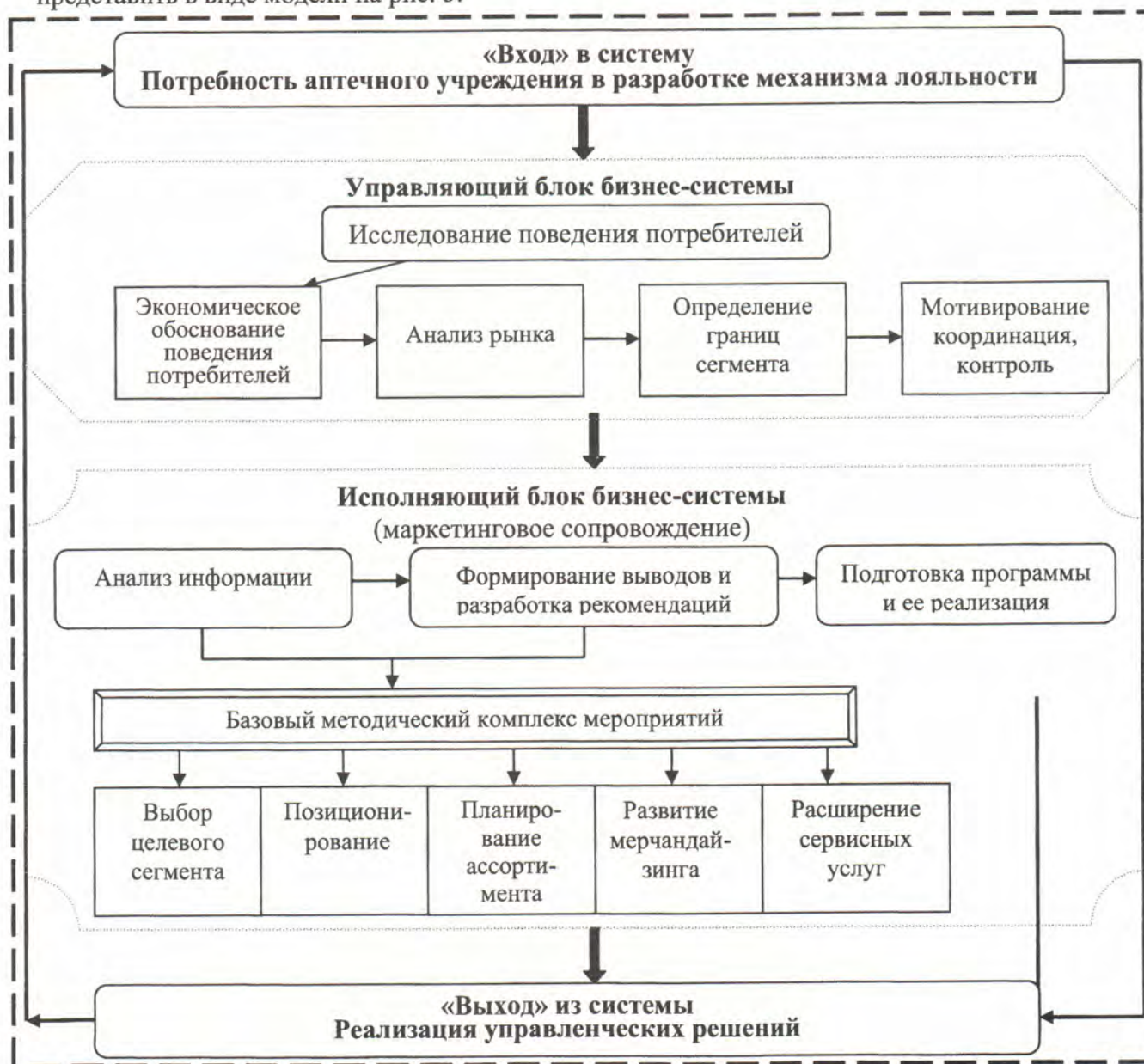


Рис. 5. Система управления лояльностью покупателей в аптечных учреждениях

Но нельзя забывать, что воздействовать на все 100% клиентов нецелесообразно и неэффективно.

К необходимости разработки и внедрения программ лояльности каждое аптечное учреждение должно подходить самостоятельно в зависимости от состояния внешней и внутренней среды и индивидуальных особенностей развития собственного бизнеса.

Литература:

1. Березина Г. Ресурсы увеличения продаж: активный способ воздействия на покупателя / Г. Березина // Новая аптека. – 2007. – Дек. – С. 27–29.
2. Бланшар К. Клиентомания! Как добиться лояльности клиентов в сфере услуг / Кен Бланшар, Джим Баллард, Фред Финг ; пер. с англ. В. В. Первушиной ; науч. ред. Л. Н. Ковалик. – М. : ЭКСМО, 2008. – 208 с.
3. Васин Ю. В. Эффективные программы лояльности / Ю. В. Васин, Л. Г. Лаврентьева, А. В. Самсонов. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – С. 68–69.
4. Власова Н. М. Роман с клиентом: привлечение, ухаживание и удержание / Н. М. Власова. – М. : ЭКСМО, 2008. – 128 с.
5. Влияние качества обслуживания на выручку аптек в условиях конкуренции / А. А. Афанасьев [и др.] // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 3. – С. 80–82.

Кравченко Елена Николаевна,
соискатель кафедры экономики,
ст. преподаватель кафедры экономики
Волгоградского филиала Российского
государственного торгово-экономического
университета,
e-mail: Bylgakoff@mail.ru

Положительный имидж бизнеса как основа его конкурентоспособности **Positive Image of Business as a Basis of its Competitiveness**

Формирование устойчивого положительного имиджа российского бизнеса – это залог его конкурентоспособной деятельности на территории страны и за ее пределами. Ярким доказательством данного утверждения является успех предпринимателей, активно продвигающих свой положительный образ на рынке.

The formation of sustainable positive image of Russian business – is a pledge of its competitive activities inside or outside the country. A striking proof of this assertion is the success of entrepreneurs who actively promote a positive image at the market.

Ключевые слова: конкурентоспособность бизнеса; образ; имидж; предприниматель, потребитель.

Keywords: business competitiveness; image; an entrepreneur; a consumer.

На фоне экономической нестабильности мировой экономики все большую значимость приобретает поиск путей достижения конкурентоспособности страны в целом и ее хозяйствующих субъектов в отдельности. Решающую роль в этом направлении должны сыграть новые технологии ведения бизнеса.

Современные условия информационной экономики требуют от предпринимателей не только доносить информацию о качестве и достоинствах продукта (по средствам рекламы), воздействуя на рациональные мотивы совершения покупки, но и моделировать эмоции потребителя, которыми зачастую они руководствуются, совершая покупку товаров ежедневного пользования.

Не стоит забывать, что конкурентоспособность – понятие многогранное, оно складывается из целого ряда составных частей, которые, дополняя друг друга, обеспечивают стабильное экономическое состояние предприятия.

Для предпринимателей конкурентоспособность определяется грамотной стратегией развития, современным уровнем производственных и организационных технологий, лояльностью персонала к организации, уровнем его компетенции, положительным отношением общественности к поведению фирмы на рынке и многим другим.

По настоящему стабильное экономическое состояние предприятия основано не только на внутренних компонентах его деятельности. Факторы внешней среды, которые учитывает предприниматель при создании стратегии поведения на рынке, могут многократно усилить конкурентную позицию фирмы.

По мнению М. Портера, авторитетного американского ученого по вопросам конкуренции, характер спроса отечественного потребителя, здоровая конкуренция, наличие необходимых ресурсов, родственных и поддерживающих отраслей многократно усиливают позиции фирмы.

Анализ российского предпринимательства позволяет говорить о том, что в большинстве своем все перечисленные компоненты учитываются в деятельности бизнеса, однако характер потребительского спроса рассматривается в большинстве своем только с позиций его экономических составляющих (объем, эластичность и т.п.), а вот психологический аспект этой категории в большинстве своем игнорируется. Данная «недалновидность» обходится очень дорого: предпочтения российских потребителей в большинстве своем ориентированы на иностранных конкурентов, которые не скупаются на позиционирование не только продукта, но и формирования устойчивых положительных эмоций к самой организации. (Для многих россиян образ Санта Клауса с бутылкой «Кока-колы» устойчиво ассоциируется с Новым годом, одним из самых любимых праздников в нашей стране. А потому неудивительно, что рост объемов продаж данного напитка уверенно увеличивается, оставляя далеко позади отечественных производителей безалкогольной продукции).

Российские бизнесмены, которые всерьез занимаются инвестированием не только в повышение качества продукции, но и в связи с общественностью, продвигая на рынок собственный бренд, убедились в высокой эффективности данных мероприятий. Таких примеров достаточно.

«А. Коркунов», создав сегмент рынка конфет премиум-класса, соответствующих национальным предпочтениям, обеспечил себе 11-кратный рост продаж (с 10 млн долларов в 2000 г. до 110 млн долларов в 2005 г.). Помимо качества конфет производители уделили особое внимание формированию своего неповторимого образа. Изначально при создании бренда в его концепцию заложили идею респектабельности, достоинства, спокойствия, возрождения традиций. Существовал даже негласный слоган «А. Коркунов». Возрождение традиций». Этой идее следует и название, и дизайн. Особенностью создания бренда «А. Коркунов» стало то, что в процессе работы над ним не прибегали к услугам рекламных агентств. Все было создано внутри компании, собственными силами.

Фирма «СПСР-Экспресс» превратилась в национального лидера экспресс-почты, потому что стала доставлять ценные отправления даже в маленькие поселки (чего мощные иностранные конкуренты не делали). Стратегия фирмы в данном случае была ориентирована на удовлетворение потребности в безопасности у потребителя – уверенности в том, что, находясь в самом отдаленном уголке нашей страны, люди получают необходимые им отправления. Тем более ценным это является для людей, живущих в поселках, где нет телефонной связи и единственная связь – почта. Потребители оценили усилия фирмы по достоинству, что позволило «СПСР-Экспресс» обеспечить себе 10-кратный рост с 2002 по 2005 гг.

Марка мужской обуви «Ralf Ringer» появилась на рынке осенью 1995 г. и в результате грамотно выбранной стратегии активно наращивала объемы продаж.

Успех «Ralf Ringer» связан с грамотным позиционированием на рынке – они заняли сегмент между дешевой, а потому низкокачественной китайской обувью 80 долларов за пару и

дорогой, так называемой middle Italy (сшитой где угодно, но «контролируемая по наименованию» под итальянскими и немецкими брендами) стоимостью от 200 до 500 долларов за пару.

Доходы российских потребителей позволяют им приобретать хорошую высококачественную обувь, но по доступной цене 80–200 долларов за пару, интересам именно этого сегмента соответствует продукция «Ralf Ringer». Помимо качества, фирма уделила особое внимание позиционированию товара: слоганы «на свете есть более важные вещи» и «комфортная, заботящаяся о ногах обувь» позволили создать эмоциональный образ бренда «Ralf Ringer», основанный на реально важном функциональном преимуществе – комфорте.

Усилия предпринимателей имели эффект, выразившийся в стремительном росте объемов продаж, что позволило увеличить выпуск обуви в 100 раз с 1995 по 2006 г., причем это произошло на фоне фактически умирающего под давлением импорта производства отечественной обуви!

Примеры деятельности этих компаний лишней раз доказывают, что фирма не сможет продать свой продукт или услугу, если в ней нет «изюминки», а вот рассказать о ней и повысить уровень лояльности потребителя она может только посредством активных связей с общественностью, инвестиций в собственный имидж.

Для стабильной деятельности бизнеса необходимо формирование не только деловой стороны имиджа, которая ориентирована в большей степени на экономических контрагентов предприятия, но и создание отраслевой, экологической, технологической, инвестиционной, благотворительной, социальной и других видов сторон, которые в свою очередь создают положительный имидж и репутацию бизнеса в обществе в целом. В экономике нельзя недооценивать значимость предпочтений потребителя, именно они формируют эффективный спрос, без ежегодного прироста которого невозможны развития производства и достижение стабильных темпов экономического роста.

Новый уровень конкурентной борьбы в мировой экономике основан на обязательном учете формальных и неформальных международных институциональных норм и правил (в том числе этических аспектов деятельности бизнеса), реализация комплекса общественных связей как нельзя лучше соответствует этому требованию.

Сама идея общественных связей не нова, но применение данного вида конкурентной борьбы в российских условиях остается на неоправданно низком уровне.

Формирование положительного имиджа и репутации в долгосрочном периоде требует от бизнеса публичного соблюдения требований передовых стандартов в экологической и социальной деятельности. Данное мнение весьма актуально в российских условиях, когда предприниматели ставят цели получения прибыли превыше всего. С подобным подходом к делу, они не могут составить конкуренцию не только на внешнем, но и на внутреннем рынке.

Перспективным поведением в рыночных условиях является выбор предприятием собственной стратегии развития (технологий производства, методов реализации продукции и т.д.), но в полной мере данная стратегия будет реализована в том случае, если фирма выбирает свое специфическое место на рынке – свой узкий сегмент, который до этого никем не был занят, но востребован потребителями. После этого шага важным видится продвижение продукции на рынок, и именно на этом этапе положительное отношение к фирме играет существенную роль в побуждении постоянных и потенциальных клиентов приобретать новый для рынка продукт.

Одно из стратегических направлений развития российского бизнеса и приобретения им конкурентных преимуществ в условиях глобализации рынка и сложной кризисной ситуации видится в создании положительного имиджа. Безусловно, для реализации данного вида стратегии бизнесу необходимо решить целый комплекс задач, в частности организацию всех видов деятельности на высоком функциональном уровне. Ориентация на отечественного потребителя имеет перспективу создания товаров с глубоко индивидуальными, специфическими характеристиками. Жесткие условия конкуренции с отечественными и иностранными производителями заставляют предпринимателя повышать качество и

технологический уровень производимого продукта. Популярность и положительное отношение к бренду компании увеличивает не только объемы продаж, но и привлекательность для инвесторов и потенциальных партнеров.

Комплекс всех перечисленных условий обеспечивает предпринимателю лидерскую позицию на внутреннем рынке и потенциальные возможности для реализации своих экономических интересов за рубежом. Без сильного конкурентоспособного бизнеса России будет сложно занять достойное место в углубляющихся международных экономических связях.

Литература:

1. Результат партнерского проекта с Всемирным банком, осуществленного по заказу и при финансовой поддержке Министерства экономического развития и торговли РФ : доклад ГУ ВШЭ (опубликован с некоторыми сокращениями) // Вопросы экономки. – 2007. – № 3. – С. 3–34.

2. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Е. Портер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 574 с.

3. Шаховская Л. С. Формирование теории и практики общественных связей бизнеса : зарубежный опыт и уроки для России : монография / Л. С. Шаховская, И. Е. Бельских ; ВолГТУ. – Волгоград, 2008. – 176 с.

4. Юданов А. «Быстрые» фирмы и эволюция российской экономики / А. Юданов // Вопросы экономики. – 2007. – № 2. – С. 82–101.

Дасаева Динара Рашидовна,
аспирант кафедры экономики,
документовед управления делами
Волгоградского филиала Российского
государственного торгово-экономического
университета,
e-mail: ddr85@mail.ru

Потребительское поведение: взаимовлияние развития торговли и требований покупателей Consumer Behaviour: Mutual Influence of Trade and Consumers Requirements

В статье исследуются современные тенденции в потребительском поведении применительно к различным группам товаров. Маркетинговый анализ объемов продаж и данных по отдельным группам потребителей приводит автора к выводу о том, что ведущим требованием покупателя становится «индивидуализация» товара, его адаптивность к личностным интересам.

In this article modern tendency in consumer behaviour is examined in different groups of good. Marketing analysis of sales and information concerning individual groups of consumers let the anther come to a conclusion that the main requirement of the consumer is "individualization" of goods, its adaptation to personal interests.

Ключевые слова: потребительское поведение; целевая аудитория; розничные торговые форматы; маркетинговая стратегия; кастомизация.

Keywords: consumer behaviour; target population; retail-trade sizes; marketing strategy; customization.

В условиях интенсивного развития российского розничного рынка изменению подвержены не только торговые предприятия, одновременно трансформируются и потребители, которые, с одной стороны, предъявляют к рознице новые требования, диктуют необходимость развития, а с другой – под ее воздействием меняют собственные предпочтения. Взаимное влияние ритейлеров и потребителей розничных услуг позволяет торговым сетям и производителям потребительских товаров формировать, корректировать и использовать

потребности и привычки покупателей в зависимости от собственного позиционирования и бизнес-задач.

Сегодня в нашей стране современные форматы розничной торговли продовольственными товарами развиваются намного быстрее, чем продовольственная розница в целом. В настоящее время основу оборота продуктового ритейла формируют три основных формата: гипер- и супермаркеты и дискаунтеры. В 2008 г. на долю мягких дискаунтеров пришлось около 43% оборота российских продовольственных сетей, на долю супермаркетов – 30%, гипермаркетов (включая cash & carry) – 27%¹.

Следует подчеркнуть, что с формированием новых каналов розничных продаж меняется и профиль потребителей, что означает для ритейлеров появление новых возможностей для расширения бизнеса. По результатам исследования ACNielsen, для представителей более обеспеченных слоев населения в крупных городах посещение гипермаркетов успело войти в привычку, в то время как для потребителей с более низким уровнем достатка посещение таких магазинов пока может служить развлечением. Покупателей супермаркетов, как правило, раздражает недостаточное количество мест для парковки, касс в торговом зале и свободных тележек для продуктов, плохо организованное полочное пространство, отсутствие бесплатных пакетов на кассе. В результате супермаркет все чаще посещают для «дозакупки», и размер корзины, по оценкам ACNielsen, в среднем почти в три раза меньше, чем в гипермаркете. Примерно четверть опрошенных (26%) совершают покупки в магазинах как современных, так и традиционных форматов².

В регионах, в небольших городах магазины традиционных форматов остаются наиболее привычными для основной массы покупателей. При этом существенное количество покупок осуществляется на открытых рынках, где срабатывает фактор низких цен. Мелкорозничная торговля – киоски и павильоны, обычно располагающиеся рядом со станциями метро и остановками наземного транспорта, – имеют свои преимущества. Они реализуют концепцию экономии времени на покупки для занятых, спешащих покупателей.

В целом можно говорить о том, что на фоне бурного развития сетей, будь то супермаркеты, дискаунтеры или гипермаркеты, происходит постепенное сокращение количества традиционных точек торговли. Безусловно, полностью традиционные магазины вытеснены не будут, останутся небольшие магазинчики, в том числе специализированные, расположенные вблизи от мест проживания покупателей. Но уже сегодня можно наблюдать изменение в предпочтениях покупателями форматов магазинов, которое влияет на изменение их потребительских привычек. Так, представление в супер- и гипермаркетах широкого ассортимента «неосновных» товарных категорий, тех, которые не являются предметами первой необходимости, обусловило соответствующий интерес к ним покупателей и рост продаж.

Следует подчеркнуть, что основные (базовые) категории достаточно стабильны и не имеют ресурса для роста высокими темпами. Тем не менее внутри них происходит перетекание объемов от дешевых к более дорогим и премиальным сегментам. Потребители становятся в большей степени ориентированными на бренды и менее чувствительными к цене. До середины 2008 г. в России набирал оборот премиальный сегмент продовольственной розницы, что было обусловлено ростом доходов населения и увеличением численности состоятельной категории граждан, и составил около 2,5–3,5% от оборота всей продуктовой розницы в России.

Таким образом, российский ритейл сегодня представляет мощную организованную структуру, которая во многом является определяющей в отношении условий контрактов с производителями и логистическими компаниями, устанавливает ценовые диапазоны продуктов, и при этом изменяет стереотипы поведения потребителей. Для большинства компаний характерно использование сложных маркетинговых программ продвижения продуктов, сегментация потребителей по доходам и регионам.

¹ Богданова А. Кластерная любовь // Торговое оборудование. Новости и технологии торговли. URL: <http://torgogrus.ru/research/5/index.html>.

² Две трети жителей крупных российских городов свои покупки регулярно совершают в супермаркетах и универсамах [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://rumetrika.rambler.ru/publ/article_show.html?article=3070.

Текущую стадию развития российского ритейла можно охарактеризовать как стадию зрелости. Она характеризуется таким признаком, как обострение конкуренции, прежде всего, в развитых экономических регионах, причиной которой является замедление роста покупательского спроса, повышение требований к качеству обслуживания, дополнительных услуг. Прибыльность отрасли по мере развития заметно снижается, что вынуждает компании оптимизировать свои структуры, внутренние и внешние бизнес-процессы. Это приводит к активизации сделок слияния и поглощения, снижению издержек, диверсификации бизнеса, появлению первых аутсорсинговых контрактов между крупными ритейл-сетями и поставщиками различных услуг. Активно развиваются франчайзинговые схемы, появляются их новые модификации. Многие компании приходят к мысли о необходимости специализации на типах потребителей, стремятся занять место и развиваться в определенных нишах, что является определяющим для появления новых форматов торговли.

Технологии и инструменты привлечения новых покупателей и удержания уже существующих определяются не только форматом магазинов. Существенные различия есть как между торговыми форматами, так и между отдельно взятыми магазинами одного формата в зависимости от обслуживаемого контингента. Для каждой категории потребителей можно выделить базовый набор инструментов.

Согласно ежегодной сегментации домашних хозяйств, участвующих в исследовании потребительской панели, которую с 2002 г. проводит компания «ГФК-Русь»¹, потребителей можно условно подразделить на несколько кластеров – групп людей со сходным типом мышления, набором жизненных ценностей, предпочтениями, привычками и уровнем дохода.

Высокий потребительский потенциал (покупатели с доходом выше среднего) характерен для кластеров «новаторы», «спонтанные», «стремящиеся вверх». «Новаторы» ориентированы не только на все новое, но также на качество, надежность товаров, заботу о здоровье. Они чаще других пробуют новые продукты, посещают торговые центры. Атмосфера в магазинах для них важнее системы скидок, они лояльно относятся к рекламе и часто покупают рекламируемые товары. К новому тяготеют и «стремящиеся вверх», но в отличие от новаторов представление о новом они получают через рекламу, а престиж товара для них более важен, чем его качество и надежность. «Спонтанные» покупатели не имеют ярко выраженных потребительских предпочтений, поэтому их потребительское поведение импульсивно. Имея наибольшую склонность к спонтанным покупкам, они обращают внимание на специальные предложения любимых марок.

Кластер «реализовавшиеся» также имеет высокий потребительский потенциал (у представителей этой группы большой разброс в уровне доходов, включая высокие доходы). Эти покупатели уже реализовали свои потребительские амбиции и ориентируются на надежность, качество товара, заботу о своем здоровье. Они отдают предпочтение фирменным, но не обязательно дорогим товарам, а также традиционным качественным товарам (последнее отличает их от покупателей кластера «стремящиеся вверх»), не гонятся за новизной, как «новаторы». В магазины «реализовавшиеся» часто ходят со списком товаров и, как правило, не склонны к спонтанным покупкам.

Потребители со средним доходом и ниже среднего составляют кластер «стабильные». Они обращают внимание на качество и надежность товара, но при этом предпочитают товары меньшей стоимости. Как правило, «стабильных» покупателей сложно привлечь только рекламой и новизной товара, они склоняются к известным, проверенным товарам. Потребители с доходом ниже среднего – «традиционалисты» и «экономящие» – обладают невысоким потребительским потенциалом. Это сторонники либо традиционных проверенных товаров, либо товаров по самой низкой цене. Остальные факторы практически не имеют для них значения. По результатам исследования «ГФК-Русь», важной тенденцией последних нескольких лет было неуклонное сокращение кластера «экономящих» и рост «новаторов». Одной из причин

¹ Материалы сайта компании «ГФК-Русь». URL: <http://www.gfk>.

такого перераспределения является улучшение экономической ситуации в стране и рост реальных доходов населения, а также растущий фактор стабильности жизни.

Изменились и предпочтения основного места покупки в зависимости от дохода: семьи с более низким доходом – «экономящие», «традиционалисты» – переключаются с рынков на дискаунтеры, а более высокодоходные – «реализовавшиеся», «стабильные», «стремящиеся вверх» – на супермаркеты, гипермаркеты и cash&carry.

Дискаунтерам и мелким розничным торговым точкам легче всего привлечь и удержать внимание потребителей с доходом ниже среднего. В первую очередь предпочтут магазины, расположенные рядом с местом проживания, потребители, относящиеся к кластерам «традиционалисты» и «экономящие». В привлечении «экономящих» целесообразно помнить о том, что они скорее склонны к спонтанным покупкам. Один из наиболее действенных способов привлечения внимания к отдельным товарам и, следовательно, к универсаму в целом – предложение товара по «шок-цене».

В деле увеличения интереса к дискаунтерам со стороны «спонтанных» потребителей важным фактором успеха остается местоположение магазина. «Спонтанные» предпочтут использовать торговую точку, удобно расположенную около дома или офиса. Однако если в окружении находится несколько равнозначных магазинов, покупатели этой категории будут делать покупки во всех точках в разное время, руководствуясь впечатлениями и эмоциями. В то же время они останутся в числе постоянных посетителей открытых рынков. Дискаунтеры – наиболее предпочтительное место покупки товаров повседневного спроса и для «стабильных» потребителей. В целях привлечения их внимания хорошо работают предложения традиционных товаров. Однако следует помнить, что сформировать лояльность «стабильных» к одному месту очень сложно. Они одновременно пользуются услугами трех-четырех магазинов, а некоторые продукты питания продолжают покупать на рынках.

Крупным торговым сетям проще всего привлечь на свою сторону «стремящихся вверх», «реализовавшихся» и «новаторов». Удерживать среди покупателей магазина «стремящихся вверх» можно, если предлагать им в качестве добавленной стоимости престижность магазина и новые продукты и услуги. Кроме того, «стремящиеся вверх» положительно реагируют на «лучшее предложение по цене», часто руководствуясь этим при выборе магазина для посещения и совершения там покупок в данный момент. Дополнительным фактором удержания лояльности «реализовавшихся» может служить высокий уровень сервиса. Если же перед торговой сетью стоит задача привлечения и удержания внимания «новаторов», имеет смысл, прежде всего, демонстрировать им собственное лидерство по предоставлению и высокого качества обслуживания, и отличного качества продуктов. Привлечение таких покупателей может быть основано на дальнейшем позиционировании ритейлера как сети, предоставляющей качество, сервис, дополнительные услуги (удобная бесплатная автостоянка, прием банковских карточек к оплате), чистоту в магазине и окрестностях и современность оформления в магазине. Чтобы удержать «новаторов», многие супер- и гипермаркеты сегодня регулярно проводят дегустации, акции по пропаганде здорового питания, вводят дополнительные услуги, например, оплату мобильной связи.

Инструменты привлечения внимания потребителей со средним уровнем дохода и ниже среднего, предпочитающих проверенные товары и не склонных к новизне, – специальные предложения по цене и дисконтные программы. Важным условием для удержания таких покупателей является также высокое качество обслуживания и товаров, представленных в ассортименте магазина, грамотная выкладка и умеренные цены. На привлечение в торговую сеть новых покупателей этой категории работает имиджевая реклама, размещенная на внешних носителях, а также распространение листовок и стикеров с интересными ценовыми предложениями¹.

Следует подчеркнуть, что социальная структура российских покупателей становится не только все более сложной, а как бы перемешанной, в том числе и в демографическом, и в

¹ Богданова А. Кластерная любовь // Торговое оборудование. Новости и технологии торговли. URL: <http://torgogrus.ru/research/5/index.html>.

региональном плане. Она становится более динамичной, постоянно меняется. Это, в свою очередь, постоянно порождает новые и новые запросы потребителей как у тех, кто сменил свой социальный статус, так и в рамках той же социальной группы. Само число социальных групп также постоянно возрастает. Все это вместе делает менее эффективными традиционные подходы и методы маркетинга.

Если в индустриальную эру маркетинг ориентировался на массовый спрос, на рынки для массового производства, где все было ясно и определено, было известно, что именно надо производить в данный момент, а конкуренция строилась в основном вокруг цен и издержек производства, то сегодня – в информационную эру – производитель должен выпускать прежде всего то, чего еще нет на рынке, а конкурентоспособность все более определяется способностью фирмы не только радикально обновлять ассортимент выпускаемой продукции или услуг, а ее способностью создавать для себя новый рынок, будь то «ниша» уже сформировавшегося рынка или новая отрасль, новая сфера хозяйственной деятельности¹.

В любой стране интенсивное развитие рыночных процессов постепенно приводит к возникновению и широкому распространению явления, которое Ф. Котлер называет кастомизацией². В наиболее простом случае – это производство уникальных товаров и услуг по индивидуальным заказам с учетом нужд и потребностей отдельных людей или достаточно узких социальных групп населения. При кастомизации потребитель не выбирает товар, а заказывает его. Такой вид потребительского поведения находит все большее распространение и в нашей стране, поскольку естественной психологической реакцией современного человека на изобилие стандартных товаров, производимых на конвейере, является желание обладать чем-то уникальным, чего у других людей не встретишь. Это желание вполне закономерно, объяснимо, и по большому счету оно не зависит от уровня материального достатка, хотя и здесь, без всякого сомнения, наличие необходимых материальных средств оказывается важным условием эффективности потребительского самовыражения. Именно благодаря активности самовыражающихся потребителей в условиях рынка становятся крайне популярными такие виды деятельности по производству товаров и услуг, как строительство жилья по индивидуальным проектам, дизайн интерьеров и ландшафтный дизайн, тюнинг автомобилей и сотовых телефонов, а также тысячи других вещей, наличие которых психологи и социологи связывают с понятием «Образ Я».

Иногда производители и торговцы недооценивают важность завоевания искренних симпатий покупателей. А это один из важнейших элементов стратегии в конкурентной борьбе. Поэтому образ товара должен задумываться заранее, и выводимые на рынок продукты должны быть не просто красиво упакованными и хорошо разрекламированными – они должны быть еще и «умными» – точно позиционированными для конкретной группы покупателей. Такой подход постепенно вытесняет встречающееся ранее «выпустим, а потом разберемся». Для создания образа товара важно учитывать стратегии рыночной сегментации: психографическую – разделение целевой аудитории на группы в соответствии с социально-экономическим положением, образом жизни или индивидуальными характеристиками, и поведенческую – учет образа жизни покупателей, их стиля использования времени и денег. Перефразируя учение Дао, если производитель угадал свой путь (разработал маркетинговый план), он будет встречать лишь незначительные препятствия в своем развитии.

Заметим, кастомизация – тенденция, медленно и неотвратно приходящая к нам с Запада. Подгонка привычного стандартизованного продукта под требования отдельного клиента там обычная практика. Российский бизнес тоже начал осознавать: в современном мире товар принято «подгонять» под клиента. Но пока большинство отечественных компаний плохо понимают, как можно персонализировать свой продукт. Ещё труднее определить, что выгодней – производить типовой товар либо заняться кастомизацией.

¹ Хруцкий В. Е. Новый тип потребителя. URL: <http://www.elitarium.ru>.

² Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: как создать, завоевать и удержать рынок / пер. с англ. В. А. Гольдича, А. И. Оганесовой. М. : Изд-во АСТ, 2001. 272 с.

Сегодня торговым предприятиям приходится работать с все большим количеством продуктов ассортиментной линейки, которые вводятся на рынок очень быстро и имеют очень короткий жизненный цикл. Действительно, йогурты и шоколад, пиво, колбасы, бытовая химия дробятся на десятки разновидностей, чтобы каждый потребитель выбрал продукт по вкусу. У чая Lipton, который выводился на рынок в 90-х гг. XIX в. как массовый, типовой и одноразовый, в этом столетии появилось 26 наименований, в том числе с лепестками бархатцев и добавкой ройбуша. Его российский конкурент Greenfield сразу был сделан с десятком разных фасовок и ароматов. Производитель понял, что выпускать товар нужно «широкозахватной» линейкой, рассчитанной на предпочтения разных людей¹.

На наш взгляд, стоит подчеркнуть, что кастомизация не что-то инновационное, скорее, наоборот, с нее начинался рынок: костюмы и платья шились у портных по индивидуальному заказу, ювелирные изделия, мебель, предметы интерьера и прочее изготавливались непосредственно под клиента. Но, достигнув определенной зрелости, рынок перестроился на другой вид маркетинга, ориентированный на снижение издержек и оптимизацию производства. На время кастомизация оказалась за бортом прогрессивных течений. Сегодня все чаще говорится о ее возвращении.

Покупатели устают от одинаковых товаров и услуг, ждут индивидуального подхода. Современный потребитель мечтает быть личностью и иметь возможность реализовать свои прихоти и капризы. Опыт западных компаний свидетельствует о перспективности кастомизации, однако России положительного опыта пока не достает. Только в мегаполисах сформировалась прослойка потребителей, которую можно считать целевой аудиторией для кастомизированных товаров – они не желают покупать типовые вещи.

Проведенные исследования свидетельствуют, что потребность в продуктах, идеально подогнанных под индивидуальные желания или вкусы, имеет решающее значение там, где речь идет о ежедневных или очень крупных покупках. Например, в автомобильном и компьютерном бизнесе кастомизацию не только поставили на поток, но и сделали дополнительным источником прибыли. Остальные сферы пока довольно настороженно относятся к требованиям индивидуального продукта в непремияльных сегментах. И удачная практика западных фирм для них не показатель. Вместе с тем эксперты уверены: когда покупатели вовлечены в процесс создания товара, например, настраивают определенные опции специально под себя, он приобретает для них дополнительную ценность. На наш взгляд, это объяснимо тем, что владелец такой вещи может дифференцироваться, выделиться, самоактуализоваться.

Кастомизация, безусловно, плюс компании в глазах клиента, и создает ей особый имидж – прогрессивной, модной, ориентированной на потребителя. Покупатель перестает ощущать себя частью толпы и понимает, что к нему относятся как к личности с особыми запросами и собственным характером. Это, конечно же, тешит самолюбие человека и рождает ответные чувства к компании. Собственно, именно взаимности сегодня и добиваются фирмы, вкладывая деньги в продвижение товаров.

Нельзя сказать, что российские производители не реагируют на потребительские настроения и стремление к индивидуальности. Но большинство из них пока делает ставку не на персонализацию, а на расширенный ассортимент, дробят рынок на мелкие сегменты и ниши. При этом кроме вкусовых нюансов принимаются во внимание имиджевые характеристики, когда одинаковый, по сути, товар упаковывается для разных категорий людей по-своему. Например, рынок пива: в одном только молодежном сегменте есть бренды для бунтовщиков («Сокол»), для земных «пацанов» («Клинское»), для независимых и гламурных девушек («Redd's»), для активных и продвинутых («Кулер»), для ориентированных на Запад («Miller») и т.д. Каждый может найти себе бренд, близкий по духу.

Удачным примером кастомизации можно назвать деятельность производителя шоколадной продукции «Конфаэль», развивающего сеть одноименных магазинов. В ассортименте салонов есть типовые сладкие сувениры и обычные наборы к различным

¹ Крюкова Е. Ничего личного: почему наши компании не готовы к кастомизации // Sales business / Продажи. 2008. № 6. URL: <http://www.salespro.ru/2816>.

праздникам и знаменательным событиям. Наряду с ними можно приобрести и полностью персонализированный продукт – например, заказать в шоколаде фигуру любимого человека в полный рост. Художники берутся не только воспроизвести внешнее сходство, но по желанию могут подогнать его формы под голливудские стандарты или «переодеть» в историческую фигуру.

Очевидно, максимальная индивидуализированность подарков – конкурентное преимущество компании. Индивидуальный подход позволяет стать незаменимой компанией, завоевать лояльность и привязать к себе покупателей. Вместе с тем многие эксперты говорят о том, что в отличие от Запада российский бизнес еще не созрел для такой клиентоориентированности. Признавая, что персонализация продуктов – заметный тренд высококонкурентных рынков и категорий в мире, они утверждают, что он мало проявляется у нас. По их мнению, в нашей стране отчетливее тенденция «коробочных» решений. В промышленных масштабах, то есть в масс-маркете, где требуется обеспечить быструю проходимость, или поточность, любая персонализация повышает операционные издержки. Кроме того, нередко производители задаются вопросом: «Зачем кастомизироваться, если и так всё покупают?». У малых предприятий на кастомизацию подчас не хватает ни средств, ни маркетинговых знаний, а крупные озабочены оптимизацией издержек и в силу своих «габаритов» вообще тяжело меняют курс.

В целом проведенные наблюдения позволяют утверждать, что пока максимальная подстройка под клиента в России характерна для премиум-сегмента. Российский бизнес в настоящее время уделяет мало внимания кастомизации. Возможно, ещё недополучена прибыль в поточном производстве, но постепенно участники рынка становятся на этот путь. Бесспорно, дешевле и удобнее производить типовой продукт конвейерным способом. Тем более если речь идет о демократичных сегментах. Однако кастомизация не обязательно затратное мероприятие. Можно найти и недорогие способы подстроить продукт под клиента. Просто они требуют креативного подхода.

Например, некоторые компании при покупке обычного товара вводят дополнительный сервис, который соответствует специфическим запросам клиента. Многие супермаркеты сегодня используют оригинальный способ реализации тортов. Они продают их в нарезку. Это позволяет привлечь не только тех потребителей, которые не желают приобретать сладкий десерт целиком, но и любителей разных вкусов. Последние могут собрать торт из кусочков в соответствии со своими пристрастиями, тем самым доставив удовольствие себе или приятно удивив гостей.

Еще один вариант – кастомизация на уровне внешнего вида, то есть человек сам выбирает дизайн упаковки, форму товара, объем расфасовки, индивидуализированные этикетки (особенно это касается пищевых продуктов). По большому счету придумать и разработать варианты персонализации можно для любого направления деятельности.

Таким образом, проведенный анализ результатов различных исследований предпочтений российского потребителя позволяет утверждать, что современный покупатель привык к цивилизованным магазинам, в которых процесс покупки превратился в комфортное времяпрепровождение, рационально оценивает, адекватна ли цена предлагающихся брендированных товаров их ценности. Повышение уровня искушенности потребителя обуславливает необходимость введения практики индивидуализированного подхода. Использование политики кастомизации предполагает изучение потребителей, их разделение на категории. Причем не по полу, возрасту или уровню дохода, а по особенностям поведения, которое покупатель демонстрирует в ходе посещения магазина.

Литература:

1. Богданова А. Кластерная любовь // Торговое оборудование. Новости и технологии торговли [Электронный ресурс] / А. Богданова. – Режим доступа: [www. URL: http://torgogrus.ru/research/5/index.html](http://torgogrus.ru/research/5/index.html).

2. Войцеховский О. В. Современные форматы торговли продовольственными и промышленными товарами [Электронный ресурс] / О. В. Войцеховский. – Режим доступа: [www. URL: http://RussianRetailSolution](http://RussianRetailSolution).

3. Две трети жителей крупных российских городов свои покупки регулярно совершают в супермаркетах и универсамах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www. URL: http://rumetrika.rambler.ru/publ/article_show.html?article=3070](http://rumetrika.rambler.ru/publ/article_show.html?article=3070).

4. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: как создать, завоевать и удержать рынок / Ф. Котлер ; пер. с англ. В. А. Гольдича, А. И. Оганесовой. – М. : АСТ, 2001. – 272 с.

5. Крюкова Е. Ничего личного: почему наши компании не готовы к кастомизации [Электронный ресурс] / Е. Крюкова // Sales business / Продажи. 2008. – № 6. – Режим доступа: [www. URL: http://www.salespro.ru/2816](http://www.salespro.ru/2816).

6. Хруцкий В. Е. Новый тип потребителя [Электронный ресурс] / В. Е. Хруцкий. – Режим доступа: [www. URL: http:// www.elitarium.ru](http://www.elitarium.ru).

7. Материалы сайта компании «ГфК-Русь» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www. URL: http://www.gfk](http://www.gfk).

Жабина Светлана Борисовна,
к. т. н., доц., руководитель аналитическо-
информационного центра ООО «САП»;
Егорова Татьяна Дмитриевна,
соискатель кафедры производственного
менеджмента и организации предпринимательства
Астраханского государственного технического университета,
руководитель отдела продаж ООО «Трейд.СУ»,
e-mail: knusya@gmail.com

Менеджмент качества как инструмент корпоративной системы управления Quality Management as a Tool of Corporate Governance

Экономические преобразования требуют новых механизмов управления, гарантией конкурентоспособности современных промышленных предприятий является система менеджмента качества. Каждое предприятие независимо от производственных циклов и сфер деятельности должно поэтапно внедрять систему качества, которая должна стать основой корпоративного управления.

Economic transformation requires new governance mechanisms; a guarantee the competitiveness of modern industries is a quality management system. Every enterprise, regardless of the production cycles and activities should implement step by step a quality system, which must become the basis for corporate governance.

Ключевые слова: экономические реформы; менеджмент качества; современное предприятие; фазы менеджмента качества; корпоративный менеджмент

Keywords: economic reforms, quality management, modern enterprise, stages of quality management, corporate management.

В последнее время стало очевидным, что программа экономических реформ в России нуждается в изменениях. Возникла необходимость в новых ориентирах, механизмах, стимулирующих ускорение преобразований. Типовая программа реформы предприятий свидетельствует о начале качественно нового этапа в формировании российской модели экономики. Предприятия многих отраслей все глубже запутываются в собственных проблемах, в силу различных причин не могут провести реструктуризацию производства и собственных финансовых обязательств перед кредиторами, упорядочить бизнес-процессы, привлечь инвесторов. И хотя уровень доходности большинства финансовых рынков снизился и кажется, что денежным потокам уже некуда идти, кроме как в реальный сектор экономики, они туда пока не идут или направляются в недостаточном объеме. Многие российские предприятия не готовы эффективно проводить инновационную политику и осваивать средства инвесторов. Как показывает опыт, к числу ключевых проблем предприятий следует отнести неэффективность системы управления, в их деятельности отсутствует инновационная стратегия, и многие озабочены только тем, как выжить сегодня. И если принять во внимание слабое знание рынка, неэффективность финансового управления, плохое управление издержками и экономический кризис, то становится ясным, что только изменением внешней макроэкономической среды инвесторов не заставишь вкладывать средства в такие предприятия. Еще более их отпугивает отсутствие реальной ответственности руководителей предприятий перед акционерами за последствия принимаемых решений, сохранность и эффективное использование имущества. Таким образом, реформа должна спуститься с макроуровня на уровень конкретного предприятия, предприятиям необходимо проводить реструктуризацию, внедрять и развивать систему менеджмента качества, которая и будет основой его конкурентоспособности.

Отсюда следует, что любое современное предприятие в организации бизнеса должно опираться на концепцию менеджмента качества.

В истории науки о качестве существуют четыре перекрывающиеся и продолжающиеся фазы, которые, в полном соответствии с законами диалектики, развивались под давлением противоречия между внутренними и внешними целями производителя — обеспечением качества выпускаемой продукции и соответственно укреплением положения производителя на рынке (внешняя цель) и повышением эффективности производства, т. е. увеличением прибыли компании (внутренняя цель). Это противоречие на каждой стадии развития производства, рынка и общества имело свою специфику и по-разному разрешалось, при этом ценность продукции по-прежнему воспринималась так же по-разному производителями и потребителями (рис. 1).



Рис. 1. Качество продукции с точки зрения производителя и потребителя

Остановимся подробнее на каждой из фаз:

1. Фаза отбраковки. Основу концепции обеспечения качества этой фазы можно сформулировать так: «Потребитель должен получать только годные изделия, т. е. изделия, соответствующие стандартам. Основные усилия должны быть направлены на то, чтобы негодные изделия (брак) были бы отсечены от потребителя».

Последовательное воплощение в жизнь этой концепции привело уже в 1920-е гг. к тому, что численность контролеров в высокотехнологичных отраслях (авиационная, военная промышленность) стала составлять до 30–40% от численности производственных рабочих, иногда и более. В рамках этой концепции повышение качества всегда сопровождается ростом затрат на его обеспечение, т.е. цели повышения эффективности производства и повышения качества изделий являются противоречивыми (не могут быть достигнуты одновременно).

2. Фаза управления качеством. Сохраняется главная цель – потребитель должен получать только годные изделия, т.е. изделия, соответствующие стандартам. Отбраковка сохраняется как один из важных методов обеспечения качества. Но основные усилия следует сосредоточить на управлении производственными процессами, обеспечивая увеличение процента выхода годных изделий.

3. Фаза менеджмента качества. Данная фаза базировалась уже на совершенствовании не только производственных процессов, но и всей системы в целом, на непосредственном участии высшего руководства компаний в проблемах качества, обучении всех сотрудников компаний сверху донизу основным методам обеспечения качества, на мотивации сотрудников на высококачественный труд. Место концепции недопущения брака к потребителю и увеличения выхода годных изделий заняла концепция «ноль дефектов».

4. Фаза планирования качества. Основой концепции новой фазы стали:

– идея, что большая часть дефектов изделий закладывается на стадии разработки из-за недостаточного качества проектных работ;

– перенос центра тяжести работ по созданию изделия с натуральных испытаний опытных образцов или партий на математическое моделирование свойств изделий, а также моделирование процессов производства изделий, что позволяет обнаружить и устранить конструкторские и технологические дефекты еще до начала стадии производства;

– место концепции «ноль дефектов» заняла концепция «удовлетворенного потребителя»;

– высокое качество необходимо предоставить потребителю за приемлемую цену, которая постоянно снижается, так как конкуренция на рынках очень высока.

В рамках фазы планирования качества удастся практически преодолеть противоречие между качеством и эффективностью производства в его существовавших формах, и новая фаза возникает при проявлении новой формы этого противоречия. Например, требования потребителя, чтобы не только продукция, но и производственный процесс были бы экологичными, т.е. не наносили бы ущерба окружающей среде.

Причин, определяющих необходимость повышения/обеспечения качества, довольно много. Среди них:

– существенное непрерывное возрастание личных, производственных и общественных потребностей;

– возрастание роли и темпов НТП в развитии науки, техники, производства, экономики и всего мирового сообщества;

– усовершенствование услуг, конструкций выпускаемой продукции и повышение значимости выполняемых функций;

– увеличение объемов производства продукции и оказываемых услуг и, как следствие, возможный рост стоимости брака и рекламаций;

– неприятие потребителями продукции и услуг с относительно невысоким уровнем качества;

– ужесточение требований к интенсификации производства и повышению его эффективности как необходимого фактора благополучного существования предприятий.

Наряду с перечисленными причинами необходимо отметить также усиление конкуренции на мировых рынках. Конкуренция является реальностью не только на внешнем рынке, но и в нашей стране. К этому следует добавить, что в настоящее время большая часть основных фондов промышленности России имеет низкий уровень качества, морально устарела и находится фактически на грани полного физического износа. Например, только около 6% основных фондов всех предприятий по своему «возрастному» уровню соответствуют среднестатистическим показателям мирового хозяйства. Поэтому каждая компания уже столкнулась с проблемой поиска конкурентных преимуществ, это особенно актуально для крупных предприятий промышленной сферы.

А поэтому особого внимания требует рассмотрение вопроса взаимосвязи системы управления компанией и менеджмента качества.

Решение задачи создания конкурентоспособной компании требует ответа на четыре вопроса:

1) как следует поступить предприятию, столкнувшемуся с проблемами себестоимости, сбыта, качества, управления и др. (понятно, что эти проблемы взаимосвязаны);

2) каким должен стать менеджмент предприятия (корпоративный менеджмент), поставившего перед собой задачу обеспечения конкурентоспособности;

3) как должны соотноситься друг с другом корпоративный менеджмент и менеджмент качества;

4) почему всеобщий менеджмент качества можно рассматривать как высший этап корпоративного менеджмента?

Ответ на первый вопрос однозначен – нужна реструктуризация, или реформирование. Дело в том, что практически любая компания под воздействием изменений со стороны внешнего хозяйственного окружения сталкивается с необходимостью немедленного и адекватного изменения своих структуры и функций. От того, насколько умело компания проведет эту работу, напрямую зависит ее конкурентоспособность, а следовательно, жизнеспособность. Поэтому реструктуризация сегодня является признанным рыночным инструментом повышения конкурентоспособности предприятий.

Ответ на второй вопрос не столь однозначен: корпоративный менеджмент конкурентоспособного предприятия определяется выработанной по результатам диагностики стратегией развития. Сложность этого процесса состоит, в частности, в том, что изменения в стратегии приводят к возникновению и соответственно к необходимости устранения новых административных, технологических и других проблем. Среди них и необходимость изменения системы менеджмента качества.

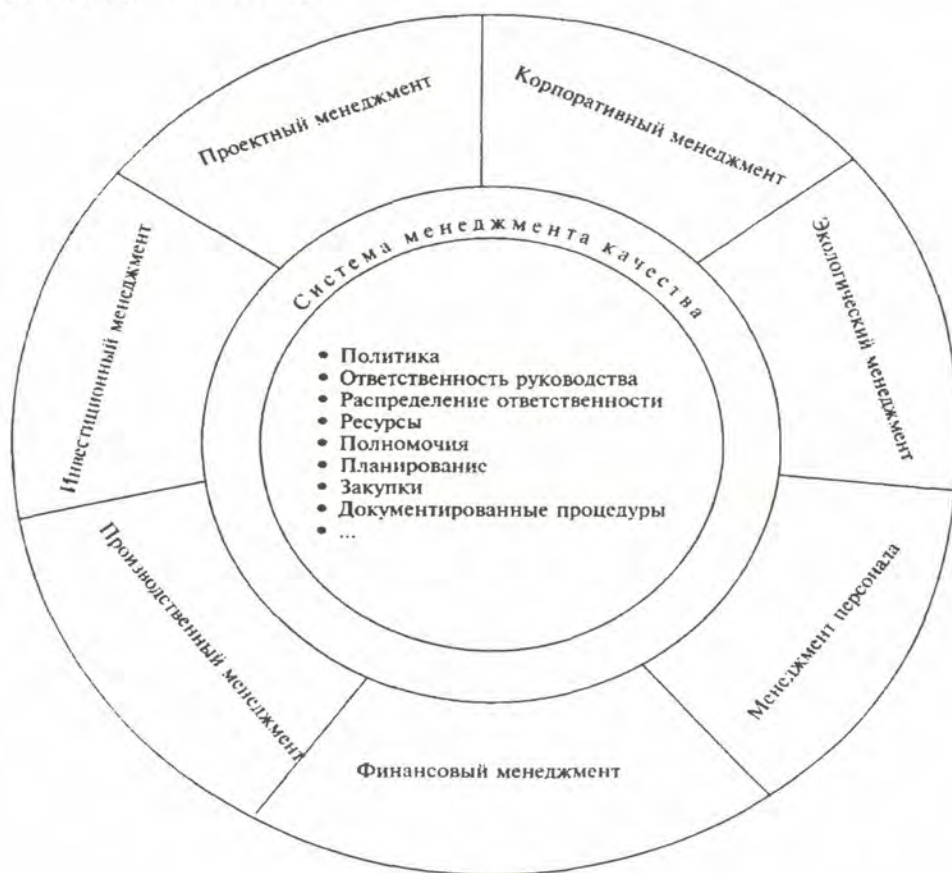


Рис. 2. Структура корпоративного менеджмента

Развитие любой компании происходит на фоне непрерывного усложнения всех основных элементов – организационной структуры, стиля руководства, центра внимания руководства, рынков, систем мотивации, организации работы и др. Следовательно, в результате создания новых стратегий развития и последующего реформирования непрерывно обновляется (и усложняется) модель как корпоративного менеджмента, так и менеджмента качества (далее – МК). Иначе говоря, уровень МК должен соответствовать уровню развития корпоративного менеджмента.

Если начальному этапу развития компании вполне соответствует традиционная система производственного контроля и обеспечения качества, то высший этап развития компании (с присущими ему новациями) неизбежно требует перехода к системе качества.

Отсюда следует, что МК можно рассматривать как один из системообразующих элементов корпоративного менеджмента.

Решив внедрить эффективную систему МК, надо системно проанализировать и при необходимости усовершенствовать все без исключения элементы производственных, управленческих и других подсистем предприятия. Попытки управлять качеством в отрыве от прочих вышеупомянутых аспектов деятельности любой реальной компании обречены на провал: в лучшем случае будет создана «показуха» в духе прошедших времен – продекларировано внедрение новой системы МК, получен тот или иной сертификат соответствия и т.д.

Систему качества следует рассматривать как высший этап развития корпоративного менеджмента: только в компании, достигшей высот в общем управлении, внедрение системы является не только возможным и необходимым, но и эффективным.

Взаимосвязь системы менеджмента качества с другими подсистемами корпоративного управления показана на рис. 2.

Современный менеджмент качества – это менеджмент уже четвертого поколения. Сегодня ни одна фирма, не продвинутая в области менеджмента качества, не может рассчитывать на долгосрочный успех в бизнесе.

Литература:

1. Денисов А. Ю. Экономическое управление предприятием и корпорацией / А. Ю. Денисов, С. А. Жданов. – М. : Дело и Сервис, 2002. – 416 с.
2. Долгопятова Т. Модели и механизмы корпоративного контроля в российской промышленности / Т. Долгопятова // Вопросы экономики. – 2001. – № 5. – С. 46–60.
3. Долгов А. П. Логистический менеджмент фирмы: концепция, методы и модели : учеб. пособие / А. П. Долгов, В. К. Козлов, С. А. Уваров. – СПб : Бизнес-пресса, 2005. – 384 с.
4. Казнадеева Я. В. Корпоративное управление – вопросов больше, чем ответов / Я. В. Казнадеева // Управление компанией. – 2001. – № 6. – С. 27–29.
5. Корпоративное управление в России: есть ли шанс для улучшения // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – № 2. – С. 84–87.
6. Кукура С. П. Теория корпоративного управления / С. П. Кукура. – М. : Экономика, 2004. – 478 с.

ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Мерзликина Галина Степановна,
д. э. н., проф., зав. кафедрой экономики и управления
Волгоградского государственного технического университета;
Сидунов Иван Александрович,
магистр кафедры экономики и финансов предприятий
Волгоградского государственного технического университета,
e-mail:krisis@vstu.ru

Методика оценки конкурентоспособности предпринимательских структур Procedure of Estimation the Competitiveness of Enterprise Structures

Ведение бизнеса в условиях «сжатых рынков» выводит оценку конкурентоспособности предпринимательских структур на первый план. Оценку конкурентоспособности следует проводить по показателям потенциалов в различных областях ведения бизнеса. Система стимулирования кадрового потенциала на предприятие определяет важную часть повышения конкурентоспособности предпринимательской структуры.

Under the conditions of «the compressed markets» business dealing brings an estimation of competitiveness of enterprise structures to the foreground. The competitiveness estimation should be carried out on indicators of potentials in different areas of business dealing. The system of stimulation of personnel potential of the enterprise determines a substantial part of the increase of competitiveness of enterprise structure.

Ключевые слова: конкурентоспособность; предпринимательские структуры; потенциал конкурентоспособности; стратегия.

Keywords: competitiveness; enterprise structures; competitiveness potential; strategy.

Изучение вопросов конкурентоспособности предпринимательских структур позволяет определить основные проблемы регулирования данного процесса:

- не систематизированы факторы повышения конкурентоспособности предпринимательских структур;
- научно не обоснованы и практически не используются все резервы повышения конкурентоспособности предпринимательских структур (например, инновационная система стимулирования, инновационные технологии и т.д.);
- не разработаны методы количественной оценки определения конкурентоспособности;
- недостаточно поддерживает государство развитие малого и среднего бизнеса.

Одной из вышеперечисленных проблем является оценка конкурентоспособности предпринимательских структур. Решением данного вопроса может быть экспертная оценка конкурентоспособности, предусматривающая как анализ воздействия внешней среды хозяйствования, так и оценку собственных внутренних возможностей, что позволяет выявить не только место данной предпринимательской структуры среди конкурентов, но и четко определить, за счет каких составляющих можно повысить конкурентоспособность конкретной предпринимательской структуры, в чем состоят ее сильные и слабые стороны.

Нами были выделены шесть групп показателей, характеризующих основные составляющие конкурентоспособности предпринимательской структуры:

- производственно-технологический потенциал;
- организационно-управленческий потенциал;
- имиджевый потенциал;
- интеллектуальный потенциал;
- финансово-экономический потенциал;
- инновационный потенциал.

В табл. 1 приведен расчет конкурентоспособности предпринимательской структуры.

Расчет конкурентоспособности предпринимательской структуры (ПС)
(составлено автором)

Показатели конкурентоспособности предпринимательской структуры (i)*	Значимость i-го показателя (определяется топ-менеджерами) (di)*	Оценка конкурентоспособности i-той ПСОi			Показатель конкурентоспособности (Ki)		
		Анализируемая ПС	Конку-рент №1	Конку-рент №2	Анализируемая ПС	Конку-рент №1	Конку-рент №2
		O_a	O_1	O_2	$K_a=di*O_a$	$K_1=di*O_1$	$K_2=di*O_2$
1.Производственно-технологический потенциал	0,1	7	8	5	0,7	0,8	0,5
2.Организационно-управленческий Потенциал	0,1	7	6	5	0,7	0,6	0,5
3.Интеллектуальный потенциал	0,1	8	5	4	0,8	0,5	0,4
4.Финансово-экономический Потенциал	0,25	2,5	2,8	1,6	0,8	0,7	0,4
5.Имиджевый Потенциал	0,1	8	7	9	0,8	0,7	0,9
6.Инновационный Потенциал	0,3	2,7	1	1	0,8	0,3	0,3
ИТОГО:	1,0	35,2	29,8	25,6	4,4	3,6	3

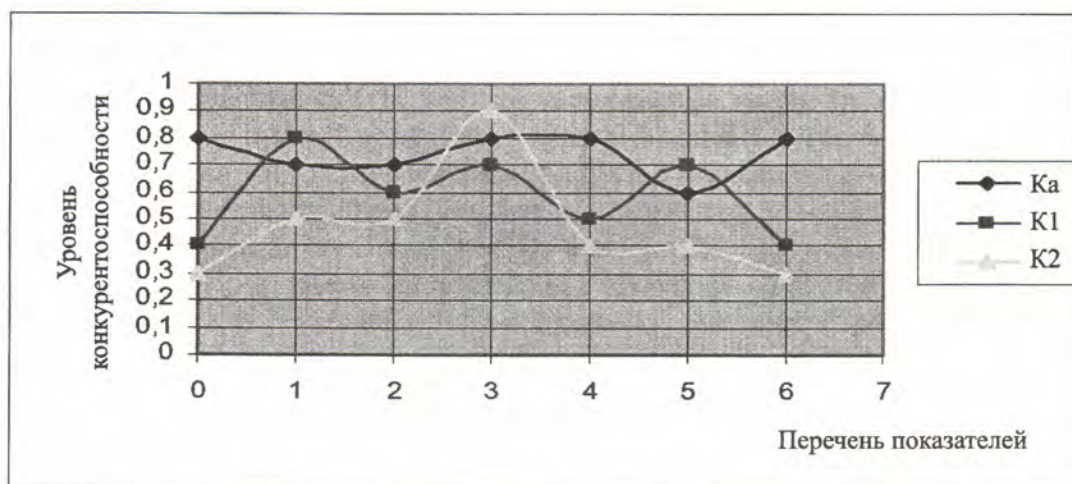
*Перечень «показателей» и «значимость» определяется в зависимости от целей оценки конкурентоспособности предпринимательской структуры.

Динамический анализ результатов деятельности, допустим, трех конкурирующих предпринимательских структур (K_a , K_1 , K_2) приведен на рис.1. Данная диаграмма позволяет выявить текущий уровень их конкурентоспособности на определенном рынке.

Потенциал любой предпринимательской структуры зависит от площади, которая определяется границами данных «частных» потенциалов. Если развернуть данную радиальную диаграмму в виде линейной, то специалистам будут видны «узкие» места или, наоборот, места лидерства в конкуренции.



Рис. 1. Потенциал конкурентоспособности предпринимательской структуры



1 – инновационный потенциал (Ип), 2 – производственно-технологический потенциал (Пт), 3 – организационно-управленческий потенциал (Оу), 4 – имиджевый потенциал (Им), 5 – интеллектуальный потенциал (Ир), 6 – финансово-экономический потенциал (Иф)

Рис. 2. Текущая конкурентоспособность предпринимательских структур

Данная развернутая диаграмма позволяет для предпринимательской структуры наглядно увидеть «узкие» места и места «лидерства» и принять более объективное решение по вектору развития конкурентного потенциала.

Предлагаемая методика оценки уровня конкурентоспособности предпринимательской структуры позволяет выявлять потенциальные точки роста, причем как для аутсайдеров, так и для лидеров конкурентной борьбы. Естественно, рассмотренные методы не отрицают других способов выявления резервов повышения конкурентоспособности.

На основе полученной оценки конкурентоспособности предпринимательской структуры строится матрица приоритетности выбора конкурентной стратегии (рис. 3).



Рис. 3 Матрица стратегий конкурентоспособности предпринимательских структур

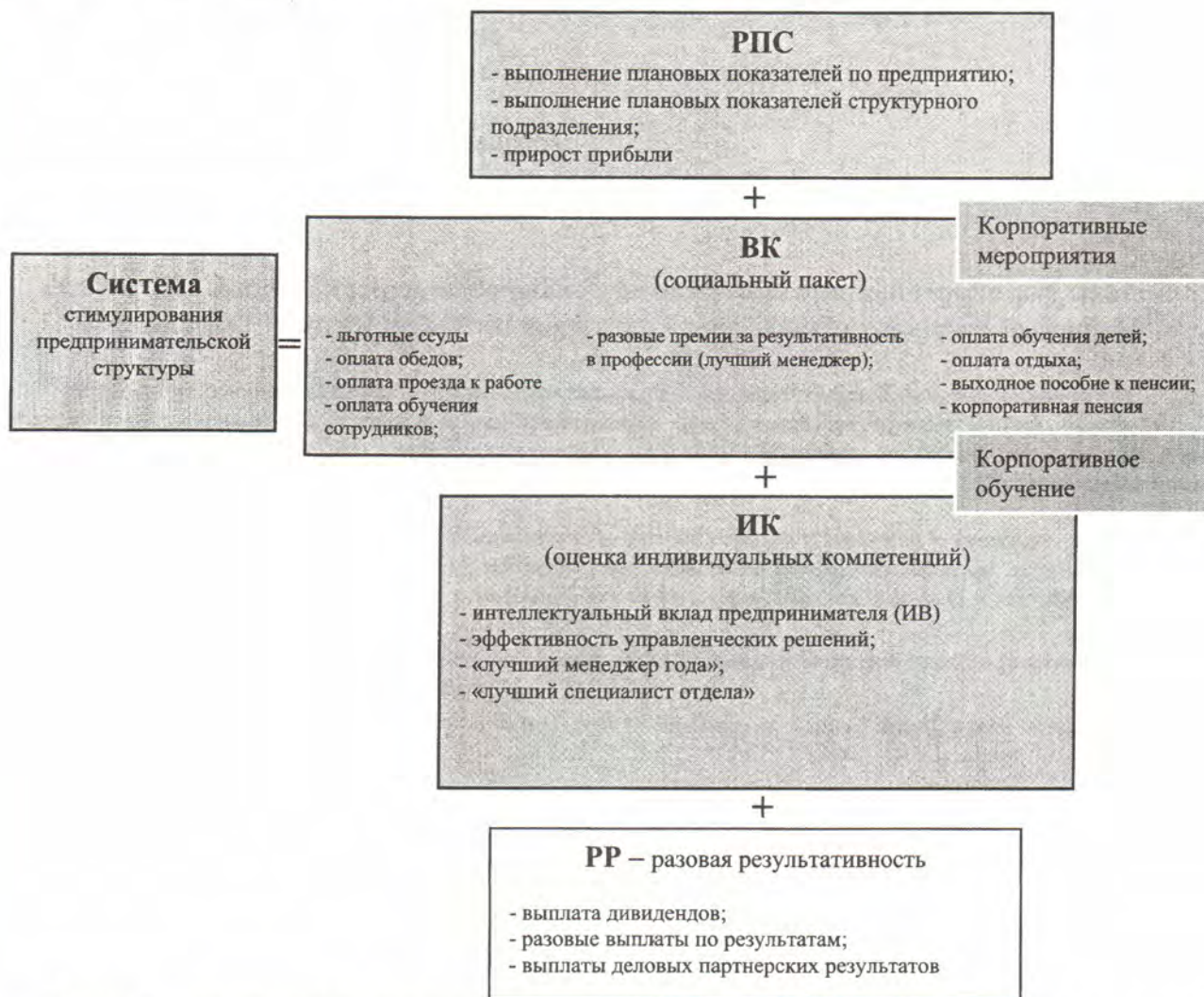
Данная матрица позволяет сформировать рациональные стратегии конкурентной борьбы на рынке. Уровень конкурентоспособности, приведенный нами в матрице, включает и содержательное описание градаций конкурентоспособности, и их численные значения. Для определения данной шкалы в качестве нормативной базы используется вербально-числовая шкала Харрингтона. По горизонтали данной матрицы мы приводим временной период реализации стратегии, который определяет конкретные действия.

В современном обществе основной конкурентный потенциал базируется на интеллектуальном капитале сотрудников фирмы. Для обеспечения себе устойчивой конкурентной позиции необходима постоянная инновационная активность предприятия, направленная на усовершенствование конкурентных преимуществ. Становится более эффективным вкладывать деньги не в традиционные сферы бизнеса, например, в материальные активы, а в креативный бизнес – идеи, благодаря которым фирма сможет создать себе конкурентные преимущества.

При данном типе конкурентного поведения творческие идеи должны быть достаточно оригинальными, отличаться от традиционных подходов к решению насущных проблем и опираться на современные представления экономической науки. Поэтому на первый план в современных условиях выходят предпринимательские инновации (инновации идей) – за счет них фирма может диверсифицироваться в родственную и неродственную отрасли, что даст возможность укрепить общую конкурентоспособность организации за счет распределения различных рисков по разным рынкам и географическим территориям.

С нашей точки зрения, система стимулирования специалистов в предпринимательской структуре должна способствовать развитию индивида как основного источника креативных идей, повышающих конкурентоспособность предприятия. Данная система приведена на рис. 4.

СС = РПС + ВК + ИК + РР + Внутриорганизационная культура



Система стимулирования = Результативность предпринимательской структуры + Внутриорганизационная культура + Индивидуальные компетенции + Разовая результативность + Корпоративные мероприятия

Рис. 4. Система стимулирования специалистов в предпринимательских структурах

Особенность данной системы заключается в том, что, во-первых, материальная составляющая должна учитывать результативность деятельности компании в целом и результативность индивида, во-вторых, моральная составляющая должна быть направлена на индивидуальность и результативность специалиста, и в третьих, внутриорганизационная культура предпринимательской структуры играет такую же роль в системе стимулирования, как и две предыдущие.

Реализация данных мероприятий будет способствовать совершенствованию конкурентоспособности предпринимательской структуры.

Литература:

1. Овчинников С. А. Корпоративные информационные системы для малого бизнеса / С. А. Овчинников // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2009. – № 9.
2. Самаркин С. С. Выбор стратегии в период жизненного цикла предприятия / С. С. Самаркин, И. А. Проскурин // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2009. – № 9.

Сидунова Галина Ивановна,
д. э. н, проф., декан факультета экономики и управления,
зав. кафедрой экономики и менеджмента
Волгоградского государственного педагогического университета;
Широ Мария Станиславовна,
аспирант кафедры экономики и менеджмента
Волгоградского государственного педагогического университета
e-mail:m.shiro@trinvd.ru

Методы формирования имиджа высшего учебного заведения на локальных рынках Methods of Formation of the Higher Educational Institution Image at Local Markets

В условиях современной цивилизации значительно повышается роль образовательных учреждений. В связи с тем, что на данный момент государственные образовательные учреждения используют скорее пропаганду своих услуг, нежели профессиональные PR-технологии, снижение качества и эффективности продвижения услуг организации неизбежно.

Under conditions of a modern civilisation the role of educational institutions is considerably increased. Due to the fact that at present the state educational institutions use promotion of their services rather than professional PR-technologies, a decrease in quality and efficiency promotion of organisation services is inevitable.

Ключевые слова: имидж; имиджегенезис; образовательная услуга; имиджевая идеология.

Keywords: image; Image Genesis; educational service; Trendy Ideology.

Имидж – это образ организации, существующий в сознании людей. Можно даже сказать, что у любой организации существует имидж вне зависимости от того, кто над ним работает и работают ли над ним вообще. В последнем случае он сложится у потребителей стихийно, и нет никакой гарантии, что он будет адекватным и благоприятным для фирмы. Поэтому реально можно выбирать не в плоскости «хочу имидж – не хочу имидж», а между управляемым и неуправляемым имиджем. И формирование благоприятного имиджа для организации – процесс более выгодный и менее трудоемкий, чем исправление спонтанно сформировавшегося неблагоприятного образа.

В данной работе мы определим *имидж* как взаимосвязь между представлением, которое компания хочет создать, и представлением о компании, которое существует у потенциального клиента. Имидж, определенный таким образом, можно представить в виде весов, где оптимум – равновесие. Может перетягивать «чаша компании» – тогда надо существенно вкладываться в формирование своего «лица» и навязывать свой неповторимый облик всем и надолго. Можно оставить все как есть – тогда перевешивает «чаша клиента», и надо лишь поддерживать представление о себе. Это не очень хлопотно и не очень затратно, безусловно, при положительном восприятии клиентом компании. Однако такая политика вряд ли привлечет дополнительное число клиентов к компании, да и многих старых клиентов можно потерять.

Корпоративный имидж вуза – это общее представление, состоящее из набора убеждений и ощущений, которое складывается у потребителей (реальных и потенциальных) образовательных товаров и услуг об учебной организации¹.

Если мы обратимся к различным типам информации, которые используются для формирования имиджа и репутации вуза, то станет ясно, что широко применяемые стратегии его формирования, а именно реклама, корпоративная символика, сами по себе недостаточны для того, чтобы создать вузу хорошую корпоративную репутацию. За последние пять лет

¹ Ахтямов Т. М., Шкардун В. Д. Оценка и формирование корпоративного имиджа предприятия // Маркетинг в России и за рубежом. 2001. № 3.

высшее образование РФ колоссально пострадало от потери репутации. Репутация, которую вуз имеет в глазах людей, является прямым результатом всей его деятельности.

Основные формы создания имиджа вуза



Рис. 1. Основные формы создания имиджа

Источник: составлено авторами

Как мы видим, образовательная услуга является одной из самых многосторонних в вопросе имиджегенезиса. В связи с этим установление эффективности деятельности по формированию положительного отношения к учебному заведению ведется сразу по нескольким параметрам. Известный специалист по связям с общественностью М. В. Томилова¹ приводит следующие компоненты:

1. Имидж образовательной услуги. Содержание: востребованность предлагаемых специальностей, качество преподавания, престижность дипломов, стоимость предоставляемых услуг, возможность трудоустройства по специальности.

2. Имидж профессорско-преподавательского состава. Содержание: внешний облик, социально-демографические характеристики, общий культурный уровень, уровень профессиональной компетентности.

3. Имидж студентов. Содержание: внешний облик, стиль жизни, общий культурный уровень, уровень профессиональных знаний и умений.

4. Имидж руководителя вуза. Содержание: внешний облик, социально-демографические характеристики, общий культурный уровень, психологические характеристики, стиль управления.

5. Визуальные характеристики вуза. Содержание: архитектура, внутренний дизайн помещений, элементы фирменного стиля (символика и т.п.).

¹ Томилова М. В. Модель имиджа организации // Маркетинг в России и за рубежом. 1998. № 1.

6. Внутренние характеристики вуза. Содержание: корпоративная культура организации, социально-психологический климат коллектива.

7. Социальный имидж вуза. Содержание: социальные аспекты деятельности, социально-политическая позиция.

В современной российской действительности соответствие части этих параметров является показателем того, что учебное заведение ведет активную политику по формированию собственного имиджа. В идеале вуз должен ежегодно проводить исследования в целях выяснения соответствия существующего имиджа собственным представлениям о месте учебного заведения на рынке образовательных услуг. Кроме того, необходимо постоянно осуществлять самоконтроль поведения вуза.

К числу постоянных имиджа относятся:

- четкое определение педагогическим коллективом миссии и концепции образовательного учреждения;
- оптимистичный настрой и доброжелательный микроклимат в преподавательском и студенческом коллективах;
- педагогическая, социальная и управленческая компетентность сотрудников;
- сформированный образ руководителя-профессионала, лидера, личности яркой, увлеченной, обладающей неформальным авторитетом, способной вдохновить коллектив на достижение высокой цели;
- эффективная организационная культура вуза, включающая разделяемые всеми нормы, ценности, определенную философию управления, весь спектр взглядов, отношений, определяющих специфику поведения коллектива в целом;
- качество образовательных услуг;
- наличие и функционирование молодежных общественных организаций;
- связи вуза с различными социальными институтами, другими высшими учебными заведениями и т.д.;
- вклад учебного заведения в развитие образовательной подготовки учащихся, патриотическое воспитание, творческих способностей, формирование здорового образа жизни;
- наличие яркой внешней символики.

К числу переменных имиджа можно отнести:

- содержание миссии и приоритеты образовательного учреждения;
- виды образовательных услуг;
- материальную базу образовательного учреждения.

Следовательно, при работе над созданием устойчивого позитивного имиджа вуза необходимо первостепенное значение придавать прежде всего неизменным и постоянным компонентам. На наш взгляд, с позиции управления образовательным учреждением выявленные составляющие условно можно сгруппировать в следующие блоки:

- комфортность образовательной среды (оптимизм, доброжелательность в коллективе и пр.);
- качество образовательных услуг (вклад учебного заведения в развитие образовательной подготовки учащихся, их воспитанности, психических функций, творческих способностей, формирование здорового образа жизни; ясное видение целей образования, сформулированное в миссии образовательного учреждения; связи вуза с различными социальными институтами и т.д.);
- позитивно воспринимаемый стиль вуза (эффективная организационная культура вуза; наличие и функционирование молодежных общественных организаций и т.д.);
- позитивный образ руководителя и персонала образовательного учреждения (педагогическая, социальная и управленческая компетентность сотрудников);
- яркая внешняя атрибутика (наличие внешней символики, ритуалов и пр.).

Существует несколько параметров, из которых формируется популярность вуза: количество вузов, количество специальностей и количество выпускников. Первые два играют важную роль, но динамика выпуска из средних школ позволяет прогнозировать конкурс в вуз. После анализа данных за 4 года мы увидели заметное снижение количество выпускников

11 (12) классов. Это связано с демографической ситуацией (на 1986 и 1987 гг. приходился пик рождаемости). Одновременно количество выпускников вечерних школ с явной нестабильностью идет вверх. Основной причиной является стабилизация экономической обстановки в стране, а вместе с тем, и популяризация среднего специального образования.

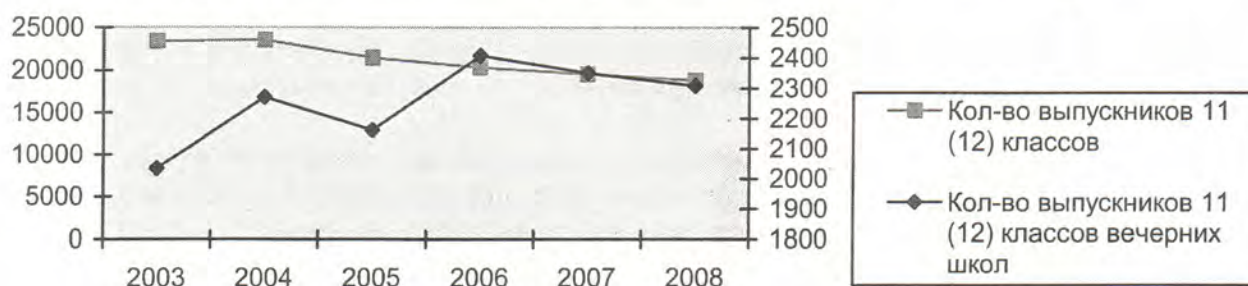


Рис.1. Количество выпускников 11 (12) классов средних школ

Для того чтобы увидеть динамику развития рынка высшего профессионального образования в Волгограде, мы проанализируем данные по поступившим в ВГПИ (ВГПУ) в период с 1987 по 2008 гг.

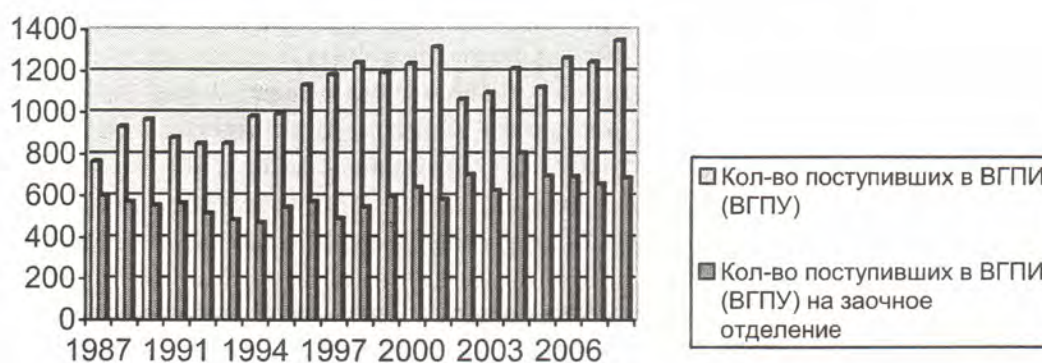


Рис. 2. Динамика поступления в ВГПИ (ВГПУ) на очное отделение 1987–2006 гг.

Эти данные в целом могут быть применены ко всем вузам города, так как ВГПУ является одним из ведущих. Низкий уровень поступающих в конце 80-х можно объяснить демографическим кризисом, связанным с последствиями ВОВ, большая популярность среднего специального образования. Кроме того, крах всей советской системы привел к общей социальной нестабильности. В этот же период появляется большое количество коммерческих вузов, тем самым повышая конкуренцию на рынке. Однако мы видим, что начиная с 1996 г. количество поступивших на очное отделение значительно возросло. Одной из главных причин этого является популяризация высшего образования, открытие новых специальностей в старейших вузах города, а также политика правительства по поддержке государственных вузов. Дальнейшее снижение связано с последствиями демографического кризиса начала 90-х гг. Начиная с 2000 гг., происходит повышение спроса на заочное образование: стали востребованы специалисты с несколькими образованиями, и заочное обучение стало единственной возможностью повысить квалификацию или получить дополнительное образование.

Однако вся деятельность по оценке существующего имиджа опирается на региональную специфику, а именно – выделение специфических интересов населения данного региона. С данной целью было проведено анкетирование школьников старших классов и студентов первого курса Волгоградского государственного педагогического университета (101 человек), в ходе которого были получены следующие результаты.

По показателю «причина поступить в высшее образовательное учреждение» (здесь важно учитывать пол респондентов) 61,5% юношей и 68% девушек ответили, что желают

получить профессию, что опровергает существующий миф о так называемой «очереди за дипломом», связанной с нежеланием молодых людей проходить службу в армии. 18,5% юношей и 28% девушек ответили, что высшее образование – это престижно. Мы видим, что почти треть респондентов выбирает учебное заведение не по уровню преподавания и не по специальности, а по престижности. Формируя имидж учебного заведения, мы не должны забывать и про эту группу, так как она наиболее внушаема средствами массовой информации и своим окружением. 17% юношей честно признались, что пошли учиться в вуз только из-за нежелания служить.

Немаловажно было выяснить факторы, повлиявшие на выбор вуза студентами. Так, 43,5% респондентов ответили, что важнее всего была престижность получаемой профессии. Таким образом, мы получаем ответ на причину понижения конкурса на педагогические специальности. Однако в данном случае абитуриенты и их родители рискуют попасть в ловушку современной экономики, а именно – оказаться на перенасыщенном рынке труда по выпуску из вуза, в то время как другие «менее престижные», по мнению абитуриентов, профессии остаются незаполненными. Для почти трети респондентов (28%) важно государственным или коммерческим является вуз, в который они поступают. Связано это, прежде всего, с тем, что с середины 90-х гг. в России появилось немало негосударственных образовательных учреждений, деятельность которых не подтверждена лицензионными документами, вследствие чего выданные ими дипломы недействительны. На третьем месте по важности (16%) находится фактор престижности вуза. При трудоустройстве работодатель нередко обращает внимание на «имя» вуза, в котором обучался соискатель. Естественно, что при выборе учебного заведения абитуриенты руководствуются негласным рейтингом, который не всегда совпадает с действительным рейтингом Министерства образования, но практически всегда формируется окружением абитуриента. И только после всех этих факторов идет стоимость обучения (10%). Это связано с тем, что сегодня за качественное образование люди готовы платить, к тому же государственная политика кредитования на образование позволяет это делать.

Необходимо учитывать, откуда абитуриенты чаще всего получают информацию об образовательной услуге. Первоисточником для большинства стало непосредственное окружение – родители и друзья (39,2% у юношей и 46,2% у девушек), на втором месте специализированная литература (40,8%), а также другие источники, такие как СМИ, выставки, дни открытых дверей, дни профессиональной ориентации в школе и т.п. (8,7%). Это еще раз доказывает, что немаловажную роль в формировании имиджа учебного заведения в глазах молодых людей играет их окружение, которое ошибочно пренебрегается некоторыми специалистами по связям с общественностью.

И наконец, самой важной информацией о вузе, по мнению респондентов (67,2%), является информация о факультетах и специальностях, и никак не награды и преподавательский состав. На втором месте (26,2%) размер стоимости обучения.

Таблица 2

Данные социологического исследования по выявлению интересов целевой аудитории

<i>Параметр</i>	<i>Процент ответивших на анкету</i>	
	<i>Юноши</i>	<i>Девушки</i>
1. Причина поступить в высшее образовательное учреждение		
А) желание получить профессию	61,5	68
Б) высшее образование – это престижно	18,5	28
В) нежелание служить	17	-
2. Факторы, повлиявшие на выбор вуза		
А) вуз государственный	28	
Б) профессия престижная	43,5	
В) вуз престижен	16	
Г) стоимость обучения	10	

3. Источники информации о вузе		
а) родители и друзья	39,2	46,2
б) специализированная литература		40,8
в) другие источники		8,7
4. Какая информация о вузе больше интересует		
а) информация о факультетах и специальностях		67,2
б) стоимость обучения		26,2

Источник: составлено авторами на основании социологического исследования, проведенного в 2008 г.

Мы видим, что при разработке информационной политики образовательного учреждения необходимо прежде всего ознакомиться с интересами целевой аудитории. Ведь как показали исследования, не всегда мнение специалистов совпадает с потребностями целевой аудитории, а это не всегда соблюдается в ходе маркетинговой деятельности учебных заведений.

Для того чтобы хорошо срабатывали имиджевые регуляторы поведения, руководству вуза важно знать, какие факторы (показатели) и в какой мере способствуют формированию и укреплению имиджа вуза, на какие из них следует обратить особое внимание и когда это сделать. Имидж – эфемерное понятие, а поэтому требуется максимальная адресность в точках приложения усилий ее руководства. Это возможно только в том случае, когда проводится аналитическая работа по выявлению этих факторов, которые затем оцениваются в ранговых или балльных шкалах. Но так как работа вуза динамична, необходимы пролонгированные исследования, связывающие взаимодействие основных показателей имиджа вуза с основными финансовыми и иными показателями. Формирующаяся «имиджевая идеология» вуза опирается на формирование особых «клиентоориентированных» норм поведения персонала вуза и его студентов, которые в случае их возникновения и укоренения в жизни вуза «срабатывают» на достижение вузом его стратегических и тактических целей, в первую очередь на качество предлагаемых вузом образовательных продуктов и услуг.

Литература:

1. Баранник М. А. Маркетинг образовательных услуг : базовые понятия [Электронный ресурс] : интернет-сайт / М. А. Баранник. – Режим доступа: [www. URL: http://www.oaipkro.nm.ru](http://www.oaipkro.nm.ru).
2. Блинов А. О. Имидж организации как фактор ее конкурентоспособности / А. О. Блинов, В. Я. Захаров // Менеджмент в России и за рубежом – 2003. – № 4. – С. 35–44.
3. Горчакова В. Г. Прикладная имиджелогия : учеб. пособие / В. Г. Горчакова. – М. : Академический проект, 2007. – 400 с.
4. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение / Б. Джи. – СПб : Питер, 2000. – 224 с.
5. Кириллина Ю. Маркетинг образовательных услуг / Ю. Кириллина // Высшее образование в России. – 2000. – № 5.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер ; под. ред Е. М. Пеньковой. – СПб : Литера плюс, 1994. – 284 с.
7. Томилова М. В. Модель имиджа организации / М. В. Томилова // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998. – № 1.
8. Панкрухин А. Образовательные услуги: точка зрения маркетолога / А. Панкрухина // Alma mater. – 1997. – № 3.
9. Перельпша Е. Б. Психология имиджа : учеб. пособие / Е. Б. Перельпша. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 223 с.

10. Пищулин С. Современные методы маркетинга в области образования : динамика, перспективы [Электронный ресурс] : интернет-сайт / С. Пищулин. – Режим доступа: [www. URL: http:// www.supermarketing.narod.ru](http://www.supermarketing.narod.ru).
11. Попов Е. Н. Услуги образования и рынок / Е. Н. Попов // Российский экономический журнал. – 1992. – № 6.
12. Почепцов Г. Г. Имидж от фараонов до президентов / Г. Г. Почепцов. – Киев, 1997. – 536 с.
13. Сагинова О. В. Маркетинг образовательных услуг / О. В. Сагинова // Маркетинг в России и за рубежом. – 1999. – № 1.
14. Скрипак Е. И. К вопросу о понятии «образовательная услуга» [Электронный ресурс] : интернет-сайт Кемеровского государственного университета / Е. И. Скрипак. – Режим доступа: [www. URL: http:// www.history.kemsu.ru](http://www.history.kemsu.ru).
15. Об образовании : Федеральный закон в ред. от 13.01.1996 г. // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 1.

Черухин Юрий Васильевич,
к. э. н., ведущий инженер ЦНИС «Газпром»;
Кузнецов Владимир Назарович,
к. т. н., доц. кафедры экономики
и управления дорожным хозяйством
Волгоградского государственного
архитектурно-строительного университета,
начальник нормативно-исследовательской лаборатории
ООО «Газпромтрансгаз Волгоград»,
e-mail: meon_nauka@mail.ru

Определение типовых норм обслуживания при автоматизированном производстве Notion of Typical Service Norms in the Automated Manufacture

В статье освещается определение типовых норм обслуживания при автоматизированном производстве. Рассматриваются условия проектирования типовых норм обслуживания.

It is presented the notion of typical service norms in the automated manufacture. The article deals with the design conditions of typical service norms.

Ключевые слова: типовые нормы; технологические операции; трудовые операции; автоматизация производства.

Keywords: typical norms; process operation; labour operations; production automation.

Автоматизация производственных процессов, параллельное протекание трудовых процессов и работы машины, сокращение времени трудовой операции, необходимой для выполнения технологической операции, создали предпосылки для одновременного обслуживания рабочим нескольких машин (станков), объединенных в одну зону обслуживания.

Многомашинное (многостаночное) обслуживание – это обслуживание одним или группой рабочих нескольких машин (агрегатов, аппаратов, станков и др. оборудования), при котором машинно-свободное время используется для выполнения ручных работ на других машинах (агрегатах, аппаратах, станках и др. оборудовании).

С автоматизацией производства производственный процесс разделяется на относительно обособленные друг от друга технологические (машинно-автоматические) и трудовые операции. Технологические операции в этом случае могут выполняться последовательно, параллельно и параллельно-последовательно, а трудовые только последовательно. В результате совместного выполнения технологической и трудовой операции реализуется заданный производственный процесс, который выполняется одним

или группой рабочих на одном рабочем месте при работе на одном или нескольких видах машин (агрегатов, аппаратов, станков и др. оборудования).

Структуру технологической и трудовой операций в автоматизированном производстве можно представить в следующем виде (рис. 1).

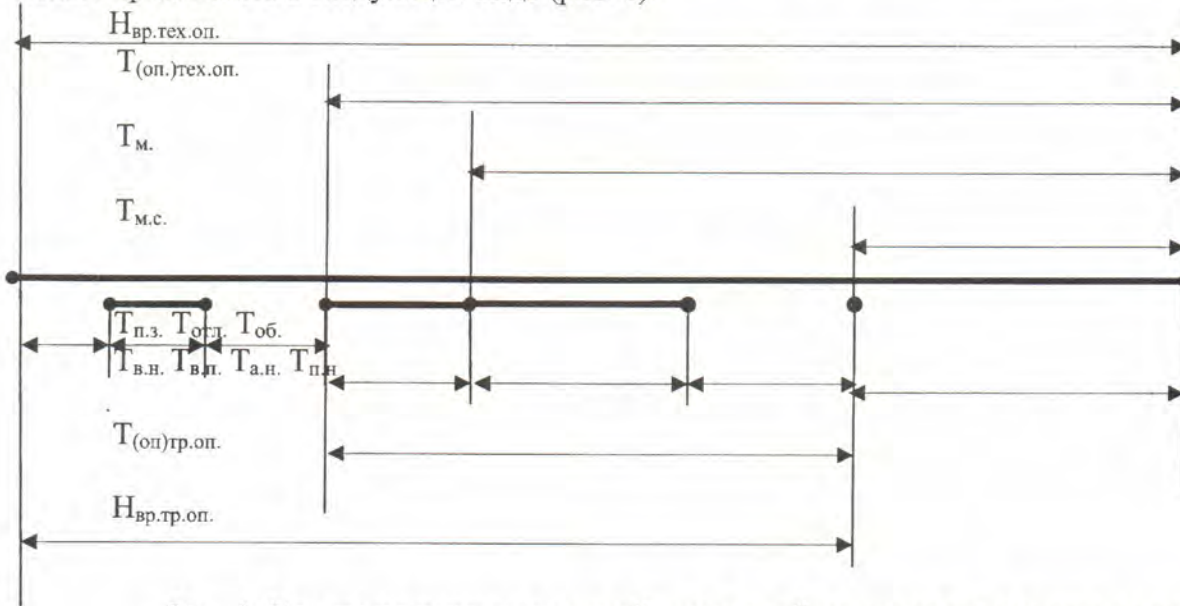


Рис. 1. Структура технологической и трудовой операции в автоматизированном производстве

Условные обозначения:

$H_{вр.тех.оп.}$, $H_{вр.тр.оп.}$ – норма времени выполнения технологической и трудовой операции соответственно;

$T_{(оп.)тех.оп.}$, $T_{(оп.)тр.оп.}$ – оперативное время выполнения технологической и трудовой операции соответственно;

$T_м.$ – машинное время, в течение которого происходит непосредственные изменения формы, размеров предмета труда и т.д.;

$T_{м.с.}$ – машинно-свободное время, в течение которого происходит работа машины без трудового участия рабочего;

$T_{в.н.}$, $T_{в.п.}$ – вспомогательное время, соответственно неперекрываемое и перекрываемое машинным временем;

$T_{а.н.}$ – время активного наблюдения рабочего;

$T_{п.п.}$ – время пассивного наблюдения рабочего;

$T_{об.}$ – время обслуживания рабочего места рабочим;

$T_{отл.}$ – время на отдых и личные надобности рабочего;

$T_{п.з.}$ – подготовительно-заключительное время рабочего.

Время пассивного наблюдения может отсутствовать в трудовом процессе в том случае, если работник в это время будет занят трудовой операцией на другой машине.

Исходными данными для определения типовых норм обслуживания во всех случаях являются значения машинно-свободного времени и времени выполнения трудовой операции при обслуживании рабочим одной машины.

Для периодических (дискретных) производственных (технологических) процессов типовая норма (норматив) обслуживания ($H_{робщ}$) определяется следующим образом:

– при обслуживании машин с одинаковой длительностью выполнения трудовых и технологических операций:

$$H_{робщ} = \frac{T_{(оп.)тех.оп.}}{T_{(оп.)тр.оп.}},$$

где $T_{(оп.)тех.оп.}$ – оперативное время (продолжительность) технологической операции обслуживаемого оборудования;

$T_{(оп.)тр.оп.}$ – оперативное время (продолжительность) трудовой операции, осуществляемой для выполнении технологической операции (при обслуживании машин).

– при обслуживании машин с различной длительностью выполнения трудовых и технологических операций:

$$H_{р\text{обс}} = \frac{\overline{T_{(оп.)\text{тех.оп}}}}{\overline{T_{(оп.)\text{тр.оп}}}},$$

где $\overline{T_{(оп.)\text{тех.оп.}}}$ – средневзвешенное значение оперативного времени (продолжительности) технологических операций, выполняемых на машинах, которые могут использоваться в многостаночном обслуживании, час/технологическую операцию;

$\overline{T_{(оп.)\text{тр.оп.}}}$ – средневзвешенное значение оперативного времени (продолжительности) трудовых операций, осуществляемых для выполнения технологических операций (при работе на машинах), час/трудоу операцию.

В данном случае в технологической и трудовой операциях учитываются только затраты времени в период циклической работы. Поэтому в него не должно входить время выполнения тех трудовых элементов, которые выполняются в течение смены вне цикла (подготовительно-заключительное время, время обслуживания рабочего места и т.д.).

Структуру технологических и трудовых операций в условиях многостаночной работы можно представить в следующем виде (см. рис. 2).

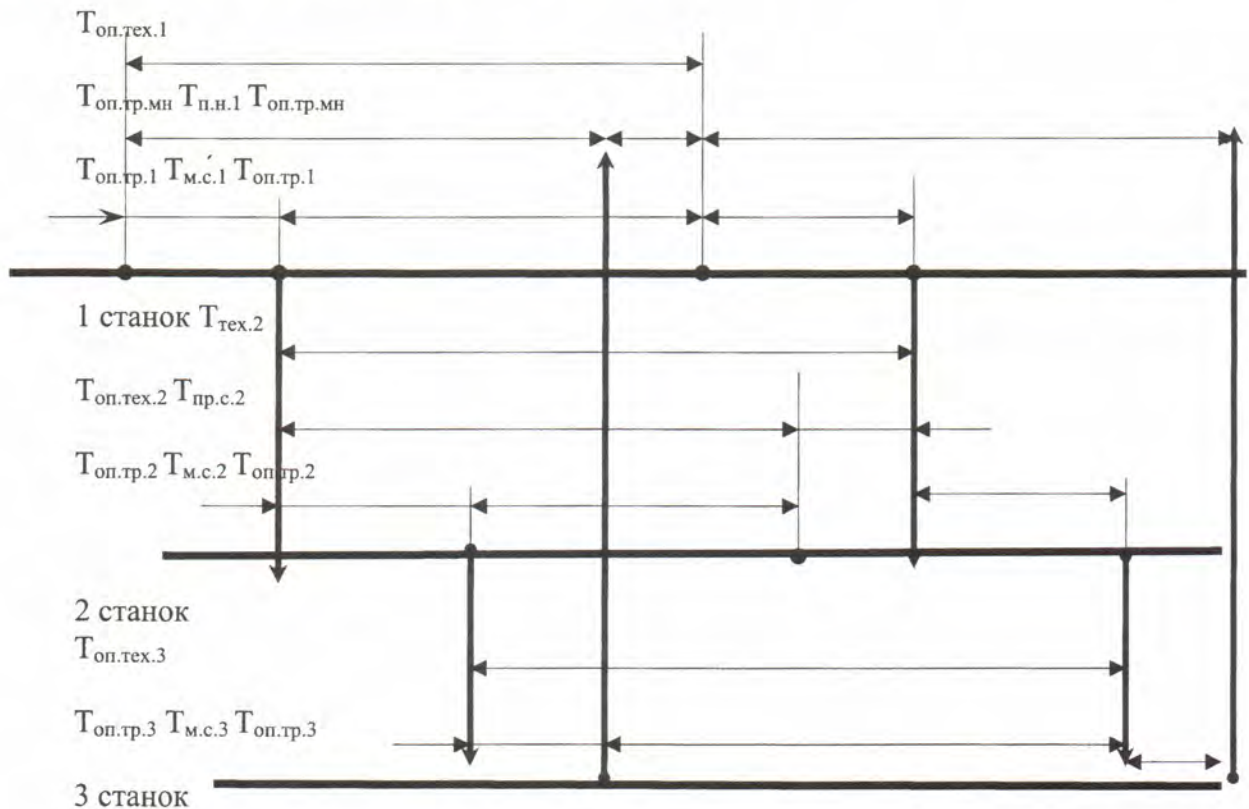


Рис. 2. Структура технологических и трудовых операций в условиях многостаночной работы

Условные обозначения:

$T_{оп.тр.1, 2, 3}$ – оперативное время выполнения трудовой операции на каждом станке при выполнении каждой технологической операции на одном из станков;

$T_{оп.тр.мн.}$ – оперативное время выполнения трудовых операций по обслуживанию трех станков;

$T_{оп.тех.1, 2, 3}$ – оперативное время выполнения технологической операции на каждом станке;

$T_{тех.2}$ – время выполнения (длительность) технологической операции на 2-м станке;

$T_{м.с.1,2,3}$ – машинно-свободное время соответственно 1, 2 и 3-го станка;
 $T_{п.н.1}$ – время пассивного наблюдения рабочего;
 $T_{пр.с.2}$ – время перерыва в работе станка

В этом случае время выполнения трудовой операции на многостаночном рабочем месте ($T_{оп.тр.мн.}$) представляет из себя сумму времени по выполнению трудовой операций ($T_{оп.тр.}$) на каждом станке ($T_{оп.тр.мн.} = \sum T_{оп.тр.}$). При этом на каждом из трех станков длительность технологической операции больше длительности трудовой операции ($T_{оп.тех.} > T_{оп.тр.}$). В свою очередь $T_{оп.тр.мн.} < T_{оп.тех.1}$. В общем случае в зависимости от соотношений $T_{оп.тех.}$ и $T_{оп.тр.}$ определяется норма обслуживания для условий многостаночной работы. В зависимости от $T_{оп.тех.}$ и $T_{оп.тр.}$ на каждом станке, количества станков и системы обслуживания на многостаночном рабочем месте значение $T_{оп.тр.мн.}$ может быть больше, меньше или равно $T_{оп.тех.}$ на каждом станке. Выработка с каждого станка в условиях многостаночной работы рассчитывается в зависимости от длительности технологической операции, выполняемой на каждом станке, а не от времени выполнения трудовой операции.

В непрерывных производственных (технологических) процессах при условии обслуживания однотипного оборудования типовая норма (норматив) обслуживания определяется следующим образом:

– при равенстве времени выполнения трудовых операций:

$$H_{р.обс} = \frac{\Phi_{н.тип.см}}{H_{вр.тр.оп}}$$

где $\Phi_{н.тип.см}$ – норма рабочего времени в смену, принятая для типовых организационно-технических условий (включая типовые режимы труда и отдыха), сложившихся в организациях ОАО «Газпром», час.;

$H_{вр.тр.оп}$ – норма времени (продолжительности) трудовой операции по обслуживанию одной машины (единицы производственной площади), рабочего места и т.д., включающая все категории затрат рабочего времени;

– при неодинаковой продолжительности времени выполнения трудовых операций:

$$H_{р.обс} = \frac{\Phi_{н.тип.см}}{\overline{H_{вр.тр.оп}}}$$

где $\overline{H_{вр.тр.оп}}$ – средняя норма времени (продолжительности) трудовой операции по обслуживанию одной машины из тех машин, на которые устанавливается норма обслуживания, включающая все категории затрат рабочего времени.

Нормы времени (продолжительности) технологической и трудовой операций следует определять аналитически-расчетным или аналитически-исследовательским методами. Для этого необходимо выделить из работ по непосредственному обслуживанию одной машины регулярно повторяющиеся трудовые операции, время выполнения которых может быть установлено по нормативам или путем наблюдений.

Норма времени на эти трудовые операции устанавливается путем проведения фотохронометражных наблюдений входящих в ее состав трудовых приемов и анализа результатов наблюдений. Время выполнения подготовительно-заключительных работ, работ по обслуживанию рабочего места, на отдых и личные надобности устанавливается по нормативному справочнику «Отраслевые нормативы времени на подготовительно-заключительные работы, обслуживание рабочего места, отдых и личные надобности».

Типовые нормы обслуживания устанавливаются так же, как и нормативы численности по структурным подразделениям одного типа производства и имеющим одинаковые типовые организационно-технические условия выполнения работ.

Типовые нормы обслуживания проектируются, исходя из следующих условий:

– затраты времени на выполнение работ по обслуживанию должны соответствовать уровню производительности труда, достигнутому на передовых предприятиях. При определении затрат рабочего времени должны исключаться элементы трудовых операций, вызываемые недостатками в организации труда;

– нормы обслуживания должны обеспечивать наименьшие затраты живого и овеществленного труда.

Литература:

1. Отраслевые нормативы времени на подготовительно-заключительные работы, обслуживание рабочего места, отдых и личные надобности. – М. : ВНИИОЭНГ, 1988.

Татаркина Галина Анатольевна,
к. э. н., доц. кафедры экономического анализа и финансов
Волгоградской государственной сельскохозяйственной академии;
Заволочкина Лариса Юрьевна,
аспирант кафедры экономического анализа и финансов
Волгоградской государственной сельскохозяйственной академии,
бухгалтер ООО «ХАТЦЕНБИХЛЕР»,
e-mail: GTatarkina@geliopax.ru

Порядок амортизации основных средств по Международным стандартам финансовой отчетности и Российским стандартам бухгалтерского учета **The Procedure of Depreciation of Fixed Assets According to International Financial Reporting Standards and Russian Accounting Standards**

В статье освещается порядок амортизации основных средств в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности и Российскими стандартами бухгалтерского учета.

It is presented the procedure of depreciation of the main means according to International Financial Reporting Standards and Russian Accounting Standards.

Ключевые слова: финансовый леверидж; амортизируемая стоимость; основные средства.

Keywords: financial leverage; depreciable cost; main means.

В условиях масштабной интеграции мировых рынков, расширения объектов финансово-хозяйственной деятельности и их стремления органически влиться в мировую политическую и экономическую систему, проявляется необходимость представлять финансовую отчетность в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО). В составе активов организации доля основных средств нередко составляет значительную часть активов. Амортизация основных средств имеет весьма значимое влияние на представляемую в отчетности картину финансового положения компании. Прежде всего, размер амортизационных сумм определяет величину прибыли, отражаемой в бухгалтерской отчетности, влияя тем самым на результаты анализа заинтересованными пользователями рентабельности деятельности компаний и ее финансового левериджа.

В Международных стандартах порядок начисления износа по объектам основных средств представлен в МСФО 16 «Основные средства», в России вопросы учета амортизации изложены в ПБУ 6/01 «Учет основных средств».

Определение амортизируемой стоимости основного средства

Стандарт МСФО 16 определяет амортизацию как систематическое уменьшение амортизируемой стоимости актива на протяжении срока его полезной службы. При этом под

амортизируемой стоимостью понимается себестоимость актива за вычетом ликвидационной стоимости.

В свою очередь ликвидационная стоимость определяется как чистая сумма, которую компания ожидает получить за актив в конце срока его полезной службы за вычетом ожидаемых затрат по выбытию.

Ликвидационная стоимость обязательно регулярно пересматривается в конце каждого финансового года (параграф 51 МСФО 16). Идея расчета ликвидационной стоимости актива, безусловно, имеет основание, так как актив с любой степенью изношенности объективно не может стоить 0 (ноль) рублей.

Начало и прекращение начисления амортизации по объекту основных средств

Согласно МСФО актив нужно амортизировать с момента его готовности к эксплуатации (местоположение и состояние актива обеспечивают его использование в соответствии с намерениями руководства организации). Амортизация актива прекращается, когда прекращается его признание (актив списывается с баланса). При этом временная консервация основного средства не является основанием для прекращения начисления амортизации (параграф 55 МСФО 16).

Согласно стандарту только земля не подлежит амортизации, потому что, как правило, имеет неограниченный срок полезной службы.

По Российским стандартам износ начисляют с первого числа месяца, следующего за месяцем принятия основных средств к учету. Приостановление начисления по ПБУ 6/01 возможно только в двух случаях. Первый – если руководитель решит перевести основное средство на консервацию на срок более трех месяцев, второй – если фирма восстанавливает имущество дольше 12 месяцев.

Согласно п. 17 ПБУ 6/01, амортизация не начисляется:

- по объектам, которые законсервированы, не используются в производстве работ или оказании услуг,
- по объектам основных средств некоммерческих организаций
- по объектам основных средств, потребительские свойства которых с течением времени не изменяются (земельные участки; объекты природопользования; объекты, отнесенные к музейным предметам и музейным коллекциям, и др.).

Таким образом, российское законодательство в отличие от МСФО содержит более широкий перечень объектов основных средств, не подлежащих амортизации, а также предусматривает приостановление начисления амортизационных отчислений.

В соответствии с МСФО 16 срок полезного использования объекта основных средств определяется при принятии объекта к учету, исходя из следующих условий:

- ожидаемый срок использования;
- ожидаемый физический износ;
- нормативно-правовые и другие ограничения;
- моральный износ в результате усовершенствования производственного процесса.

При определении срока полезной службы актива по МСФО должна учитываться его предполагаемая полезность для компании. Таким образом, по МСФО (IAS) 16 срок полезной службы основных средств определяется компанией самостоятельно, оценочным путем, на основе опыта работы с аналогичными активами и иными объективными факторами.

В Российских стандартах при определении срока полезного использования не предусматривают моральный износ основного средства (п. 20 ПБУ 6/01). Кроме того, по российским правилам пересмотр срока полезного использования возможен лишь только в сторону его увеличения и только в результате проведенной реконструкции, модернизации объекта. А по МСФО 16 компания может пересматривать срок полезной службы объекта, в случае если его первоначальная оценка в течение использования объекта оказалась не точной.

На наш взгляд, гибкая политика, устанавливающая возможность периодического пересмотра срока полезного использования объектов основных средств, на практике позволяет

исключить ситуацию получения убытка от списания недоамортизированных основных средств в случае их полного морального и физического износа.

В Международных стандартах для систематического списания амортизируемой суммы актива на протяжении срока его полезной службы предусматривается использование разных методов:

- метод равномерного начисления предусматривает начисление постоянной суммы амортизации на протяжении срока полезного использования основного средства;
- метод уменьшаемого остатка предусматривает уменьшение суммы начисления амортизации на протяжении срока полезной службы актива. При этом на более ранние периоды приходится большая доля расходов на амортизацию;
- метод суммы изделий заключается в начислении суммы амортизации исходя из предполагаемого использования или производительности актива. Использование данного метода приводит к формированию расходов на амортизацию исходя из ожидаемого объема использования актива или выпуска продукции.

Согласно параграфу 52 МСФО 16 метод амортизации, применяемый к основным средствам, должен периодически пересматриваться и в случае значительных изменений в предполагаемой схеме получения экономических выгод от этих активов должен изменяться для отражения этих изменений.

ПБУ 6/01 предусматривает следующие методы начисления амортизации:

- линейный;
- метод уменьшаемого остатка;
- метод списания стоимости пропорционально объему продукции;
- метод списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования;

Первые три метода начисления амортизации аналогичны методам, установленным в МСФО. Применение одного из способов начисления амортизации по группе однородных объектов основных средств производится в течение всего срока полезного использования объектов, входящих в эту группу.

В отличие от Международных стандартов, предусматривающих изменение метода начисления амортизации в течение срока полезного использования объекта основных средств, российское законодательство не предоставляет организациям такой возможности.

Общий анализ рассмотренных предписаний МСФО 16 позволяет сделать вывод о том, что порядок амортизации основных средств, определяемый МСФО, в определенной степени близок к российской практике учета. Однако можно говорить и о существовании некоторых отличий между ними.

Безусловно, МСФО гораздо последовательнее проводят в жизнь идею, согласно которой амортизационные отчисления – это часть стоимости объекта основных средств, которая обеспечивает получение компанией конкретных экономических выгод. Эта последовательность позволяет говорить, что в отличие от российского учета в МСФО амортизация не является методом манипулирования прибылью компании. При этом реализация таких взглядов во многом зависит от профессионального мнения конкретного бухгалтера конкретной фирмы, от его компетентности и добросовестности в формировании суждений. Гарантировать соответствие таких суждений интересам пользователей отчетности составляет задачу аудиторов.

Литература:

1. Борисенко В. Порядок начисления амортизации основных средств в соответствии с МСФО / В. Борисенко // Финансовая газета. – 2007. – № 13.
2. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01 (с изменениями на 27 ноября 2006 г.) : приказ Министерства финансов РФ от 30 марта 2001 г. № 26 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www. URL: http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=64986](http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=64986).

3. Пшиченко Д. В. Учет основных средств по МСФО и РСБУ / Д. В. Пшиченко // Международный бухгалтерский учет. – 2007. – № 6.

4. Суворов А. В. Учет основных средств в соответствии с Российскими положениями по бухгалтерскому учету и МСФО / А. В. Суворов // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. – 2007. – № 12.

5. Режим доступа: [www. URL: http:// www.akdi.ru](http://www.akdi.ru).

6. Режим доступа: [www. URL: http:// www.GAAP.ru](http://www.GAAP.ru).

Коваленко Александр Юрьевич,
аспирант кафедры экономики сельского хозяйства
Волгоградской государственной сельскохозяйственной академии,
экономист ЗАО «Гелио-Пакс»,
e-mail: meon_nauka@mail.ru

**Основные направления и проблемы государственного регулирования
в сельском хозяйстве**
Principal Directions and Problems of State Regulation in the Agricultural sector

В статье рассматриваются направление и проблемы государственного регулирования в сельском хозяйстве.

The article discusses the directions and problems of State regulation in the agricultural sector.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс; кредитный портфель; ипотека земли.

Keywords: agro-industrial complex; credit portfolio; land mortgage.

Экономическая ситуация в агропромышленном комплексе и особенно в сельском хозяйстве остается сложной. Одной из основных причин такого состояния является отсутствие системного и комплексного подходов к разрешению противоречий в общественном производстве, оптимальному сочетанию государственного и рыночного регулирования, созданию экономических условий для сбалансированного и эффективного функционирования предприятий агропромышленного комплекса.

Основным направлением в целях стабилизации сельского хозяйства должна быть государственная поддержка. На государственную поддержку в 2007 г. были предусмотрены бюджетные ассигнования в виде субсидий в объеме 23,8 млрд рублей. По состоянию на первое января 2008 г. поступило финансирование на сумму 22,8 млрд рублей, или 95,8% от годового лимита, из них: субсидирование процентных ставок по привлеченным кредитам в российских кредитных организациях – 4,8 млрд рублей (82,7%), субсидии на дизельное топливо, использованное на проведение сезонных сельскохозяйственных работ, – 7,49 млрд рублей (99,9%), поддержка растениеводства – 0,7 млрд рублей (100%), субсидии на компенсацию части затрат по страхованию урожая сельскохозяйственных культур и многолетних насаждений – 3,06 млрд рублей (100%), субсидии бюджетам на возмещение ущерба, нанесенного сельхозтоваропроизводителям вследствие аномальных гидрометеорологических условий, – 1,3 млрд рублей (100%) и взнос в уставный капитал ОАО «Росагролизинг» – 4,0 млрд рублей¹.

Сегодня инвестиции в сельское хозяйство сдерживаются по следующим причинам: высокие риски отрасли из-за погодных условий, неэластичный спрос на сельскохозяйственные товары, порождающий нестабильность доходов сельхозпроизводителей, обеспечивают банкам низкую доходность кредитных портфелей, а также рост задолженности организаций перед ними. Востребованность кредитных портфелей сельхозтоваропроизводителями, даже с учетом

¹ Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации. URL: <http://www.mcsx.ru/>.

субсидирования процентной ставки, снижается. Это вызвано в большей степени истощением залоговой базы для получения кредита.

Одним из основных инвестиционных ресурсов развития сельскохозяйственных предприятий является кредитование, что и является наиболее актуальной и особенно острой проблемой, препятствующей развитию сельхозтоваропроизводителей на данном этапе. Так, в течение 2008 г. российские кредитные организации в одностороннем порядке увеличили процентные ставки по действующим кредитам в среднем на 1,2% по Волгоградской области. Также ужесточились требования по залоговому обеспечению кредита. Если в 2007 и начале 2008 гг. банки охотно рассматривали в качестве залога сельскохозяйственную продукцию и даже начали рассматривать продукцию урожая будущего года, то на конец 2008 – начало 2009 гг. данный вид залога сократился до 30%, остальные 70% – это движимое и недвижимое имущество. Но даже при полном обеспечении займа залогом, по состоянию на 1 марта 2009 г., кредитными организациями выдано по Волгоградской области на обеспечение оборотными средствами (займы до одного года) около 300 млн рублей, что на данный момент является очень низким показателем. Именно в этот период сельхозтоваропроизводители должны активно подготавливаться к весенним полевым работам (заключение договоров поставки сельхозтехники, дизельного топлива, минеральных удобрений, посадочного материала и т.д.).

Основными кредитными организациями, выдавшими эти средства сельскохозяйственным товаропроизводителям, являются Сбербанк и Россельхозбанк. При этом процентная ставка по выданным кредитам составляет от 20 до 25%, в то время как государство планирует возмещать из федерального бюджета 80% от ставки рефинансирования Центрального банка Российской Федерации, действующей на дату заключения кредитного договора, и 20% от ставки рефинансирования ЦБ РФ, плюс 1% сверх ставки рефинансирования из областного бюджета, т.е. максимально возможная компенсация по уплате процентов по займам, полученным в российских кредитных организациях, получаемая сельскохозяйственным товаропроизводителем, составит 14%, в то время когда ставка по кредитам 20–25%, следовательно, сельхозтоваропроизводитель в 2009 г. будет уплачивать до 11% годовых (и это с учетом государственной поддержки).

Если сравнивать с показателями 2007 г., то 11–14% – это средняя процентная ставка по займам, полученным у банков Волгоградской области. При этом государство компенсировало 2/3 от ставки рефинансирования из федерального бюджета (6,7%). На этом этапе сельскохозяйственный товаропроизводитель выплачивал банку в среднем по области 5% годовых, что более чем в 2 раза меньше, чем планируется в 2009 г.

Но нельзя не отметить и положительную тенденцию – компенсация затрат по уплаченным процентам по кредитам банка по сравнению с 2008 г. выросла. Из федерального бюджета компенсируется 80% от ставки рефинансирования ЦБ РФ, в то время как в 2008 г. – 2/3 (66,7%). Из областного бюджета компенсируется 20% от ставки рефинансирования, плюс 1% сверх ставки ЦБ РФ, в 2008 г. по Волгоградской области – 10% от ставки ЦБ РФ.

Еще одной острой проблемой по государственной поддержке сельского хозяйства является финансирование. Например, в агрохолдинге интегрированного типа ЗАО «Гелио-Пакс» на 1 января 2009 г. задолженность федерального бюджета по субсидированию процентной ставки составила 9,9 млн рублей (по инвестиционным кредитам полученным в период с 1 января 2004 по 1 января 2008 гг.). Из федерального бюджета компенсирована только часть затрат по уплаченным процентам по июль 2008 г. включительно.

Таким образом, государственная поддержка поступает к товаропроизводителю со значительными задержками, что дестабилизирует финансовую ситуацию в сельском хозяйстве. На 20 июня 2009 г. из бюджетов различных уровней не просубсидирована ни одна из статей бюджетов, запланированных на 2009 г., в то время как все весенне-полевые работы по обработке почвы и севу яровых культур прошли. В сравнении с 2009 г. по состоянию на 31 апреля 2008 г. было просубсидировано около 30% от запланированного объема на весь текущий год.

Другим важным методом государственного регулирования сельскохозяйственных организаций является страхование рисков.

Среди всех категорий рисков, особенно экономических, в сельской местности следует выделить риски, которые несут на себе именно сельскохозяйственные товаропроизводители. Они подвергаются не только обычным рискам, связанным с коммерческой деятельностью, но и рискам, обусловленным неблагоприятными погодными условиями и стихийными бедствиями. Поэтому для них стабильность и гарантированный результат нередко занимают ведущее место в системе их интересов и приоритетов, даже по сравнению с прибылью.

В связи с высокими природными рисками ведения сельского хозяйства государству следует уделять существенное внимание страхованию урожая и доходов сельскохозяйственных организаций. На долю страхования урожая сегодня приходится свыше 90% всего сельскохозяйственного страхования. Этим обусловлены его особое значение и необходимость отдельного рассмотрения как наиболее важного элемента, нуждающегося в государственном регулировании. В настоящее время большая часть сельскохозяйственных товаропроизводителей вынуждена обходиться без страховой защиты. Обычно хозяйства прибегают к страхованию только в тех случаях, когда без этого нельзя обойтись при решении других стоящих перед ними задач. Это касается кредитования, а также получения техники и племенных животных на условиях лизинга.

В условиях отсутствия законодательно проработанного вопроса об ипотеке земли банки и лизинговые компании требуют в качестве обеспечения возврата заемных средств и оплаты лизинговых платежей имущественные залоги, которые в обязательном порядке должны быть застрахованы. Наиболее часто в качестве залогов выступают сельскохозяйственные животные, техника, некоторые виды другого имущества. Однако очень часто хозяйства не располагают залоговым имуществом в необходимых размерах. Поэтому весьма перспективно в качестве залога использовать застрахованный будущий урожай сельскохозяйственных культур.

С учетом размера ущерба, который терпят сельхозтоваропроизводители в неблагоприятные годы, и частоты повторения таких лет тарифы при страховании урожая достигают очень высоких значений – от 7,1 до 14,9% в зависимости от уровня страхового покрытия 40, 60, 80, 100% от страховой стоимости, а по многолетним насаждениям – до 15% от стоимости страхуемого урожая. Такие взносы весьма обременительны для товаропроизводителей, и они неохотно соглашались на страхование. Именно по этой причине во многих странах, в том числе в России, государство оказывает сельхозтоваропроизводителям финансовую помощь в виде субсидий на выплату части этих взносов за счет бюджета.

В 2003 г. Минсельхоз России в качестве приоритетного направления своей деятельности определил создание системы страхования в сельском хозяйстве. На сегодняшний день в рамках построения системы уже проведена определенная работа. Так, по решению Правительства РФ с 2004 г. отменены выплаты за потери урожая в случае наступления стихийных бедствий, осуществлявшиеся ранее по линии Министерства по чрезвычайным ситуациям РФ, на что выделялось из федерального бюджета в среднем 5–6 млрд рублей ежегодно. Теперь все эти выплаты осуществляются только через систему страхования. В настоящее время предоставляются субсидии на уплату страховых взносов за счет средств федерального и областного бюджетов в размере 50% только сельхозтоваропроизводителям, заключившим договоры страхования урожая сельскохозяйственных культур в страховых организациях, имеющих не только лицензии на оказание данного рода услуг, но и соблюдающих следующие условия: 1) наличие рейтинга надежности (финансовой устойчивости) одного из международных агентств не ниже уровня «ВВ-» по классификации рейтинговых агентств «Фитч Рейтингс» или «Стандарт энд Пурс» либо не ниже уровня «Вa3» по классификации рейтингового агентства «Мудис Инвесторс Сервис»; 2) стоимость чистых активов страховой компании составляет не менее 850 млн рублей на начало года, предшествующего году заключения договора страхования; 3) доля поступления страховой и перестраховочной премий по сельскохозяйственному страхованию в структуре страхового портфеля составляет не более

20% общего объема поступлений страховой и перестраховочной премий за предшествующий календарный год.

Страхование имущества сельскохозяйственных предприятий производится на добровольной основе. Сельскохозяйственные предприятия могут застраховать: урожай сельскохозяйственных культур, многолетние насаждения, сельскохозяйственных животных, домашнюю птицу, кроликов, пушных зверей, семьи пчел в ульях, здания, сооружения, передаточные устройства, силовые, рабочие и другие машины, транспортные средства, оборудование, рыболовецкие суда, орудия лова, инвентарь, продукцию, сырье, материалы.

Страхование урожая сельскохозяйственных культур в России субсидируется государством. В отдельных случаях страхование урожая осуществляется без поддержки государства. Согласно действующему законодательству при страховании урожая сельскохозяйственных культур с государственной поддержкой страховыми случаями считаются только те опасные для сельскохозяйственного производства гидрометеорологические явления, в результате которых произошли недобор или полная гибель урожая: засуха атмосферная и/или почвенная, заморозки, вымерзание, выпревание, переувлажнение почвы, пыльные (песчаные) бури, град, осадки (продолжительные сильные дожди, очень сильные дожди и ливни), весеннее половодье и дождевые паводки, сильный ветер.

Предпринимаемые в настоящее время попытки возрождения сельскохозяйственного страхования в России на добровольной основе, в том числе с существенным участием государства, не приводят пока к желаемому результату. Недостаточно высока заинтересованность сельхозтоваропроизводителей в программах страхования с государственной поддержкой, что связано с отсутствием у них финансовых возможностей оплатить страховые взносы в полном объеме.

На практике терпящие убытки страхователи либо не получают страхового возмещения, из-за недоказанности наличия страхового случая, либо вынужденно довольствуются лишь его незначительной частью. В итоге получается, что вся система страхования, включая бюджетные вливания, работает только на страховые организации. Уплатив в полном объеме страховую премию, сельскохозяйственные организации вправе рассчитывать на действенную страховую защиту при неблагоприятных погодных условиях.

Неспособность большинства организаций сельского хозяйства выполнять свои налоговые обязательства перед государством явились основанием для реформирования порядка исчисления и уплаты налогов и сборов сельскохозяйственными производителями. Один из рычагов государственного регулирования – льготное налогообложение сельскохозяйственных предприятий.

Предложения по реформированию сводились к сокращению количества налогов, вплоть до введения единого налога, заменяющего собой все налоги и сборы, уплачиваемые сельскохозяйственными производителями. В 2001 г. Федеральный закон от 29.12.2001 № 187-ФЗ в Налоговый кодекс РФ была введена Глава 26.1 «Система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог)». Нормы данной главы предусматривали замену уплаты части налогов и сборов, установленных налоговым законодательством, единым налогом, величина которого была обусловлена свойствами земли, используемой в производственной деятельности.

Применение единого сельскохозяйственного налога в редакции Федерального закона № 187-ФЗ не получило широкого распространения, так как не была завершена кадастровая оценка земель сельскохозяйственного назначения, являющаяся налоговой базой для единого сельскохозяйственного налога, положения главы 26.1 НК РФ не распространялись на сельскохозяйственные организации индустриального типа, установление календарного квартала в качестве налогового периода без учета сезонного характера деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей не могло обеспечить своевременного и полного исполнения ими налоговых обязательств перед государством.

В новой редакции ЕСХН, введенной Федеральным законом от 11.11.2003 № 147-ФЗ, все указанные замечания были учтены.

Переход на уплату ЕСХН предусматривает освобождение сельскохозяйственных производителей от следующих налогов: налога на прибыль, единого социального налога, налога на имущество организаций и налога на добавленную стоимость. Освобождение от уплаты первых трех налогов однозначно проявляется в снижении величины налоговой нагрузки на сельскохозяйственных производителей. Однако освобождение от обязанности по исчислению и уплате НДС является проблематичным. Мало того что такое освобождение означает потерю клиентов в силу невозможности для последних принять к зачету НДС, уплаченный при приобретении сельскохозяйственной продукции, сумма НДС, уплаченная сельхозтоваропроизводителем при приобретении товарно-материальных ценностей, принимается на затраты, соответственно уменьшается сумма прибыли сельхозтоваропроизводителя.

В целом новая редакция гл. 26.1 НК РФ обеспечивает более благоприятные условия налогообложения для сельскохозяйственных производителей, однако ЕСХН так и не стал универсальной системой налогообложения в сельском хозяйстве.

Подводя итоги, следует отметить, что сельское хозяйство в целом находится в глубоком кризисе. В связи с этим необходимо усилить государственное влияние в первую очередь, в связи с мировым финансово-экономическим кризисом и нынешним состоянием экономики сельского хозяйства, на кредитно-финансовые институты, путем определения и фиксирования максимального уровня размера процентной ставки по кредитам для сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Литература:

1. Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www. URL: http://www.mcx.ru/](http://www.mcx.ru/).

Астахов Анатолий Александрович,
д. с/х. н., проф. кафедры
товароведения и организации торговли
Волгоградского института бизнеса;
Синицына Галина Павловна,
ст. преподаватель кафедры товароведения
и организации торговли
Волгоградского института бизнеса,
sinicalina@yandex.ru

Регулирование отношений производителей и потребителей на рынке молочной продукции Regulation of the Relations Between Manufactures and Consumers at the Market of Dairy Production

В статье представлены взгляды ведущих производителей и торговых компаний российского рынка молочных товаров на введение в действие Федерального закона РФ № 88 «Технический регламент на молоко и молочную продукцию», реакция рынка молочных товаров в течение первых 6 месяцев после его вступления в законную силу.

The article presents the views of leading manufacturers and trading companies of the Russian market of dairy production of the enactment of Russian Federation Federal Law № 88 «Technical Regulations for Milk and Milk Products», the reaction to milk and dairy products market during the first 6 months after bringing it into legal force.

Ключевые слова: технический регламент; молоко; молочный напиток.

Keywords: Technical Regulations; milk; milk beverage.

В начале текущего 2009 г. на прилавках магазинов появился новый товар – «молочный напиток». Такое обновление ассортимента молочных продуктов стало прямым следствием

вступления в силу 19 декабря Федерального закона РФ № 88 «Технический регламент на молоко и молочную продукцию».

Напомним, техрегламент по молоку был принят 23 мая прошлого года, и касался он 142 видов молочной продукции. Основной постулат регламента – название «молоко» впредь возможно использовать лишь для обозначения продукта, изготовленного только из цельного молока. Если все же в производстве использовался хотя бы 1% восстановленного молока, этот продукт должен называться молочным напитком. «Молочный напиток» стал первым следствием внедрения Системы техрегламентов.

Основными целями введения техрегламента разработчики ставили защиту потребителя от недобросовестного производителя и стимулирование развития молочного животноводства сельскохозяйственного комплекса России.

Что же такое «Технический регламент...»? Чем он отличается от всем известных ГОСТов и ТУ (технических условий)?

В данном законодательном акте (его еще называют «Библией для молочников») подробнейшим образом расписаны все требования, которые предъявляются не только к составу молока, но и к производству, доставке, реализации этого продукта, а также сведения, которые в обязательном порядке должны быть указаны на упаковке и в сертификате (как вариант – декларации) соответствия. «Технический регламент» не отменяет ГОСТы и ТУ, к которым многие привыкли, но он конкретнее, шире, детальнее их.

Безусловно, для потребителей введение технического регламента должно стать только благом. И для тех, кто будет обходить стороной упаковки с надписью «молочный напиток», и для тех, кто считает порошковое молоко абсолютно идентичным натуральному.

Однако так ли однозначен ответ? Введение этого документа уже обозначило ряд проблем.

«Молоко действительно полезно, – рассказывает Александр Миллер, диетолог и кандидат медицинских наук, – в нем много полезных веществ, и все они очень хорошо усваиваются. В белке молока есть все 10 незаменимых аминокислот. Наш организм не может их синтезировать точно так же, как и витамины, и поэтому мы должны обязательно получать их с пищей. Подобных полноценных белков в природе немного. Молоко – главный источник кальция, фосфора и витамина D в нашем питании. Причем три этих вещества идеально работают вместе, помогая друг другу. В результате кальций прекрасно всасывается и накапливается в костях.

Конечно, разница между молочным напитком и молоком все-таки есть. Превращение молока в порошок не проходит бесследно для некоторых компонентов этого природного напитка»¹.

Тем не менее большинство экспертов, с которыми беседовали на эту тему корреспонденты Food-n-Goods, отметили, что в случае с возникшей коллизией «восстановленное молоко – молочный напиток» изначально были неправильно расставлены приоритеты. Кто-то решил сделать не самый лучший PR на теме якобы защиты прав потребителя, назвав сухое молоко «порошком» и усомнившись в его потребительских свойствах и безопасности.

Вот что сообщила ответственный секретарь Российского Союза предприятий молочной отрасли и Технического комитета по стандартизации ТК 470 «Молоко и продукты переработки молока» Лариса Владимировна Абдуллаева: «Говорить о том, что что-то может представлять опасность в российских молочных продуктах, как минимум необдуманно. Как эксперт Технического комитета по стандартизации и Международной молочной федерации по разработке национальных и международных стандартов на молочные продукты могу ответственно заявить, что ни в одной другой пищевой отрасли так строго не контролируют качество и безопасность продуктов, как в молочной.

¹ Мельников А. Молочная засуха // Аргументы и факты. 2008. 17 дек. (№ 51).

Некоторые утверждают, что люди пьют порошок, но на самом деле это сухое молоко, и оно не перестало быть молоком. Теперь, в связи с принятием нового Федерального закона и техрегламента, введено понятие «молочный напиток». Во всем мире этот продукт называется «восстановленное молоко», потому что это тоже молоко, которое надо было законсервировать. Летом его много, а зимой не хватает. Сезонность – большая проблема отечественной молочной отрасли.

По данным Молочного союза России, сейчас доля восстановленного молока в нашей стране составляет 13%. Но в ряде северных регионов – Архангельском, Ямало-Ненецком, Магаданском, Якутском, Бурятском и других – доля восстановленного молока доходит до 70 – 100% рынка. Сухое молоко используется для сглаживания сезонности в молочном производстве, показатель которой по России достигает 60–70% (т.е. летом сырого молока производится в 1,6–1,7 раза больше, чем зимой). Поэтому и производят из порошка. В реальности это приводит просто к абсурдным ситуациям. Под одним и тем же брендом часто продают разные товары: летом — молоко, зимой — молочный напиток.

«Почему-то некоторые решили, что сухое молоко чем-то вредно для здоровья, – говорит Лариса Владимировна Абдуллаева. – На мой взгляд, как биохимика по образованию, эксперта, который занимается вопросами качества и безопасности молочных продуктов, это не так. У нас все грудные дети «живут» на сухом молоке, но эту тему никто не затрагивает. Все занимаются «порошковым безобразием» для взрослых».

Самое интересное, что, установив в техрегламенте норму о молочном напитке, не учли, что у нас до сих пор не существует метода, который бы позволял определять наличие сухого молока в питьевом. То есть если кто-то назовет такую продукцию молоком, то ни один контролирующий орган не сможет его поймать и доказать обратное, потому что метода контроля в России не существует. Нет его и за рубежом, так как ни у кого никогда не возникало потребности разрабатывать методику определения содержания молока в молоке¹.

Перед самым вступлением в силу технического регламента ведущие компании – производители молочной продукции прогнозировали снижение объемов продаж молочных товаров. Кто бы мог тогда подумать, что обозначенные выше 80% снижения спроса окажутся вполне реалистичным прогнозом. Уже по прошествии полутора месяцев с момента появления на прилавках магазинов молочного напитка производители констатировали — их опасения подтвердились.

«Нельзя говорить, что молочный напиток – это новый продукт, – говорит официальный представитель компании «Юнимилк» Юлия Гончаренко, – такой товар был и раньше, только назывался он «молоко восстановленное» и пользовался стабильным спросом. Сегодня это не меняет ситуации – спрос на молочный напиток в 2,5–3 раза ниже».

В любом случае, появление на молочном рынке молочного напитка не такая уж большая проблема. Есть и более серьезные.

Одна из них – начавшаяся 1,5 года до этого стагнация молочного рынка, которая продолжается и по сей день.

«Мы сегодня отмечаем уменьшение спроса на всю группу молочных товаров, – рассказывает руководитель по внешним связям по Сибири, Уралу и Дальнему Востоку компании «Вимм Биль Дан» Антон Калтыгин, – возникшее в результате кризиса». Юлия Гончаренко подтверждает слова своего коллеги. «До сих пор происходит перераспределение потребления в пользу более дешевых основных товаров (молоко, сметана), тогда как товары с добавленной стоимостью (творожки, йогурты и т. п.) пользуются меньшим спросом, – говорит она, – причины этого чисто экономические. Особенно это заметно в тех городах, где градообразующими являются крупные предприятия, на которых сегодня идут сокращения сотрудников и уменьшение зарплат». Проявились и другие стороны этой проблемы.

¹ Васильев Д. «Молочный напиток» или все-таки молоко? Чем грозит новый техрегламент на молоко и молочную продукцию // Food-n-Goods. 2008. Дек.

В Москве состоялась очередная информационная встреча участников молочного рынка «Водка с молоком», посвященная проблеме снижения потребления молока и молочных продуктов в России, а также выработке возможных мер по стимулированию потребительской активности на молочном рынке. Мероприятие было организовано информационным агентством DairyNews. В информационной встрече приняли участие ведущие компании-производители и переработчики молочной продукции, представители Государственной Думы Российской Федерации, Национального союза производителей молока, а также эксперты отрасли.

По данным российских экспертов, опубликованным ИА DairyNews, в течение последнего года в России в связи резким ростом цен на молочную продукцию российский покупатель стал сокращать потребление молочных продуктов и изменять структуру потребления в пользу других продуктов питания. В итоге объем потребления молочных продуктов на душу населения впервые за последние 10 лет сократился, а общий объем потребления упал на 1,7–2 млн тонн.

По данным исследовательского агентства Nielsen Russia, доля молочных продуктов в денежном выражении составляет 16% от общего объема продуктов питания и напитков в России. При этом молочный сегмент оказался единственным, не выросшим в натуральном выражении, сократившись на 8%. Самым же объемным в денежном выражении оказался сегмент алкоголя – 46% от общего объема рынка продуктов питания и напитков.

Многие эксперты молочного рынка сходятся на том, что одной из главных причин снижения потребления молочных продуктов в России является стремительный рост цен на них. По мнению Павла Исаева, директора по корпоративным коммуникациям компании «Юнимилк», «цена сыграла большую роль, возникла ценовая диспропорция. Молоко заметно подорожало в сравнении с другими продуктами в структуре продуктовой корзины. Безусловно, сыграл недостаточно прочный имидж молока как чего-то ценного. Молоко в этой конкуренции проиграло. Мы считаем, что цена на молочные продукты достигла своего предела».

Василий Бойко, Председатель совета директоров группы компаний «Вашь Финансовый Попечитель», считает: «Правы те, кто говорит, что потребление упало за счет беднейших слоев, у которых не хватает денег на молоко. Если мы посмотрим на рекламу, то можно заметить много рекламы соков, пива. В то время как на молоко рекламы нет».

По мнению президента ГК «Русские фермы» Андрея Даниленко, на сегодняшний день большим достижением является то, что Министерство сельского хозяйства выделяет средства на стимулирование потребления молока. «Еще 10 лет назад никто не мог об этом даже и мечтать, – отметил он. – Эта ситуация позволяет с оптимизмом смотреть в будущее».

Кроме того, участники мероприятия затронули вопрос здоровья нации: молочные продукты, лежащие в основе питания человека, замещаются другими продуктами. Особенно опасна пропаганда слабоалкогольных напитков. Россия рискует окончательно подорвать не только молочную отрасль, но и здоровье нации, если не примет срочные меры по стимулированию потребления молока и молочных продуктов.

В создавшейся ситуации трудно не присоединиться к мнению Павла Исаева, директора по корпоративным коммуникациям компании «Юнимилк», который еще весной прошлого года, комментируя введение техрегламента, говорил, что «возрождение молочного животноводства начнется только в то время, когда сезонность этой деятельности будет приведена к уровню европейских стран, где она составляет 15–20%. С этой целью обязательно нужно инвестировать деньги в создание коровников, модернизацию техники, разработку кормовой базы».

11 февраля 2009 г. в Рязани прошло Всероссийское совещание по вопросу развития молочного животноводства и увеличения производства молока в РФ. На этом совещании первый заместитель Председателя Правительства России Виктор Зубков заявил: «В настоящее время в стране есть все условия для формирования цивилизованного рынка молока». По его словам, за три последних года в рамках реализации приоритетного национального проекта и Госпрограммы по развитию АПК валовое производство молока удалось повысить на 1,6 млн тонн, среднедушевое производство – на 12 литров.

Как подчеркнул Виктор Зубков, «ключевая задача сегодняшнего дня – наращивание объемов и повышение эффективности молочного производства». При решении данной задачи, считает первый вице-премьер, следует опираться на три позиции: производство, переработку и реализацию молока и молочных продуктов.

Виктор Зубков призвал регионы России активнее включаться в эту работу. По его словам, «это позволит преодолеть фактор сезонности, создать реальный стимул для повышения эффективности и увеличения объемов производства, прогнозировать объемы спроса, переработки и ценовые тенденции»¹.

Технический регламент на молоко и молочную продукцию – это первый документ на уровне закона по продовольственной группе товаров, первая ласточка, которая должна продемонстрировать, что наше государство становится цивилизованным в области обеспечения безопасности и качества продукции.

Для этого, по словам министра, создаются все необходимые условия: появилась отраслевая целевая программа по развитию молочного скотоводства и увеличению производства молока в РФ на 2009–2012 гг., на ее реализацию из федерального бюджета дополнительно выделяется 20 млрд рублей, введен техрегламент на молоко и молочную продукцию, рассматривается вопрос о повышении импортных пошлин на некоторые виды молочных товаров.

Литература:

1. Технический регламент на молоко и молочную продукцию : Федеральный закон от 12 июня 2008 года № 88-ФЗ. – Режим доступа: [www. URL: http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=law;n=77679](http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=law;n=77679).

2. Васильев Д. «Молочный напиток» или все-таки молоко? Чем грозит новый техрегламент на молоко и молочную продукцию / Д. Васильев // Food-n-Goods. – 2008. – 9 дек.

3. Мельников А. Молочная засуха / А. Мельников // Аргументы и факты. – 2008. – 17 дек. (№ 51).

4. РСПМО (Российский союз предприятий молочной отрасли). – Режим доступа: [www. URL: http://www.dairyunion.ru](http://www.dairyunion.ru).

5. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации. – Режим доступа: [www. URL: http://www.mcx.ru/news](http://www.mcx.ru/news).

6. Режим доступа: [www. URL: http://www.gordeev.su](http://www.gordeev.su).

¹ Министерство сельского хозяйства Российской Федерации. URL: <http://www.mcx.ru/news>.

Курина Любовь Ивановна,
соискатель кафедры экономики и управления,
зам. начальника отдела организации научных и исследовательских работ
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: lik75.75@mail.ru

**Региональное профессиональное образование и рынок труда:
состояние и перспективы развития
Regional Vocational Education and Labour Market:
the Condition and the Prospects of Development**

В статье рассмотрены сложившиеся тенденции в развитии региональных рынков профессионального образования и труда, определены перспективы их развития.

The author speaks about the tendencies in the development of regional markets of vocational education and labour market. The paper presents the prospects of their development.

Ключевые слова: профессиональное образование; рынок труда; занятость, трудоустройство.

Keywords: vocational education; labour market; employment; job placement

Развитие рыночных отношений в России коренным образом изменило экономические условия функционирования образовательного сектора. Эти условия характеризуются повышенной нестабильностью и неопределенностью внешней среды, обострением конкуренции, изменением условий финансирования профессионального образования. Рыночный характер профессионального образования обуславливает ряд проблем, связанных с взаимодействием участников этого рынка.

Образовательные учреждения, осуществляющие профессиональную подготовку, оказывая платные образовательные услуги на рынке образования, столкнулись с противоречием образовательных потребностей населения, с одной стороны, и рынка труда, с другой.

Население выбирает образовательное учреждение, специальность и форму обучения на основе своих интересов, формирующихся с учетом различных факторов, в том числе престижности, моды, СМИ, не зная при этом, будет ли востребовано полученное образование и профессия через несколько лет.

В свою очередь работодатели как субъекты рынка заинтересованы в выпускниках, способных удовлетворять текущие потребности в специалистах. Но, несмотря на то что образовательное учреждение одновременно включено в два рынка – рынок образовательных услуг и рынок труда, – оно преимущественно ориентировано на сформировавшийся текущий спрос на одном из них. В результате складывается ситуация невостребованности выпускников на рынке труда. Это обусловлено тем, что спрос рынка труда отложен на 2–6 лет с момента поступления до выпуска специалиста, и тем, что спрос на рынке труда нестабилен и подвержен изменениям с учетом экономико-технологических факторов.

Проблема соответствия интересов индивида, работодателя и учебного заведения в отношении образовательных услуг профессионального образования наиболее четко проявляется в регионах, что обусловлено различиями в уровнях экономического, социально-демографического, природно-ресурсного, научно-технического и социально-партнерского потенциала.

В современной российской экономике сложились ярко выраженные региональные различия в уровнях развития двух эти взаимодействующих рынков.

Для развития регионального рынка образовательных услуг характерно следующее:

– на рынке профессионального образования по количеству учебных заведений наиболее масштабно представлено начальное профессиональное образование, однако численность

учащихся в них наиболее низкая среди всех уровней образования, и наблюдается ежегодная динамика к снижению количества таких учебных заведений и учащихся в них;

- высшее профессиональное образование является наиболее востребованным и динамично развивающимся уровнем образовательной системы России, что свидетельствует о сохранении высокого спроса на данную образовательную услугу;

- наличие большого выбора образовательных учреждений и высокая конкуренция между ними. Так, за последние 6 лет сеть учреждений высшего образования увеличилась в 1,3 раза, среднего профессионального – в 1,7 раза;

- широкое распространение платной формы обучения и негосударственных образовательных учреждений (так, например, на территории Волгоградской области количество вузов в 2008 г. в сравнении с 1990 г. возросло более чем в 2 раза);

- бюджетные места в отраслевых столичных вузах достаются преимущественно выпускникам столичных школ. Так, к концу 2007 г. по сравнению с 1985 г. доля иногородних студентов в вузах Москвы и Санкт-Петербурга снизилась в 2–2,5 раза;

- образовательный рынок России в настоящее время не является развитым рыночным пространством, где маркетинг, конкурентное позиционирование, качество и другие категории рыночной экономики играют полноценную роль;

- в Российской Федерации сложилась ярко выраженная территориальная асимметрия финансирования профессионального образования. Наибольший объем платных услуг системы образования предоставлялся в столицах – Москве и Санкт-Петербурге;

- наблюдается несоответствие структуры рынка образовательных услуг спросу и предложению на региональном рынке труда;

- сокращение подготовки квалифицированных рабочих привело к дефициту этой категории специалистов.

Сложившиеся диспропорции в развитии рынка образовательных услуг только усугубляют ситуацию на региональном рынке труда, обостряя диспропорции в распределении трудовых ресурсов по отраслям и предприятиям. Так, в регионах России сложился регионально сегментированный рынок труда, но не сформирована эффективная система занятости населения. Дифференциация динамики региональных рынков труда обусловлена:

- разными условиями становления и реформирования рынка труда;

- дифференцированностью реализуемой региональной экономической политики, которая включает в себя различие в развитии малого и среднего бизнеса, поддержку финансово-кредитного сектора, потребительского рынка, местной инфраструктуры, инвестирование в человеческий капитал.

Между тем преимущество на рынке труда получают те регионы, которые не только имеют высокий уровень институционального развития и эффективную структуру занятости, но и согласованный механизм сопряженных рынков, главным образом – образовательных услуг.

В Волгоградской области, как и в отдельных регионах, сложилась непростая ситуация на рынках профессионального образования и труда. Волгоградская область, в которую входит 18 городов и 33 сельских района, одна из крупнейших в России. На долю региона приходится 1,18% валового национального продукта. В отраслевой структуре валового регионального продукта преобладают: обрабатывающие производства (26,7%), оптовая и розничная торговля (16,1%), сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство (10,9%), транспорт и связь (8,2%). Ее площадь составляет 112,9 тыс. кв. км., а численность трудоспособного населения – 1615 тыс. человек.

Сложившаяся положительная тенденция в развитии экономики области, наблюдавшаяся вплоть до 2008 г., способствовала росту спроса на рабочую силу, однако потребности организаций в работниках зачастую не соответствуют выпуску специалистов.

В настоящее время область располагает значительным образовательным потенциалом. Согласно данным ежегодного мониторинга Управления государственной службы занятости населения и администрации Волгоградской области и комитета по образованию администрации Волгоградской области, подготовка кадров рабочих и специалистов осуществляется в

49 учреждениях высшего профессионального образования, 59 учреждениях среднего профессионального образования и в 57 учреждениях начального образования.

Казалось, столь солидный образовательный потенциал должен способствовать решению проблем регионального рынка труда, однако в действительности система профессионального образования только обостряет ситуацию дефицита кадров, что обусловлено дисбалансом между предложением со стороны рынка профессионального образования и спросом рынка труда.

Структура подготовки кадров в указанных учреждениях продолжает изменяться в сторону увеличения доли выпускников с высшим образованием и уменьшением доли выпускников колледжей и лицеев, причем ежегодно разрыв между выпуском специалистов и рабочих увеличивается (табл. 1).

Таблица 1

Динамика и структура выпуска учреждениями профессионального образования по Волгоградской области за 2007–2009 гг.

Вид учреждения	2007 (факт)		2008 (факт)		2009 (прогноз) ¹	
	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%
Вузы	10039	31,6	12914	40,0	20672	50,48
СПО	11699	36,9	10635	33,0	13638	33,30
НПО	9993	31,5	8735	27,0	6637	16,22
Итого	31742	100	32284	100,0	40947	100,0

Источник: Составлено автором

Так, в 2008 г. на рынок труда выпущено 73% специалистов и только 27% рабочих. Причем если рассмотреть динамику выпуска, то можно отметить ежегодное усугубление ситуации. Согласно прогнозным расчетам, подготовленным Центром бюджетного мониторинга Петрозаводского государственного университета, в 2009 г. на рынок труда выйдет еще на 10,78% больше руководителей, специалистов и служащих, а рабочих соответственно меньше.

Таким образом, на одного рабочего в 2007 г. выпущено 2,2 специалиста, в 2008 г. – 2,4, а в 2009 г. – 5,2, в то время как потребность экономики области составляет 3 рабочих в расчете на одного специалиста.

Соотношение численности обучающихся, не соответствует сложившемуся распределению численности занятых в экономике по указанным уровням образования, а также по отдельным отраслям и видам деятельности.

Рассмотренная выше ситуация свидетельствует о неравномерном развитии на протяжении последних лет профессионального образования Волгоградской области, которая характеризуется «массовизацией» высшего и «демассовизацией» начального профессионального. В связи с этим следует отметить, что формирование регионального рынка профессионального образования происходило стихийно с ориентацией на сложившийся спрос населения на «престижные» специальности, прежде всего высшего образования, но без учета запросов рынка труда. В результате возрастает опасность утраты эффективности региональной системы профессионального образования как фактора воспроизводства экономически активного населения в регионе. Последствием потери эффективности профессионального образования станет невозможность в регионе сформировать оптимальную профессионально-квалификационную структуру и усиление социальной незащищенности молодежи.

На подобные выводы наводят данные статистики, которые свидетельствуют о том, что ежегодно продолжается рост числа выпускников учреждений профессионального образования, которые вместо начала трудовой деятельности по полученной специальности (профессии) получают статус безработных граждан² (табл. 2).

¹URL: http://labourmarket.ru/prognosis_demo/?region=34&tbl=cont/2009.

² Мананьева Л. Е. Профессиональная социализация молодежи как фактор повышения трудовых ресурсов // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2008. № 5. С. 65.

Выпускники учреждений профессионального образования на рынке труда
Волгоградской области в 2002–2008 гг.

Вид учреждения	2002 ¹	2005 ²	2008 ³
Обратилось всего, чел.			
Вузы	1018	1259	951
СПО	2068	2618	2073
НПО	1421	1547	905
Трудоустроено, чел.			
Вузы	518	556	472
СПО	942	1215	912
НПО	732	703	440
% трудоустройства			
Вузы	50	44	50
СПО	45	46	44
НПО	51	45	49

Источник: Составлено автором

Согласно данным таблицы только около 50% выпускников разных уровней образования трудоустраивается из общей численности обратившихся в службу занятости, оставшиеся наиболее часто трудоустраиваются не по специальности.

Подобная динамика обусловлена структурой выпуска специалистов по специальностям, которая не соответствует кадровым потребностям региона.

По данным Волгоградского центра занятости населения, в настоящее время на рынке труда наиболее востребованы представители рабочих специальностей (78% вакансий), менее – служащие (22%).

Наибольший спрос в квалифицированных работниках наблюдается в сфере строительства, промышленности, торговли. При этом предприятия и организации Волгоградской области испытывают потребность в инженерах, слесарях, электриках, токарях, поварах, штукатурах-малярах, сварщиках, фрезеровщиках, продавцах, в то время как в службу занятости обращаются в поисках работы выпускники по следующим специальностям: экономист, менеджер юрист, эколог, психолог, архитектор. Общая же вероятность трудоустройства по данным профессиям составляет 13%.

То есть налицо несоответствие спроса предложению рабочей силы, деформация в структуре подготовки кадров, которая сложилась в результате ситуации, сформировавшейся на рынке профессионального образования.

Указанная выше проблема усугубляется крайне неблагоприятной динамикой демографических процессов.

Начиная с 1996 г. демографическое развитие Волгоградской области вступило в период острого кризиса, охватившего все основные демографические процессы: смертность, рождаемость и миграцию.

Естественный прирост населения сменился на естественную убыль, которая стала главным фактором демографического неблагополучия в области.

В результате естественной убыли населения, сохраняющейся в течение последних лет, в Волгоградской области было потеряно более 40 тыс. человек. Коэффициент естественного прироста, составляющий 0,3 промилле в 1996 г., сменился естественной убылью.

¹ Аникеев А. Н. Положение молодежи на рынке труда Волгоградской области [2007]. URL: <http://www.laburmarket.ru/analitics>.

² Там же.

³ URL: <http://volgadmin.ru/ru2/>.

За 2006 г. численность населения Волгоградской области сократилась на 15,7 тыс. человек, за 2008 г. на 14 тыс. человек. Снижение численности населения происходит в основном за счет превышения смертности над рождаемостью, т.е. естественной убыли населения. Число умерших в 2008 г. превысило число родившихся в 1,6 раза.

В результате снижается доля численности населения моложе трудоспособного возраста в общей численности населения (в 1989 г. – 23,3%, в 2002 г. – 17,5%, в 2008 г. – 16%). Начиная же с 2008 г. обозначилась тенденция снижения численности населения в трудоспособном возрасте и, как следствие, трудовых ресурсов в регионе.

Наряду с обозначенными тенденциями одним из показателей неблагоприятной ситуации в регионе в сфере занятости населения является прогрессирующее старение квалифицированных кадров, и прежде всего в промышленности, где средний возраст работающих составляет 40–50 лет. С учетом данного обстоятельства уже сегодня можно прогнозировать выбытие в ближайшие годы по достижению пенсионного возраста до 20% занятых на промышленных предприятиях города и области.

В соответствии с прогнозом социально-экономического развития Волгоградской области численность трудовых ресурсов за период 2005–2010 гг. снизится с 1675,1 до 1635,8 тыс. человек, или на 34,3 тыс. человек, при условии, что численность экономически неактивного населения (ЭНАН) в трудоспособном возрасте составит 452,5 тыс. человек. При сохранении текущей тенденции численность ЭНАН в трудоспособном возрасте в 2010 г. может составить $416 \times 1,041^5 = 529$ тыс. человек. В соответствии с балансом трудовых ресурсов численность экономически активного населения тогда не превысит 1106 тыс. человек. Дефицит может достигнуть 244 тыс. человек! Следует признать, что эта гипотеза маловероятна, поскольку начиная с 2005 г. в области численность молодежи, вступающей в трудоспособный возраст, сокращается в среднем на 12 тыс. человек в год, и молодежи может просто не хватить для реализации этого варианта. В то же время потребность экономики области в дополнительных трудовых ресурсах в период 1999–2004 гг. составляла 2,35 тыс. человек на каждый 1% прироста регионального продукта. Если исходить из концепции удвоения ВРП к 2010 г., получается примерно такой же дефицит (расчет очевиден), что можно расценивать как еще один тревожный сигнал¹.

В условиях сложившейся и перспективной неблагоприятной демографической ситуации всего более возрастет риск потери эффективности региональной системы профессионального образования. С учетом прогноза, подготовленного Центром бюджетного мониторинга Петрозаводского государственного университета², начиная с 2011 г., в области начнется устойчивое сокращение численности выпуска специалистов вузами и системой СПО (в подсистеме НПО данный процесс начался еще с 2007 г.). При этом с 2011 г. наметится тенденция к сокращению приема на обучение. В результате к 2015 г. прием на обучение по всем уровням образования в Волгоградской области составит немного более 28 тыс. человек, что почти в 1,5 раза ниже приема 2009 г. Наряду с этим будет все более ухудшаться структура выпуска, соотношение численности выпускников ВПО, СПО и НПО составит 1,0; 2,2; 5,1, против 1,0; 1,5; 3,1 в 2009 г.

Таким образом, проведенный анализ показывает, что при сохранении сложившихся диспропорций между развитием рынков профессионального образования и труда, несбалансированного развития региональной системы профессионального образования квалифицированные рабочие в ближайшее время станут наиболее дефицитными ресурсами в экономике Волгоградской области, что еще более усугубит проблему с кадровым обеспечением промышленности области, которая является одной из ведущих отраслей данного региона.

¹ Комлев А. Л. Задачи и приоритеты деятельности службы занятости населения в новых условиях (приглашение к дискуссии) [2007]. URL: <http://www.laburmarket.ru/analitic>.

² URL: http://labourmarket.ru/prognosis_demo/?region=34&tbl=cont/2009.

Литература:

1. Анিকেев А. Н. Положение молодежи на рынке труда Волгоградской области [Электронный ресурс] / А. Анিকেев // Web-портал «Рынок труда и рынок образовательных услуг. Регионы России». – Режим доступа: www. URL: <http://www.laburmarket.ru/analitics>.
2. Комлев А. Л. Анализ подготовки кадров в учреждениях профессионального образования Волгоградской области и последующего трудоустройства выпускников за 2008 г. [Электронный ресурс] / А. Комлев // Web-портал «Рынок труда и рынок образовательных услуг. Регионы России». – Режим доступа: www. URL: <http://www.laburmarket.ru/analitics>.
3. Комлев А. Л. Задачи и приоритеты деятельности службы занятости населения в новых условиях (приглашение к дискуссии) [Электронный ресурс] / А. Комлев // Web-портал «Рынок труда и рынок образовательных услуг. Регионы России». – Режим доступа: www. URL: <http://www.laburmarket.ru/analitic>.
4. Курина Л. И. Перспективы развития рынка образовательных услуг высшей школы Волгоградской области с учетом изменения демографической ситуации / Л. И. Курина // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2008. – № 5.
5. Мананьева Л. Е. Профессиональная социализация молодежи как фактор повышения трудовых ресурсов / Л. Е. Мананьева // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2008. – № 5.
6. Режим доступа: www. URL: http://labourmarket.ru/prognosis_demo/?region=34&tbl=cont/2009.
7. Режим доступа: www. URL: <http://volganet.ru/>.
8. Режим доступа: www. URL: <http://volgadmin.ru/ru2/>.

Казакова Анна Федоровна,
аспирант кафедры финансов и кредита,
преподаватель экономики Камышинского филиала
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: afkazakova@gmail.com

Информационная поддержка участников формальных и неформальных предпринимательских сделок на селе Information Support of the Participants of Formal and Informal Business Deals in the Village

В условиях становления открытой экономики России, все большего вовлечения ее в систему международных хозяйственных связей обостряется проблема конкурентоспособности отечественных сельхозпроизводителей на мировом аграрном рынке. В связи с этим в данной статье рассмотрены проблемы информационной поддержки участников предпринимательских сделок в аграрной сфере. Обозначены способы реализации и преимущества информационной поддержки аграриев.

Under conditions of becoming Russian Open Economy, its involvement into the system of international export relations the problem of domestic agricultural producers' competitiveness on the world agricultural market. Due to this fact, the article discusses the problems of information support of the participants of business deals in the agricultural sector. The paper presents the realization and the advantages of agrarian information support.

Ключевые слова: сельское хозяйство; сделки; аграрное предпринимательство.

Keywords: farming industry; deals; agricultural entrepreneurship.

Осуществление системных рыночных преобразований в сельском хозяйстве обеспечивает действие механизма саморегулирования аграрной сферы, который проявляется в концептуальных изменениях отношений производства, распределения, обмена и потребления продукции сельского хозяйства. Однако ключевой проблемой рыночных трансформаций в России остаются замедленные темпы формирования эффективной предпринимательской среды, несмотря на то что этот процесс ускоряется за счет использования экономических и правовых инструментов информационной поддержки предпринимателей, взаимодействие которых в сельском хозяйстве традиционно осуществляется в виде формальных и неформальных сделок. При этом взаимосвязь экономических и юридических факторов информационной поддержки обуславливает формирование предпринимательской среды, способствующей интегрированию различных отраслей экономики¹.

В связи с формированием экономико-институциональных основ рыночного хозяйствования и реализацией соответствующих организационно-экономических отношений проблема определения условий эффективной информационной поддержки развития предпринимательства в сельском хозяйстве РФ приобретает особую значимость. Производственно-сбытовая структура предпринимательства в аграрном секторе характеризуется нецелостностью, обусловленной во многом слабой формализацией и институционализацией предпринимательских сделок и высокой долей неформальных взаимодействий, поэтому разработка комплекса мероприятий, позволяющих обеспечить повышение уровня экономической эффективности сельскохозяйственного производства за счет обеспечения информационной поддержки участников предпринимательских контактов, перерастает в актуальную научно-практическую проблему. Из-за явного несоответствия уровня развития процесса формализации и институционализации сельского хозяйства другим

¹ Ушачев И. Г. Проблемы управления агропромышленным комплексом России // АПК: Экономика, управление. 2000. № 1.

направлениям рыночных трансформаций решение поставленной проблемы видится в необходимости использования условий для их оптимального развития. Наряду с универсальными объективными причинами и целями развертывания предпринимательской деятельности в аграрном секторе экономики имеются и свои специфические. Они связаны с необходимостью преодоления тенденции функционирования российского сельского хозяйства как экономически малоэффективного и хронически отстающего по важнейшим экономическим показателям по сравнению с аграрным производством развитых стран¹. Кроме того, в условиях становления открытой экономики России, все большего вовлечения ее в систему международных хозяйственных связей обостряется проблема конкурентоспособности отечественных сельхозтоваропроизводителей на мировом аграрном рынке.

Современное российское предпринимательство в аграрной сфере как структурно-организованная система производственных отношений, экономико-институциональные основы которой способствуют минимизации совокупных издержек сельхозтоваропроизводителей, во многом обосновывает свою эффективность степенью взаимодействия и взаимодополнения формальных и неформальных форм ведения бизнеса и осуществления сделок. При этом сделки, которые осуществляются на основе правил, установленных в форме официальных текстов, или закрепляются третьей стороной в договоренностях, в роли гарантов которых выступает та или иная государственная организация, можно обозначить как формальные. В свою очередь сделки, осуществляемые на основе правил, существующих в памяти участников и организаторов предпринимательской деятельности в сельском хозяйстве, обязательному выполнению которых следуют хозяйства, перерабатывающие и торговые предприятия, можно определить как неформальные. Другими словами, в качестве неформальных сделок стоит рассматривать подавляющую часть операций, осуществляемых на уровне домашних хозяйств и индивидуальных предпринимательских проектов, разворачивающихся за пределами действующих юридических норм, вне регистрации и фискального учета. В этом заключается принципиальное отличие от практики рассмотрения «неформальных операций» западными исследователями – в отличие от общепринятой в западной теории и практике точки зрения, предполагающей, что приверженность установленным правилам является первостепенным критерием участия в «формальной» экономике, в то время как несоблюдение или обход установленных правил является критерием участия в «неформальной» экономике, «неформальная» экономика в ее современном российском варианте не только не противостоит экономике «формальной», но лишь внутри последней и существует, выступая естественным и закономерным следствием легальных статусов хозяйственных и властвующих субъектов².

Необходимо отметить, что информационная поддержка участников предпринимательских сделок в сельском хозяйстве в качестве системы повышения эффективности аграрного предпринимательства будет действовать в случае отказа от выделения преимущества традиций и обычаев как инструментов реализации неформальных сделок перед институциональными соглашениями и установками как инструментами реализации формальных сделок. В случае подобного неравного противопоставления окажется, что при увеличении объемов производства в крестьянских (фермерских) хозяйствах или у индивидуальных предпринимателей – сельхозтоваропроизводителей их продукция может продаваться перерабатывающим предприятиям без учета экономических интересов последних, то есть за рамками заключения формальных сделок купли-продажи аграрного сырья. Однако на практике во избежание потерь аграрной продукции и в целях достижения цен равновесия эти субъекты предпринимательства применяют такую форму информационной поддержки собственного участия в сделках формального и неформального характера как контрактирование, позволяющее сформулировать предложение по сделке и закрепить его на

¹ Золотарев И. И., Пастушкова Л. Н. Государственное регулирование как необходимое условие развития предпринимательства в аграрной сфере в условиях транзитивной экономики // Вестник Тамбовского государственного университета. Сер. Гуманитарные науки. 2007. № 11 (55). С. 99–102.

² Фадеева О. П. Сельские предприниматели в местном сообществе // Экономическая социология. Т.4. 2003. № 2. С. 73–87.

определенную перспективу. Социально-экономические отношения партнеров по сельскохозяйственному предпринимательству, предполагающие соблюдение контрактных обязательств, строятся на соответствии интересов крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей интересам субъектов посреднического предпринимательства. В случае, если участники предпринимательской сделки игнорируют необходимость выполнения формальных обязательств контракта, их взаимодействие последовательно перемещается в сферу действия общественных или государственных установок. Следовательно, преимущественное противопоставление обычаев и традиций не позволяет учесть неконтролируемое функционирование рынка продовольственных товаров, которое в состоянии формировать устойчивые предпосылки для предпочтительно неформального поведения партнеров по сделке. Экономическое сотрудничество участников предпринимательских сделок, построенное на контрактных отношениях, вне зависимости от преобладания формального или неформального характера сделки будет способствовать трансформации сельхозтоваропроизводителей, продавцов и покупателей в целостную систему рыночных отношений, обеспеченных полноценной информационной поддержкой. Кроме того, к сфере такой информационной поддержки участников предпринимательских сделок могут быть отнесены вопросы, касающиеся возможностей предоставления условий, способствующих развитию материально-технической базы крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей на селе, модернизации или реконструкции их производственных мощностей, внедрения прогрессивных технологий аграрного производства и гарантии сбыта сельскохозяйственной продукции. Закрепление долговременных хозяйственных связей между юридическими и физическими лицами как участниками формальных и неформальных предпринимательских сделок обеспечивает включение этих хозяйствующих субъектов в систему эффективной реализации отношений производства, распределения, обмена и потребления сырья или сельскохозяйственной продукции; применение контрактов как инструмента информационной поддержки сделки и обеспечения взаимосвязи производства, распределения, обмена и потребления продовольственных товаров объединяет субъектов производственного и посреднического предпринимательства в сельском хозяйстве¹.

При реализации информационной поддержки участников предпринимательских сделок на основе контрактных отношений появляется также возможность рассматривать экономически и юридически самостоятельные предприятия в качестве участников единого воспроизводственного процесса. Расширение такой формы информационной поддержки может осуществляться за счет внедрения в предпринимательскую практику различных способов правоприменения, принуждения и обеспечения контроля над исполнением формальных и неформальных условий сделок. Подобная система информационной поддержки, безусловно, могла бы способствовать развитию хозяйственной предприимчивости и инициативы крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей на селе, обеспечивать формальное сопровождение при проведении государственных закупок того или иного вида сельскохозяйственной продукции, льготном кредитовании и налогообложении производственного и посреднического предпринимательства в аграрном секторе экономики.

Кроме того, использование формальных инструментов информационной поддержки предпринимательских сделок позволяет получить дополнительный координационный эффект, обеспечивающий соблюдение контрактных обязательств, несмотря на отсутствие в действующем законодательстве РФ конкретных санкций к субъектам предпринимательства, не выполняющим своих обязательств, особенно в рамках неформальных сделок. Очевидно, что подобные действия партнеров по сделке приводят к росту издержек сельхозтоваропроизводителей, а также перерабатывающих и торговых предприятий. Информационная поддержка должна быть направлена на замещение издержек крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей в сельском хозяйстве затратами агентов, уклоняющихся от выполнения формальных и неформальных соглашений; причем эти

¹ Бигдай О. Б. Объективная необходимость формальной институционализации воспроизводственного процесса в системе АПК // Вестник Российской академии сельскохозяйственных наук. 2007. № 5.

издержки могут выражаться как в форме прямых санкций, так и в форме упущенной выгоды, которую мог бы получить предприниматель при добросовестном соблюдении его партнером условий контрактации. Предлагаемая система информационной поддержки должна опираться на достоверную информацию по фактам нарушений контрактных обязательств, обеспечивать проведение мониторинга выполнения контрактов и содержать стоимостную величину санкций, применяемых к нарушителям формальных и неформальных сделок.

Система информационной поддержки участников предпринимательских сделок должна учитывать, что эффективное функционирование крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей в сельском хозяйстве изначально возможно при условии соблюдения формальных обязательств в отраслях, производящих средства производства для сельского хозяйства. В этих сферах государство, безусловно, должно выступать гарантом увеличения денежных доходов субъектов сельскохозяйственного предпринимательства за счет различных программ целевой поддержки. В этом отношении можно привести в качестве примера опыт многих регионов РФ, реализующих системы информационной поддержки в рамках федеральных и региональных программ финансирования. Так, с 2003 г. в Волгоградском регионе активно выполняется федеральная целевая программа «Социальное развитие села до 2010 г.». Сейчас в регионе реализуется сразу несколько жилищных программ для села, активно привлекаются иностранные инвестиции, в стройиндустрии внедряются технологии и материалы, способствующие снижению стоимости жилья. В основу главного механизма реализации федеральной целевой программы заложен принцип софинансирования. Долевое участие в решении жилищной проблемы сельской молодежи принимают бюджеты всех уровней. В 2006 г. Министерство сельского хозяйства РФ выделило Волгоградской области на эти цели 60 млн рублей, областной бюджет — 72 млн рублей. В прошлом году сельские жилищные сертификаты получили 812 молодых семей и молодых специалистов. Уже в январе 2007 г. в девяти районах области для молодежи сдано индивидуальных домов общей площадью 13 тыс. м². В целом финансирование программы обеспечения жильем молодых специалистов и молодых семей на селе финансируется по следующей схеме: 30% — федеральный бюджет, 40% — областной бюджет и 30% — средства работодателей и получателей жилья. Подобная форма реализации информационной поддержки может рассматриваться как эффективный вариант мобилизации участников сделок совместно с государством для достижения совместных целей экономического роста на селе¹.

Таким образом, система информационной поддержки участников предпринимательских сделок становится действенным инструментом санкционированного воздействия на процесс обеспечения условий контрактации в сельском хозяйстве (рис. 1).



Рис. 1. Преимущества информационной поддержки аграриев

¹ Войченко Н. А. Земля зовет // Босс. 2007. № 4.

В конкретной предпринимательской практике в сельском хозяйстве оно может принимать различные способы реализации (рис. 2):

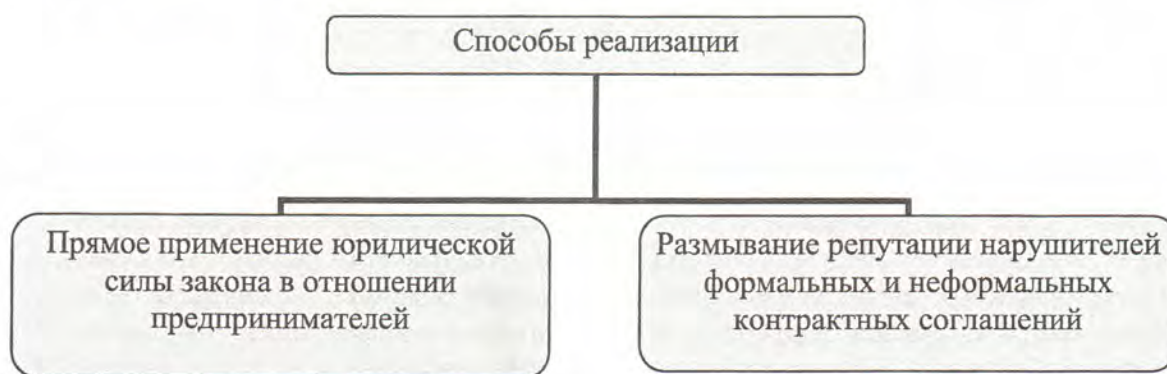


Рис. 2. Способы реализации информационной поддержки

Перечисленные схемы гарантирования исполнения условий контрактации безусловно должны рассматриваться как взаимодополняющие и могут применяться в системе информационной поддержки участников предпринимательских сделок в сельском хозяйстве независимо от степени формализации.

Литература:

1. Бигдай О. Б. Объективная необходимость формальной институционализации воспроизводственного процесса в системе АПК / О. Б. Бигдай // Вестник Российской академии сельскохозяйственных наук. – 2007. – № 5.
2. Войченко Н. А. Земля зовет / Н. А. Войченко // Босс. – 2007. – № 4.
3. Золотарев И. И. Государственное регулирование как необходимое условие развития предпринимательства в аграрной сфере в условиях транзитивной экономики / И. И. Золотарев, Л. Н. Пастушкова // Вестник Тамбовского государственного университета. Сер. Гуманитарные науки. – 2007. – № 11 (55). – С. 99–102.
4. Фадеева О. П. Сельские предприниматели в местном сообществе / О. П. Фадеева // Экономическая социология. Т. 4. – 2003. – № 2. – С. 73–87.
5. Ушачев И. Г. Проблемы управления агропромышленным комплексом России / И. Г. Ушачев // АПК: Экономика, управление. – 2000. – № 1.

Бондаренко Майя Павловна,
к. э. н., доц. кафедры экономики и управления
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: maууа_k@mail.ru

Сущностно-содержательный анализ корпоративного управления социально-ответственного бизнеса во взаимосвязи с экологизацией его хозяйственной деятельности The Essential Substantive Analysis of Corporate Management of Socially Responsible Business in Interaction with the Ecologization of Business Activity

Рассмотрены сущность и содержание управленческих процессов с позиции учета в них на первом месте экологического фактора в процессе формирования принципов экологически ориентированного корпоративного управления и организационно-экономического механизма его реализации при участии корпораций как социально ответственного бизнеса.

The paper presents the essence and the substance of management processes from a perspective of an ecological factor in the process of forming principles of ecologically oriented corporate management and business mechanism of its realization involving corporations as socially responsible business.

Ключевые слова: корпоративное управление; социально-ответственный бизнес.

Keywords: corporate management; socially responsible business.

Развитие корпоративного сектора в экономике России находится в достаточно активной фазе и происходит на фоне углубления социально-эколого-экономического кризиса. В связи с этим возникает широкий спектр организационно-экономических и экономико-правовых вопросов, связанных с необходимостью разработки и усовершенствования хозяйственного механизма экологически ориентированного корпоративного управления социально-ответственного бизнеса (СОБ).

Формирование принципов экологически ориентированного корпоративного управления и организационно-экономического механизма его реализации при участии СОБ изначально требует рассмотрения сущности и содержания управленческих процессов с позиции учета в них на первом месте экологического фактора.

В общем случае управление определяется как сознательное воздействие человека на различные объекты и протекающие в окружающем мире процессы, которое осуществляется с целью придать процессам определенную направленность и получить желаемые результаты¹.

Под управлением производственной системой понимают совокупность процессов, обеспечивающих поддержание системы в заданном состоянии и (или) перевод ее в новое (более желательное, планируемое) состояние путем организации и реализации целенаправленных управляющих воздействий².

Но исходя из общеизвестной теории управления механизм управления любой областью хозяйственной деятельности предприятия любой формы собственности может осуществляться и эффективно функционировать в единстве таких основных функций управления, как организация, планирование, мотивация, прогнозирование, регулирование, учет и контроль. Нельзя забывать, что только при выполнении всех этих функций в необходимом объеме в определенной последовательности (в зависимости от конкретной ситуации) соответствующая система инструментов может считаться в полном смысле управляющей.

Комплексный механизм управления СОБ рассматривается как совокупность экономических, мотивационных, организационных и правовых методов и способов целенаправленного взаимодействия субъектов хозяйствования и воздействия на их деятельность, обеспечивающих согласование интересов взаимодействующих сторон, объектов и субъектов управления.

Конкретные методы осуществления основных функций управления, выбор организационных структур и механизмов во многом определяются особенностями объекта управления. В нашем случае объектом управления является экологическая деятельность крупных акционерных компаний и их подразделений, стремящихся к форме СОБ, их сфера рационального природопользования и охраны окружающей среды, которая и подлежит корпоративному регулированию.

Таким образом, речь идет о формировании основ экологизации управления акционерными компаниями и организационно-экономического механизма его реализации с учетом специфики СОБ.

Теоретико-методологические и правовые основы корпоративного управления имеют достаточно широкое и глубокое изложение в экономической и юридической литературе. Они конструктивно изложены в соответствующих законодательных актах, постоянно уточняются и корректируются. Однако, как отмечалось ранее, существующая организационно-экономическая

Райзберг Б. А., Фатхудинов Р. А. Управление экономикой : учебник. М. : Интел-Синтез, 2006. С. 78.

Хмель Ф. И. Менеджмент : учебник. М. : Высшая школа, 2005. С. 35.

и правовая база практически не регулирует экологические отношения в области корпоративного управления.

Логичным представляется рассмотрение имеющихся взглядов на сущность и содержание корпоративного управления в контексте устойчивого социально-экономического развития и экологического регулирования производственно-хозяйственной деятельности акционерных компаний, стремящихся к виду СОБ. В настоящий момент в экономической литературе сущность и содержание просто корпоративного управления излагается неоднозначно и, как правило, рассматривается в узком и широком смысле.

Узкое понимание корпоративного управления заключается в обеспечении деятельности менеджеров по управлению предприятием в интересах владельцев-акционеров. Многие исследователи рассматривают корпоративное управление только как пути и способы, с помощью которых все внешние финансовые инвесторы (держатели акций и кредиторы корпораций) гарантируют доход на свои инвестиции. Достаточно традиционной становится довольно узкая трактовка корпоративного управления, связывающая его с установлением баланса интересов разных групп заинтересованных лиц (акционеров, инвесторов, финансово-кредитных институтов, государственных органов).

По мнению ряда исследователей¹, под корпоративным управлением в узкой трактовке следует понимать также систему отношений между органами государственного управления и должностными лицами эмитентов, владельцами ценных бумаг (акционерами, обладателями облигаций и иных ценных бумаг), а также другими заинтересованными лицами, так или иначе вовлеченными в управление эмитентом как юридическим лицом. В данном случае акцент делается на таких участниках корпоративных отношений, как менеджеры, наемные работники, акционеры-владельцы компании, кредиторы, органы государственной власти. Именно они и выступают первыми сторонниками переориентации простого корпоративного управления в специфического: с учетом социального и экологического аспектов деятельности корпораций.

Теоретико-методологический интерес с точки зрения экологизации представляет интерпретация корпоративного управления в широком смысле («расширительная» интерпретация). Во-первых, потому что она отражает более широкий спектр факторов (субъектов), обуславливающих эффективность (результативность) функционирования корпораций – внешних и внутренних, прямых и косвенных, организационных, экономических, социальных, экологических, правовых. Во-вторых, потому что в своем большинстве современные корпорации – это совокупность юридических и физических лиц, имеющих свои интересы.

Так, в работе А. Радыгина², в рамках так называемой концепции соучастия, корпоративное управление – это учет и защита интересов как финансовых, так и нефинансовых инвесторов, вносящих вклад в деятельность корпорации. К нефинансовым инвесторам могут относиться служащие, поставщики, местные власти и др.

Корпоративное управление в широком смысле рассматривают как элемент общей системы управления, присущий только предприятиям в организационно-правовой форме акционерных обществ; оно заключается во взаимодействии акционеров, менеджеров, кредиторов, работников, специалистов, служащих, поставщиков, клиентов и других субъектов корпоративных отношений, на которых влияет деятельность общества.

Ю. Винслав³ корпоративное управление в широком понимании представляет как систему управленческих отношений между взаимодействующими хозяйствующими субъектами (в том числе руководящими и подчиненными) по поводу субординации и гармонизации их интересов, обеспечения синергии как их совместной деятельности, а также их

¹ Винслав Ю. Становление отечественного корпоративного управления: теория, практика, подходы к решению ключевых проблем // Российский экономический журнал. 2001. № 2. С. 15–28.

² Радыгин А. Внешние механизмы корпоративного управления и их особенности в России // Вопросы экономики. 1999. № 8. С. 80–98.

³ Винслав Ю. Становление отечественного корпоративного управления: теория, практика, подходы к решению ключевых проблем // Российский экономический журнал. 2001. № 2. С. 15–28.

взаимоотношений с внешними контрагентами (включая государственные органы управления) в достижении поставленных целей.

На наш взгляд, трактовка корпоративного управления СОБ в широком смысле является наиболее приемлемой для исследования аспектов его экологизации, особенно для крупных интегрированных (многоуровневых) корпоративных объединений, включающих множество организаций, координируемых из единого управляющего центра компании. В данном случае в проблематику экологизации СОБ могут включаться многие дополнительные аспекты: взаимоотношения между системой высшего руководства и дочерними фирмами (предприятиями-загрязнителями, природопользователями), поставщиками и потребителями продукции, акционерами, инвесторами, финансово-кредитными институтами и т.д.

Следует заметить, что содержание корпоративного управления СОБ раскрывается через объект управленческого воздействия, субъектов корпоративных отношений и складывающихся между ними взаимоотношений в процессе осуществления управления акционерным обществом, в том числе в области рационализации природопользования и экологизации производства.

Для раскрытия сущности и содержания экологизации корпоративного управления СОБ и формирования организационно-экономического механизма экологически ориентированного управления акционерными компаниями необходимо рассмотреть сущность и содержание категорий «экологизация производства» и «экологизация управления».

Литература:

1. Винслав Ю. Становление отечественного корпоративного управления: теория, практика, подходы к решению ключевых проблем / Ю. Винслав // Российский экономический журнал. – 2001. – № 2. – С. 15–28.

2. Радыгин А. Внешние механизмы корпоративного управления и их особенности в России / А. Радыгин // Вопросы экономики. – 1999. – № 8. – С. 80–98.

3. Райзберг Б. А. Управление экономикой : учебник / Б. А. Райзберг, Р. А. Фатхутдинов. – М. : Интел-Синтез, 2006. – С. 78.

4. Хмель Ф. И. Менеджмент : учебник / Ф. И. Хмель. – М. : Высшая школа, 2005. – С. 35.

Беликова Екатерина Владимировна,
аспирант кафедры финансов и кредита,
ст. преподаватель кафедры финансов и кредита
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: polabel@mail.ru

Особенности изменений социально-экономической структуры сельского населения **Peculiarities of Changes in Socio-Economic Structure of the Rural Population**

Изучены и обобщены концепции отечественных и зарубежных исследователей по факторам экономики сельского населения в рыночной экономике. Определены и проанализированы особенности социально-экономической структуры сельского населения.

The article deals with the concepts of domestic and foreign researchers in Economic Factors of the rural population in the Market Economy. The paper discusses the peculiarity of socio-economic structure of the rural population.

Ключевые слова: сельское население; экономика сельского населения; экономические факторы структуры сельского населения.

Keywords: rural population; Economy of rural population; economic factors on the structure of the rural population.

Как отмечает С. В. Киселев, экономика села – это система отраслей и видов деятельности, включающая в себя кроме сельского и лесного хозяйства добывающие и перерабатывающие отрасли промышленности, сферу услуг, функционирующие в сельской местности, а также инфраструктуру¹.

Структура АПК состоит из сельскохозяйственных предприятий, предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности, федеральных структур, осуществляющих деятельность в сфере агропромышленного производства, крестьянских (фермерские) хозяйств, личных подсобных хозяйств.

Вклад сельского хозяйства в экономический рост страны может быть оценен по трем различным направлениям:

- создание валового внутреннего продукта;
- участие в товарообороте и доля товарной продукции, производимой предприятиями АПК;

- общий вклад каждой отрасли сельского хозяйства в экономику страны и ее рост.

Участие сельского хозяйства в создании валового внутреннего продукта можно оценить по ряду показателей:

- абсолютному объему произведенной продукции и изменению ее структуры;
- объемам производства агропродуктов в расчете на одного жителя или на одного занятого в сельхозпроизводстве.

При этом необходимо отметить наличие следующих зависимостей:

- степень участия аграрного сектора в экономическом росте тем выше, чем больше доля агропроизводства в валовом внутреннем продукте;

- вклад сельского хозяйства в экономический рост тем больше, чем выше темпы роста агропродукции по сравнению с темпами роста производства в других отраслях экономики².

¹ Сельская экономика : учебник / под ред. С.В. Киселева. М. : ИНФРА-М, 2008.

² Полюбина И. Б. Основные направления развития рыночных отношений в АПК России // Экономика с/х и перерабатывающих предприятий. М., 1996. С. 29.

В сельском хозяйстве земля выступает как главный фактор производства, что обуславливает своеобразие технологического процесса производства.

Экономические отношения в сельском хозяйстве как составная часть экономических отношений – это прежде всего отношения между населением, т.е. социальные отношения. Она характеризуется отношениями в сельскохозяйственной сфере, которые возникают по поводу производства, воспроизводства, обмена, распределения и потребления товаров и материальных благ.

Основу социально-экономической структуры отношений в сфере сельского хозяйства образует система отношения собственности на землю.

Сельские отношения охватывают весь процесс расширенного воспроизводства и его взаимосвязи с другими сферами аграрного сектора.

Субъектами аграрно-экономических отношений выступают:

- сельские предприятия различных форм собственности;
- работники сельской местности, занятые в деятельности предприятий производственной и социальной сферы;
- работники следующих отраслей: перерабатывающей, производственной, торговли.

Спецификой сельскохозяйственной отрасли являются: зависимость результатов производства от природно-климатических условий территории, большая территориальная рассредоточенность производственных объектов производства, низкий производственный потенциал, ярко выраженная сезонность производства, работа с животными, растениями и возобновляемыми средствами производства, зависимость от покупательского спроса на основные продукты питания, сильная конкуренция и демпинговые цены со стороны импортной продукции сельского хозяйства.

С. В. Киселев выделяет такие факторы развития сельской экономики, как:

– выпуск товаров и услуг – представляет собой суммарную стоимость товаров и услуг, являющихся результатом экономической деятельности за определенный период. Изменение этого показателя позволяет судить о наличии или отсутствии экономического роста;

– природные ресурсы – количество и качество природных ресурсов наряду с интенсивностью эксплуатации и эффективностью их использования в значительной степени определяют уровень и темпы роста экономического развития;

– трудовые ресурсы – это экономически активное трудоспособное население;

– капитал – многие экономисты рассматривают капитал в качестве ключевого фактора экономического роста и развития;

– технический прогресс – является одним из наиболее значимых факторов экономического развития. Сообщество может создавать благоприятные условия для экономического роста, повышая производительность и эффективность использования ресурсной базы, капитала, труда, улучшая научно-экспериментальную базу под влиянием технического прогресса¹.

Нам представляется, что среди факторов экономического порядка, оказывающих влияние на экономику сельского населения, необходимо еще отметить следующие: низкий уровень производственного потенциала сельхозпредприятий, уровень организации сельхозпроизводства, уровень развития инфраструктуры, объем и эффективность использования инвестиций.

Производственный потенциал сельского хозяйства характеризуется состоянием основных производственных фондов предприятий сельского хозяйства.

В практике планирования и учета к основным фондам села относятся здания, сооружения, машины, оборудование, ЭВМ, транспортные средства, инструмент, продуктивный скот, которые являются основной частью средств труда. Основные фонды социальной сферы села включают 10 типов: учреждения торговли, общественного питания, здравоохранения,

¹ Сельская экономика : учебник / под ред. С. В. Киселева. М. : ИНФРА-М, 2008. С. 35.

дошкольные, школьные, бытового обслуживания, культуры, спорта, административно-общественные, жилые дома¹.

Из данных табл. 1 видно, что парк основных видов сельскохозяйственной техники значительно снижается. Количество тракторов в 2007 г. по сравнению с 1992 г. снизилось в 2,5 раза. Такая же ситуация отмечается практически по всем видам сельскохозяйственной техники. Количество комбайнов снизилось за период 1992–2007 гг. в 3,4 раза.

Таблица 1

Парк основных видов техники в сельскохозяйственных организациях
(на конец года; тыс. штук)²

	1992	1995	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Тракторы ¹⁾	1290,7	1052,1	746,7	646,4	586,0	532,0	480,3	439,6	405,7
Плуги	460,3	368,3	237,6	202,4	184,5	166,1	148,8	132,8	121,2
Культиваторы	541,6	403,5	260,1	226,4	208,5	191,8	175,5	162,6	153,4
Сеялки	582,8	457,5	314,9	276,9	255,5	238,4	218,9	203,9	178,7
Комбайны:									
зерноуборочные	370,8	291,8	198,7	173,4	158,3	143,5	129,2	117,6	107,7
кукурузоуборочные	10,0	7,4	4,4	3,6	3,1	2,6	2,2	1,8	1,5
кормоуборочные	120,1	94,1	59,6	49,7	43,9	38,7	33,4	29,5	26,6
картофелеуборочные	30,9	20,6	10,0	7,4	6,2	5,2	4,5	4,0	3,7
льноуборочные	8,5	5,9	3,2	2,6	2,4	2,1	1,8	1,6	1,3
Свеклоуборочные машины (без ботвоуборочных)	24,7	19,7	12,5	10,6	9,6	8,5	7,2	6,2	5,3
Косилки	208,2	161,6	98,4	86,0	78,0	71,1	63,9	58,3	53,8
Пресс-подборщики	79,5	65,1	44,0	40,6	38,0	35,2	32,4	30,2	28,7
Жатки валковые	218,7	152,2	85,2	68,7	60,2	53,5	46,9	41,9	37,6
Дождевальные и поливные машины и установки	69,5	46,3	19,2	14,4	12,1	10,1	8,6	7,5	6,7
Разбрасыватели твердых минеральных удобрений	111,3	71,6	34,3	27,7	24,4	21,7	19,7	18,7	17,9
Машины для внесения в почву органических удобрений:									
твердых	80,0	48,8	22,0	17,5	15,1	12,8	10,9	9,6	8,8
жидких	38,6	26,2	12,1	9,3	8,1	6,9	5,8	5,1	4,7
Опрыскиватели и опыливатели тракторные	88,6	56,9	32,5	29,1	27,2	25,7	24,6	24,1	24,5
Доильные установки и агрегаты	197,5	157,3	88,7	74,2	65,7	58,0	50,3	44,0	39,8

¹⁾ Без тракторов, на которых смонтированы землеройные, мелиоративные и другие машины.

Как видно из данных табл. 1, за весь период практически не ведется обновление средств механизации трудовых процессов. Все это влечет за собой снижение производительности труда и, как следствие, неустойчивое функционирование сельскохозяйственной отрасли.

Сельская местность на всех этапах исторического развития рассматривалась как внутриотраслевая сфера сельского хозяйства. Инфраструктура на селе не получала

¹ Огарков А. П. Концепция и методические рекомендации по созданию современных сельских населенных пунктов. М., 2008. С. 332.

² Россия в цифрах – 2008 : краткий статистический сборник / Росстат. М., 2008. 255 с.

необходимого развития и характеризуется отсталой материально-технической базой большинства ее отраслей.

Уровень благоустройства сельских поселений остается неизменно низким на протяжении последних лет.

Системы водоснабжения на селе в большинстве случаев или сильно изношены или не имеют оборудования для эффективной деятельности.

Дорожная сеть, которая существует на данный момент, во многом не соответствует потребностям сельского населения. Это приводит к проблемам по вывозу товаров сельскохозяйственной деятельности, товаров сельхозпереработки.

Большая часть населения на селе ограничена в получении информации, нет телевизионного, радиосигнала, невозможно использование сети Интернет. Сеть связи общего пользования, объединяющая все виды электросвязи, является составной частью взаимосвязанной сети России, предназначенной для удовлетворения нужд граждан. Во многих местах затруднена даже телефонная связь.

На устойчивое развитие экономики сельского населения также оказывают большое влияние возможность и условия реализации продукции. Отсутствие системы заготовительных организаций, низкий уровень закупочных цен, все возрастающий импорт сельскохозяйственной продукции приводят к возникновению трудностей при реализации сельскохозяйственной продукции.

Все эти факторы непосредственно влияют на сумму прибыли, получаемую сельхозпроизводителями. Таким образом, необходимо учитывать проблемы развития производственно-экономических связей, так как они оказывают существенное влияние на эффективность и устойчивость развития экономики сельского хозяйства.

В условиях большого недостатка материальных и денежных средств в сельской экономике большое значение приобретают технологические и научно-технические факторы.

К технологическим факторам можно отнести: качество семенного материала, минеральные и органические удобрения, средства химической защиты растений от вредителей и сорняков, ресурсосберегающие технологии. К научно-техническим факторам можно отнести: научно-исследовательские работы, новые конструкторские разработки и внедрения.

При организации современного землепользования невнимание к этим факторам приводит к повышению издержек производства.

Предприятия АПК в развитых странах – это отрасль высоких технологий, она развивается как звено многоотраслевого сельского хозяйства.

Таблица 2

Структура инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности
(в % к итогу)¹

	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Инвестиции в основной капитал – всего	100	100	100	100	100	100	100	100	100
в том числе по видам экономической деятельности:									
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	3,7	3,0	4,0	4,6	4,1	4,1	3,9	4,8	5,1
рыболовство, рыбоводство	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

Ухудшение финансового положения сельского хозяйства привело и к сокращению потока собственных инвестиций в этот сектор.

¹ Россия в цифрах – 2008 : краткий статистический сборник / Росстат. М., 2008. 255 с.

Как видно из табл. 2, наблюдается положительная тенденция увеличения инвестиций в сельское хозяйство. Сумма инвестиций в основной капитал сельского хозяйства в 2007 г. по сравнению с 1995 г. возросла на 1,4%, но при этом доля инвестиций в сельское хозяйство остается довольно малой.

Таким образом, необходимо рассматривать аграрный кризис и падение сельского производства, при проводимом реформировании сельского хозяйства, как систему отрицательного влияния экономических, социальных, демографических факторов.

Эти факторы обусловили ряд негативных тенденций дестабилизирующих функционирование и развитие сельского хозяйства.

Как отмечают ученые, исследующие причины кризиса в системе АПК, Т. Нефедова, А. В. Бондаренко, Т. И. Заславская, Н. В. Зубаревич, О. П. Фадеева, кризисные явления в сельском хозяйстве характерны для всех регионов Российской Федерации, но наиболее тяжелые последствия они имеют в регионах, где АПК составляет основу хозяйственного комплекса.

Во многих работах авторы обращают внимание на экономические и социальные группы факторов и указывают о необходимости обязательного учета демографических факторов.

При решении проблемы развития сельского хозяйства необходимо максимально учитывать весь комплекс действующих факторов и их последующую оценку.

Концепции развития АПК должны строиться на экономической, социальной, демографической устойчивости.

Под экономической устойчивостью понимаются возможность предприятий сельского хозяйства действовать достаточно долгое время, стабильная система кредитования, специальная система налогообложения сельхозпроизводителей, а также возможность реализации продукции на внутреннем и внешнем рынках сбыта.

Социальная устойчивость – это повышение уровня образования, здравоохранения на селе, развитие социально-культурного обслуживания населения, транспортной и информационной инфраструктуры.

Демографическая устойчивость определяется уровнем жизни сельского населения, снижением уровня миграции из села в город, повышением рождаемости и изменением половозрастной структуры в сторону омоложения сельского населения.

Литература:

1. Огарков А. П. Концепция и методические рекомендации по созданию современных сельских населенных пунктов : научное издание / А. П. Огарков. – М., 2008.
2. Полюбина И. Б. Основные направления развития рыночных отношений в АПК России / И. Б. Полюбина // Экономика с/х и перерабатывающих предприятий. – М., 1996.– С. 29.
3. Россия в цифрах – 2008 : краткий статистический сборник / Росстат. – М., 2008.
4. Сельская экономика : учебник / под ред. С. В. Киселева. – М. : ИНФРА-М, 2008.

Ващенко Александр Николаевич,
д.э.н., проф., проректор по научной работе
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: vachenkoAN@yandex.ru;

Бондаренко Майя Павловна,
к. э. н., доц. кафедры экономики и управления
Волгоградского института бизнеса

Человеческие ресурсы России: актуальные вопросы бизнес-образования и социальное партнерство Russian Human Resources: Actual Questions of Business Education and Social Partnership

Социальное партнерство в профессиональном образовании – особый вид взаимодействия между образовательными учреждениями, формирование определенного вида близкого взаимодействия – тандем. В данном механизме в качестве однородных устройств выступает система непрерывного образования. В Волгоградской области реализация тандема социального партнерства и образования наглядно представлена и работает в виде системного подхода в управлении образовательным комплексом «Волгоградский колледж бизнеса – Волгоградский институт бизнеса».

Social partnership in vocational education is a special type of interaction between educational establishments, formation of the certain kind of close interaction – a tandem (a tandem – a machine, a mechanism where homogeneous devices are located consistently on one axis). In the given mechanism the continuous formation system offered in an available form to any citizen of Russia acts as homogeneous devices. In the Volgograd region the realization of the tandem between social partnership and education is presented and it works in use of the system approach to educational complex management «Volgograd college of business» and «Volgograd institute of business».

Ключевые слова: бизнес-образование; социальное партнерство; бизнес-пространство; непрерывное бизнес-образование; профессиональное образование.

Keywords: Business Education; social partnership; Business Space; continuous business education; vocational education.

В период плановой экономики концепция бизнес-образования не была и не могла быть реализована. Управлением образования на каждом уровне занималась своя структура. За содержание образования на каждом уровне также отвечали организации, не связанные между собой. Экономические стимулы, способные инициировать взаимодействие учебных заведений различного уровня и бизнеса, отсутствовали.

Становление и развитие рыночных отношений в системе образования России послужило стимулом для процессов интеграции различных ступеней образования. В период с 1990 по 2000 гг. наблюдалась устойчивая положительная динамика роста взаимодействия учебных заведений, реализующих различные уровни и формы обучения.

Концепцией модернизации российского образования на период до 2010 г. определена необходимость расширения пространства социального партнерства, обосновано развитие различных форм взаимодействия его субъектов.

Социальное партнерство в профессиональном образовании – это особый тип взаимодействия образовательных учреждений с различными институтами рынка труда, т.е. с предприятиями-работодателями, департаментом федеральной службы труда и занятости населения, региональными органами исполнительной власти, общественными организациями, высшей школой. Иначе говоря, это формирование определенного вида тесного взаимодействия –

тандема («тандем» – машина, механизм, в котором однородные устройства расположены последовательно на одной оси¹).

Система многоуровневого бизнес-образования в малых городах выступает как средство и путь социального развития партнерства бизнеса и образования, предлагаемые в доступной форме любому гражданину России. В Волгоградской области реализация тандема социального партнерства и образования наглядно представлена и работает в виде системного подхода в управлении образовательным комплексом «Волгоградский колледж бизнеса – Волгоградский институт бизнеса».

Основная цель реализации обозначенного тандема социального партнерства и образования – это содействие процессу подготовки и переподготовки конкурентоспособных квалифицированных работников, адаптирующихся к быстрым изменениям рынка труда. Заинтересованность в таком диалоге работодателей и работников можно объяснить следующим: чем качественнее учебное заведение проведет профессиональную подготовку, тем меньше будет социальных проблем, конфликтов с работодателями, снизится социальная напряженность, увеличится прибыль предприятия.

Интерес к социальному диалогу департамента по труду и занятости населения заключается в том, что несоответствие профессиональных стандартов требованиям рынка труда и, как следствие, низкая квалификация выпускников приводит их на биржу труда. Снизить поток таких безработных, а следовательно, сократить расходы на их переподготовку – в этом и есть заинтересованность органов по труду и занятости населения.

Высшая школа заинтересована в данном партнерстве в связи с притоком в ее ряды профессионально ориентированных молодых специалистов, на деле реализующих идею непрерывного профессионального образования.

Как было отмечено выше, Волгоградский институт бизнеса разработал и активно реализует не только программу социальное партнерство в профессиональном образовании любой ступени, также ВКБ – ВИБ занимается активной реализацией направления, включающего в себя «Программу социального партнерства со школами г. Волгограда и области».

Материально-техническая, научно-методическая и кадровая база колледжа, а также опыт работы со школами, филиалами позволяют инициировать создание образовательного комплекса с полным циклом профессиональной подготовки «дошкольное образование – школа – начальное профессиональное образование – среднее профессиональное образование – дополнительное профессиональное образование».

Система непрерывного образования, реализуемая образовательным комплексом ВКБ – ВИБ, основывается на четырех главных принципах²:

- многоуровневости;
- преемственности образовательных программ разных уровней и образования;
- региональности;
- вариативности.

I. Принцип многоуровневости

Первым уровнем системы является дошкольное образование, где закладываются основы экономического мышления, подготовки к дальнейшему экономическому образованию. С этой целью воспитатели детского сада проходят подготовку в институте бизнеса по профильным экономическим дисциплинам и в беседах, развивающих играх, тематических утренниках, на мини-уроках знакомят детей с азами рыночной экономики по разработанным методическим материалам.

На втором уровне в технологических классах средних школ начинается обучение специальности. Учащиеся, окончив школу, зачисляются на II курс колледжа и имеют возможность на основе перезачета дисциплин продолжить обучение уже на III курсе. Сеть

¹ Толковый словарь русского языка. URL: <http://mega.km.ru/ojigov/encyclop.asp>.

² Вашенко А. А., Ващенко И. А., Шилина Е. В. Образование и человеческие ресурсы региона (на примере Волгоградской области) : монография. Волгоград : ПринТерра, 2006. С. 67.

технологических классов охватывает 33 района Волгоградской области, выполняя прежде всего социальную функцию – приближение профессионального обучения к сельскому жителю, развитие и формирование экономического мышления и правовой культуры.

Третий уровень – начальное профессиональное образование. Лица, окончившие НПО и показавшие хорошие результаты, могут продолжить обучение в колледже на льготных условиях.

Четвертый уровень – среднее профессиональное образование – реализуется на базе колледжа и 9-ти его филиалов, осуществляя обучение на базовом и повышенном уровнях.

Пятый уровень – высшее образование. В данной системе это два учебных заведения: Волгоградский институт бизнеса и представительство Всемирного технологического университета. В институте получают квалификацию специалист, в университете бакалавр и магистр, тем самым расширяется спектр предлагаемых услуг.

Шестой уровень – послевузовское образование – дает возможность обучаться в аспирантуре, докторантуре, закончить факультет второго высшего образования, в том числе педагогический, последипломное повышение квалификации.

II. Принцип преемственности образовательных программ разных уровней и образования реализуется через развитие систем научно-методического обеспечения образования, позволяющих обучающемуся свободно продвигаться в созданном образовательном пространстве. Одна из них кейсовая технология – портфель с набором печатных, электронных других видов методических материалов подготовленных в пояснение студенту для получения профессии. Выпускники, например, 9-го класса общеобразовательной школы могут получить высшее профессиональное образование по четырем схемам:

- школа – НПО – колледж – вуз (8 лет);
- школа – колледж – вуз (6 лет);
- школа – НПО – вуз (8 лет);
- школа – вуз (7 лет).

III. Принцип региональности предполагает ориентацию на образовательные потребности сельского населения: территориальная близость учреждений образования, открытие специальностей технологического профиля, совершенствование социальной структуры современного села. Образовательный комплекс и ориентировка на студентов, получивших образование в сельской местности.

В 9-ти районах Волгоградской области (Суровикинском, Урюпинском, Котельниковском, Камышинском, Палласовском, Ленинском, Фроловском, Новониколаевском, Михайловском) функционируют филиалы колледжа с полным циклом обучения, осуществляющие подготовку по рабочим профессиям и переподготовку кадров (рис. 1). За каждым филиалом закреплены несколько районов прилегающих к нему географически. Таким образом, влияние образовательных учреждений распространяется на весь регион. Нельзя не учитывать и того факта, что филиалы колледжа являются одним из основных очагов культуры, особенно в районах со слабо развитой производственной и социальной инфраструктурой. Они стали основой по формированию человеческих ресурсов в сельских регионах.

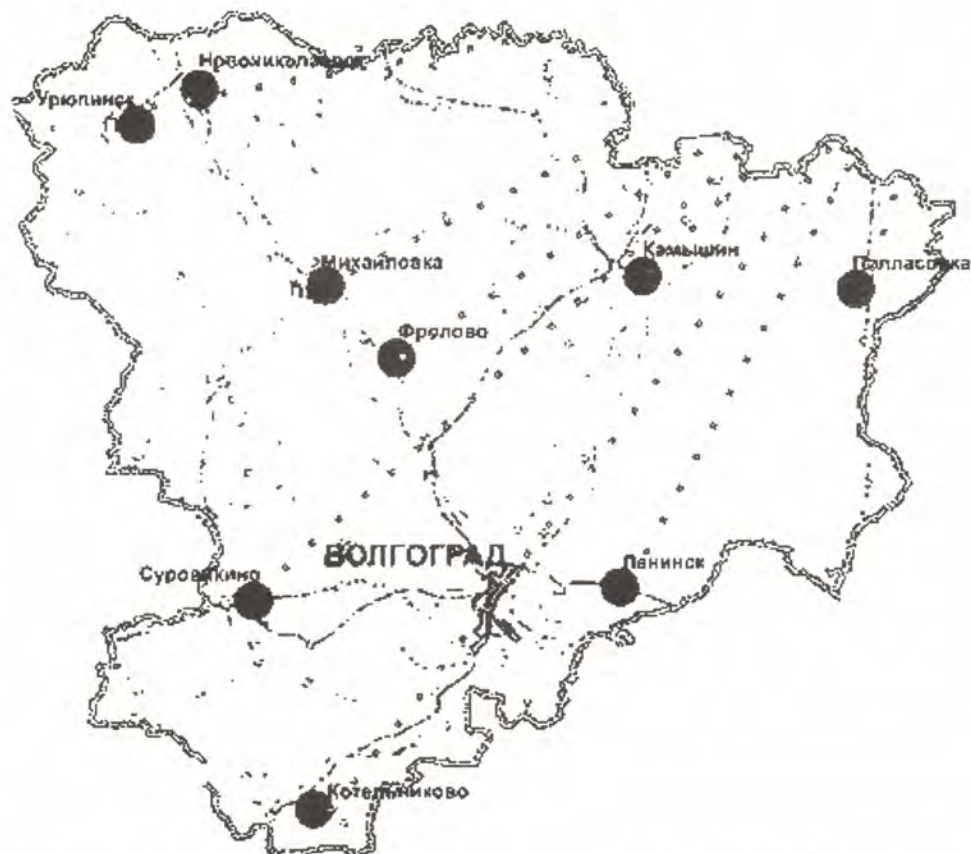


Рис. 1. Географическое расположение филиалов ВКБ – ВИБ в Волгоградской области

Основными направлениями его деятельности являются:

- создание нормативно-правовой основы деятельности филиалов;
- контроль за организацией учебного процесса;
- методическое обеспечение деятельности подразделений;
- подбор кадров;
- создание материально-технической базы филиалов.

Осуществление связи со всеми уровнями власти и управления по формированию человеческих ресурсов.

IV. Принцип вариативности реализуется через диверсификацию образовательных программ. Ее суть состоит в расширении возможностей и вариантов получения профессии, в создании условий, позволяющих обучаемым самостоятельно формировать образовательную траекторию с учетом своих интересов, наклонностей, потребностей.

Необходимость реализации гибких подходов к содержанию образования обусловлена такими социально-экономическими факторами, как изменчивость спроса на конкретные категории специалистов, существенные различия в материальных условиях жизни студенчества, стремлении части молодых людей как можно раньше приступить к практической работе по специальности.

Для действия любой нормальной системы нужно воспроизводство человеческих ресурсов, данная схема расположения филиалов позволяет учесть на месте, как в микрорегионе, т.е. происходит процесс создания собственной действующей системы воспроизводства и повышения качества человеческих ресурсов.

Сейчас очень низкая квалификация работников регионального муниципального образования. Да, они самостоятельный орган самоуправления, но они нуждаются в квалифицированных кадрах, которые отсутствуют.

Старая система подготовки кадров исчерпала себя и находится в конфронтации с существующим положением дел, количеством и качеством человеческих ресурсов. Село

продолжает «откачивать» человеческие ресурсы, все меньше и меньше выпускников возвращается после учебы в городе в сельскую местность. Это действует более 15 лет.

Ежегодно проводится анализ по действию данной системы. Там где расположены учебные заведения ВКБ – ВИБ, до 50% выпускников работают в системе управления районом, 30–40% работают в административных органах. С помощью родственных связей развивается малый бизнес. Созданная система в процессе своего функционирования непрерывно создает систему развития человеческих ресурсов в селе.

К сожалению, данная система лишена поддержки со стороны администрации региона, а ведь дополнительные гранты для написания дипломных, кандидатских и докторских работ по материалам и проблемам региона с учетом специфики человеческих и природных ресурсов могут существенно мотивировать реальное развитие научной и практической деятельности на месте проживания студента, аспиранта, докторанта.

Теперь необходимо готовить не просто специалистов, а возрождать и формировать новые социальные группы. Речь идет о широком экономическом и коммерческом образовании населения, владельцев и совладельцев собственности, заинтересованных в ее эффективном использовании, формировании человеческих ресурсов в регионе.

С помощью создания системы многоуровневого бизнес-образования идет формирование образования как инструмента сращения человеческих ресурсов. В учебных заведениях ВКБ – ВИБ нет проблем с набором.

Разработаны и действуют принципы социального партнерства и образования:

- 1) заинтересованности;
- 2) взаимосвязи мотивации и вознаграждения;
- 3) синергетического эффекта достижения целей партнерами;
- 4) равноправия – равного вклада обоих партнеров;
- 5) социальной защищенности партнеров;
- 6) развития совместного экономического эффекта при объединении усилий.

Существующее бизнес-образование в регионе позволяет создать единую систему социального партнерства в Волгоградской области и поддерживать работающий механизм взаимодействия бизнес-пространства и образования.

Если при реализации концепции тандема «социальное партнерство – образование», с учетом грамотного и своевременного анализа рынка труда Волгоградского региона и непрерывного социального диалога, использовать элементы проекторного менеджмента, то можно решить следующие задачи:

- получить реальную картину потребности рабочих кадров в регионе;
- улучшить взаимосвязи между ВКБ – ВИБ как одним из представителей непрерывного образования Волгоградской области, и работодателями;
- получить информацию для разработки новых учебных планов, учебных программ, а также выявить характерные тенденции, общие для всех работодателей Волгоградского региона;
- учесть пожелания социальных партнеров по поводу увеличения периода производственной практики на их базе, начиная с 1-го курса;
- получить отзывы от работодателей на профессиональные характеристики и новые учебные программы.

Очевидно, что социальный диалог и партнерские связи сегодня выступают действенным средством обеспечения доступности профессионального образования, становятся необходимым механизмом совершенствования качества профессионального образования, повышают эффективность деятельности образовательных учреждений, содействуют опережающему развитию профессионального образования.

На сегодняшний момент наиболее актуальна необходимость выработки стратегии, методов и механизмов сбалансированности рынков труда и образовательных услуг, что особенно важно не только в условиях формирования тенденции роста промышленности Волгоградского региона, но и в связи с переводом системы профессионального образования с федерального на областной бюджет.

Определяя задачи на перспективу, необходимо особо отметить две, которые должны решаться в первую очередь в Волгоградской области.

Первая из них – это создание условий для осуществления программы «Обучение в течение всей жизни». В связи с быстрыми темпами развития технологий и существующей неопределенностью рынка труда человек встает перед необходимостью приобретать новые умения и квалификации в течение всей жизни. И эти новые умения должны наращиваться на приобретенные ранее. Такое приращение должно носить постоянный характер, что в корне меняет роль и место образования и обучения в обществе. Обучение в течение всей жизни должно предполагать, прежде всего, горизонтальную мобильность, гибкую образовательную политику, ориентированную на спрос разных слоев населения и рынка труда. Для системы профессионального образования – это подготовка, переподготовка и повышение квалификации.

Второй задачей является постепенный переход на модульное обучение, основанное на компетенциях. Модульное обучение используется в системе ВКБ – ВИБ с 2003 г. Интегрированное сочетание знаний, умений и компетенций должно позволить человеку выполнять профессиональную деятельность в современной трудовой среде и адаптироваться в изменившейся ситуации. Как показывает практика, работодателю неважно, сколько часов изучал специалист тот или иной предмет. Важно, что он знает и умеет и на что способен. В контексте сказанного выше одной из самых важных предпосылок перехода на модульное обучение, основанное на компетенциях, является тесная связь со сферой труда.

Социальное партнерство системы образования и сферы труда характеризуется многообразием субъектов и институтов партнерских отношений, многоликостью форм договоров и соглашений, а также неупорядоченностью организационных структур и механизмов регулирования социального диалога. При анализе социального партнерства в образовательной сфере России необходимо учитывать особенности партнерских отношений двоякого рода:

- 1) партнерские отношения внутри системы образования;
- 2) взаимоотношения учебных заведений с предприятиями, объединениями работодателей, властными структурами, политическими организациями.

Субъектами и институтами социального партнерства внутри системы образования являются преподаватели, работники образовательных учреждений, профсоюзные организации, руководители учебных заведений и органов управления образованием. Система социального партнерства строится в основном по принципу двусторонних соглашений. Субъектами социального партнерства профессионального образования и сферы труда являются учебные заведения, работники, работодатели и государство. Представительными институтами сторон партнерских отношений в этом случае выступают: от учебных заведений – руководители учебных заведений, представители учредителя, собственника, попечительских советов, советов директоров учебных заведений, органов государственного управления системой образования. Интересы работодателей представляют руководители предприятий, учреждений, министерств и ведомств, представители общественных объединений работодателей, предпринимателей. От имени государства выступают руководители министерств, ведомств, органов исполнительной власти субъектов РФ, органов местного самоуправления.

Важнейшая функция органов государственной власти – разработка правовых и нормативных основ социального партнерства в образовании, механизма его совершенствования, создание организационных структур, правил взаимодействия сторон, установление обоснованных критериев, стимулирующих процесс договорных отношений учебных заведений с предприятиями и организациями.

Правовую основу системы социального партнерства составляют законодательство РФ, нормативные и правовые акты, регулирующие социально-трудовые отношения, положения Конвенций и рекомендаций МОТ. Основные принципы социального партнерства заключаются в следующем:

- 1) соблюдение норм законодательства; полномочность представителей сторон;
- 2) равноправие сторон в свободе выбора и обсуждении содержания коллективных договоров, соглашений;

- 3) добровольность сторон в принятии на себя обязательств;
- 4) реальность обеспечения принимаемых обязательств;
- 5) систематичность контроля и ответственность за выполнение обязательств.

Как свидетельствует отечественный опыт такого ряда, договора и соглашения заключаются в основном на уровне профессионального учебного заведения, а также на территориальном (город, район) и региональном уровнях.

Таким образом, социальный диалог и социальное партнерство в сфере профессионального образования заявили о себе как о неотъемлемом условии процесса модернизации образования, а следовательно, можно констатировать, что социальное партнерство является стратегическим вектором, определяющим направление успешности современного профессионального образования и поэтому требует к себе повышенного внимания и единства действий всех заинтересованных сторон.

Смысл социального партнерства в России сегодня – это взаимовыгодное взаимодействие в рамках общественного треугольника, включающего государственные структуры, предпринимательские структуры, а также профессиональные союзы и общественные организации.

Создание справедливой системы социального порядка в интересах большинства народов России не может быть делом только государства. Мировой опыт, в том числе опыт дореволюционной России, показывает, что преодолеть социальные конфликты в одиночку не могут ни государство, ни рынок, ни семья. На наш взгляд, тандем «социальное партнерство – образование» как конструктивное взаимодействие различных сил на общественной арене способно обеспечить людям равные возможности для достойной жизни.

Литература

1. Ващенко А. А. Образование и человеческие ресурсы региона (на примере Волгоградской области): монография / А. А. Ващенко, И. А. Ващенко, Е. В. Шилина. – Волгоград : ПринТерра, 2006. – С. 67.
2. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.URL: http://mega.km.ru/ojigov/encyclop.asp](http://mega.km.ru/ojigov/encyclop.asp).

Кузеванова Ангелина Леонидовна,
к. с. н., доц. кафедры экономики и управления
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: angelina2000@list.ru

Кадровый менеджмент как фактор конкурентоспособности предприятия Personnel Management as the Factor of Competitiveness of the Enterprise

Автор статьи приходит к выводу, что кадровый менеджмент можно рассматривать как фактор конкурентоспособности организации в условиях рыночной экономики. Обеспечивая высокое качество кадрового потенциала фирмы, кадровая служба способствует повышению эффективности деятельности предприятия и создает основу для формирования конкурентных преимуществ организации.

The author of article comes to a conclusion that personnel management can be considered as the factor of competitiveness of the organisation in the conditions of market economy. Providing high quality of personnel potential of a firm, the personnel service promotes increase of efficiency of enterprise activity and creates a basis for formation of competitive advantages of the organization.

Ключевые слова: кадровая политика; кадровый потенциал; конкурентоспособность; кадровый менеджмент; методы управления персоналом.

Keywords: personnel policy; human resources; competitiveness; personnel management; methods of personnel management.

Радикальные преобразования в экономической, социальной и политической сферах, происходившие в нашей стране в 90-х гг. прошлого века, оказали влияние на развитие системы управления. Бизнес стал искусством «оптимального сочетания ориентации на удовлетворение потребностей с рациональным использованием ресурсов, которое способствовало бы развитию производства в долгосрочной перспективе»¹. Отказ от системы административно-командной экономики, централизованного планирования развития народного хозяйства и единого ценообразования привели к кардинальным изменениям и в системе управления кадрами предприятия. Новая кадровая политика формировалась в условиях сохранения некоторых стереотипов советской управленческой практики и формирования современных тенденций кадрового менеджмента, складывавшихся под влиянием западного опыта развития менеджмента. Современный российский кадровый менеджмент, сочетающий в себе как национальные, так и заимствованные традиции, предусматривает разработку стратегии формирования и развития кадрового потенциала организации, обеспечивающего фирме конкурентные преимущества в условиях динамично развивающейся рыночной экономики.

Кадровый менеджмент предполагает комплексную работу по управлению персоналом организации, основанную на концепции развития предприятия. Кадровая политика является одним из важнейших элементов стратегической политики организации, ориентированной на достижение коммерческого успеха. Главной целью кадрового менеджмента является достижение гармоничного сочетания изменений кадрового состава организации, связанных с обновлением и сохранением имеющегося потенциала, а также согласование целей и задач кадровой политики со стратегическими ориентирами организации в целом, основами трудового законодательства, реалиями развития российской экономики переходного типа, ситуацией на рынке занятости. Вполне оправданной, на наш взгляд, является точка зрения, согласно которой «кадровая политика должна иметь стратегический, но не декларативный характер, внешне выраженный в решениях и практических мероприятиях, разработке и применении кадровых механизмов, технологий и процедур, непосредственно определяющих кадровые процессы, количественные и качественные характеристики кадрового состава». При реализации принципов кадрового менеджмента учитываются следующие основополагающие моменты:

- формирование системы общих принципов управления кадрами в организации;
- решение организационных вопросов, связанных с формированием штатов и кадрового резерва;
- обеспечение процесса внутриорганизационной коммуникации по передаче кадровой информации;
- разработка основных принципов мотивации труда сотрудников с акцентом на методы материального и нематериального стимулирования труда;
- система мер по обеспечению профессионального роста сотрудников предприятия (программа повышения квалификации, определение перспектив карьерного роста, создание условий для адаптации новых сотрудников);
- контролинг в кадровой политике, цель которого выявить процессы прогресса и торможения, выявить сбои в реализации кадровой стратегии.

Кадровый менеджмент развивается под воздействием целого комплекса внутренних и внешних факторов, последние включают в себя:

1. Факторы, связанные с общественно-политической обстановкой. Как отмечалось выше, традиции командно-административной системы, при которой главным направлением в реализации кадровой политики было обеспечение максимального роста спроса на трудовые кадры, приводили к неэффективному подбору кадрового потенциала предприятий, что негативно сказывалось на эффективности их деятельности. Развитие рыночных и частнособственнических отношений привело к трансформации модели кадровой политики и формированию системы подбора кадров, ориентированной исключительно на потребности предприятия.

2. Факторы, обусловленные ролью государства в регулировании экономики. Эффективное функционирование системы рыночной экономики обусловлено рядом факторов,

одним из которых является государственное регулирование, касающееся и, в частности, сферы кадрового потенциала. Государство осуществляет процессы регулирования сферы трудовых ресурсов с помощью законодательных, административных и экономических методов. Коммерческая организация при формировании своего кадрового состава обязана учитывать нормы и акты, зафиксированные в трудовом законодательстве страны, должна учитывать особенности правового регулирования в области охраны труда, основные направления государственной политики по обеспечению занятости населения. Административные методы реализуются посредством использования предприятием соответствующих инструкций, нормативов, актов, положений. Регулируя систему ценообразования, осуществляя налоговую политику, определяя гарантии в социальной сфере, государство использует экономические методы регулирования.

3. Система рыночной экономики, в рамках которой складываются взаимоотношения по линиям «продавец – покупатель», «предприятие – клиент», «работодатель – работник». Развитие рыночных отношений в нашей стране привело к кардинальным изменениям в характере взаимодействия руководства предприятия и коллектива: ушли в прошлое жесткие методы воздействия на сотрудников, развивается система мотивации труда, учитывающая как материальные, так и нематериальные способы поощрения. Реализация на предприятиях маркетинговой концепции привела к переориентации сотрудников: главными становятся прежде всего доверительные отношения с клиентами, от лояльности которых зависит уровень прибыли предприятия. В новых условиях положительное отношение руководства к сотруднику зависит не от степени исполнительности, а от конкретных успехов в налаживании контакта с потребителем. Важным условием формирования положительной репутации работника становятся его инициативность, креативность, нацеленность на инновации в своей служебной деятельности, перманентное стремление к профессиональному росту. В современной экономической обстановке кадровая служба вынуждена быстро реагировать на изменения рыночной среды, адаптироваться к постоянно меняющимся рыночным условиям.

4. Факторы, связанные с социально-демографической обстановкой в стране. Демографические изменения и возникающие в связи с этим социальные проблемы (к примеру, низкая рождаемость, высокая смертность, непропорциональное соотношение мужского и женского населения, высокий уровень миграции населения) влекут за собой трудности с формированием кадрового состава организации. Службы по работе с персоналом могут испытывать трудности с набором новых сотрудников, сохранением постоянного состава работников, имеющих большой опыт работы в данной сфере.

5. Научно-технические факторы. Динамичное развитие рыночных отношений напрямую связано с развитием научно-технического прогресса, высокий уровень конкурентности влечет за собой необходимость использования предприятиями информационных технологий, новейшего оборудования, техники, что в свою очередь обуславливает наличие у работников соответствующего уровня знаний и навыков. Отсюда постоянно меняющиеся и обновляющиеся требования к уровню квалификации сотрудников, а значит, новые правила приема на работу и отбора специалистов на вакантное место.

6. Образовательные факторы. На качество профессиональной подготовки трудовых ресурсов непосредственное влияние оказывает уровень развития национальной системы образования: качество предоставляемых образовательных услуг, наличие бесплатных бюджетных мест, критерии отбора абитуриентов, система организации учебного процесса, соотношение теоретического и практического обучения. Система обучения на предприятии, связанная с реализацией программ повышения квалификации сотрудников, базируется на непосредственной связи с образовательными учреждениями соответствующего типа, что в свою очередь требует вложения определенных денежных средств. По мнению ряда авторов, «прежде всего, представляет интерес подготовка специалистов по заказу и при частичном финансировании соответствующих структур; обязательность многоступенчатой подготовки специалистов; равное соотношение теоретических и практических занятий студентов с обязательной стажировкой на базовых предприятиях». Реалии современной рыночной

экономики вынуждают руководителей предприятий не только принимать на работу подготовленных на современном уровне специалистов, но и организовывать постоянно действующую систему переобучения и повышения квалификации сотрудников. В развитии современной российской системы образования существует целый ряд проблем, которые тормозят развитие кадрового состава отечественных коммерческих организаций: нехватка высококвалифицированных преподавателей, имеющих практический опыт работы в соответствующей отрасли, материально-технические проблемы вузов и ссузов, отсутствие возможности получить качественное образование в провинции.

7. Культурный контекст развития бизнес-деятельности. Бизнес рассматривается не только как феномен экономической деятельности человека, но и как часть культурной жизни общества. Ориентиры предпринимательской деятельности, становясь частью системы общественных ценностей, порождают определенную модель поведения, основанную на стремлении к коммерческому успеху, индивидуализме и прагматизме. В этих условиях важным становится соблюдение нравственной составляющей управленческой деятельности в коллективе, соблюдение общепринятых норм морали и нравственности, способствующих этическому прогрессу организации.

8. Факторы престижа профессиональной деятельности. Кадровые службы предприятий отраслей, имеющих высокий престиж в глазах общественности в силу их значимости и открывающихся для работника материальных перспектив, не имеют, как правило, проблем с набором сотрудников. Иная ситуация складывается в отраслях, имидж которых находится в стадии формирования, а престиж невысок, что требует дополнительных усилий со стороны маркетинговых служб, в задачи которых входит планомерная работа по созданию репутации предприятия данной отрасли.

Служба управления персоналом организации, осуществляя кадровую политику, выполняет следующие функции:

- создает систему взаимоотношений в трудовом коллективе по линиям «начальник – подчиненный», «руководство – профсоюзы», организует взаимодействие сотрудников друг с другом, формирует свод этических правил совместной деятельности;
- формирует систему учета трудовых ресурсов организации;
- занимается вопросами планирования и прогнозирования кадрового потенциала организации;
- создает программы развития трудовых ресурсов предприятия путем организации системы повышения квалификации;
- разрабатывает варианты материального и нематериального стимулирования работников;
- разрешает проблемы правового регулирования отношений, складывающихся в процессе трудовой деятельности;
- создает условия для осуществления системы социальных гарантий на предприятии (обеспечение санаторно-курортным лечением сотрудников и членов их семей, разрешение вопросов по предоставлению жилья и бытовых услуг, организация системы питания на предприятии и т.д.);
- разрабатывает организационную структуру предприятия (оптимизация существующей оргструктуры, создание новой управленческой системы в сфере кадровой политики).

В процессе своей деятельности кадровая служба организации решает целый ряд задач, главными из которых являются:

- согласование принципов управленческой деятельности организации в целом и стратегических основ кадрового менеджмента;
- разработка системы кадровой работы на различных уровнях управления организацией;
- использование инноваций в системе обучения персонала;
- осуществление работы по защите прав работающих в организации сотрудников;
- решение проблем в сфере развития трудовых ресурсов;
- нормативно-методическое обеспечение системы кадрового менеджмента.

Кадровый аудит является одним из действенных инструментов осуществления управленческих функций в сфере трудовых отношений, в задачи которого входит анализ работы кадровой службы и оценка эффективности ее деятельности. Результаты аудита позволяют организации выявить степень соответствия кадрового состава общим и функциональным стратегиям развития предприятия.

В осуществлении кадровой политики важную роль играет учет личностного фактора: менеджер по персоналу должен иметь весь объем информации о каждом сотруднике, в том числе и о его репутации, чертах характера, деловых качествах. В условиях высокой конкурентности возрастает значение обеспечения безопасности деятельности фирмы, сохранения коммерческой тайны, противодействия промышленному шпионажу, что влечет за собой повышенные требования к ответственности и исполнительской дисциплине работников. Кадровый аудит позволяет осуществить анализ деятельности каждого сотрудника, выявить уровень эффективности его работы, дать оценку соответствия его профессиональной компетентности предъявляемым требованиям.

Для аудиторов, осуществляющих оценку системы управления кадрами, главной задачей становится выявление тех звеньев управленческой иерархии, которые не способствуют прогрессу организации, а напротив, тормозят ее развитие. Не менее важными установками являются следующие приоритетные задачи: определение уровня эффективности использования трудовых ресурсов фирмы, исследование реализации главных функций кадрового менеджмента в организации, изучение степени соответствия деятельности кадровой службы целям компании. Необходимо подчеркнуть, что процедура кадрового аудита осуществляется специалистами, не являющимися сотрудниками организации, которые могут дать независимую и объективную оценку функционирования отдела по работе с персоналом.

Оценка деятельности службы по управлению персоналом может осуществляться как в рамках общего аудита системы управления организации, так и в виде независимой процедуры, главной целью которой является совершенствование работы с кадрами в компании. Кадровый аудит может быть связан с реализацией как долгосрочных, так и краткосрочных планов организации. В первом случае процедура контроля будет иметь комплексный характер, во втором – оперативный, рассчитанный на нужды организации в данный момент времени. Методологическая база кадрового аудита достаточно обширна: аудиторами могут быть использованы методы экспертной оценки, анализа документов, интервью, наблюдения, эксперимента, анализа процедур сложившейся системы управления кадрами. Использование оптимального для конкретной ситуации комплекса методов позволяет получить максимум информации и дать объективную оценку состояния кадрового потенциала и системы работы с ним в организации. Процедура кадрового аудита позволяет решить следующие задачи:

- проанализировать организацию системы управления кадрами;
- дать оценку соответствия ведения документации имеющимся нормативным актам;
- определить уровень кадрового потенциала фирмы, оценив при этом управленческие навыки топ-менеджеров компании, квалификационные характеристики сотрудников, инновационный потенциал работников, их деловые, креативные и личностные качества;
- провести диагностику внутренней структуры организации, сопоставив формальную и неформальную систему взаимодействия сотрудников;
- определить уровень конфликтности в организации, причины возникновения конфликтных ситуаций и варианты их разрешения;
- оценить социально-психологическую обстановку в компании с целью ее оптимизации.

Накопленный в мировой практике опыт свидетельствует о том, что проведение процедуры кадрового аудита является важной предпосылкой стабильного функционирования организации, стремящейся к прогрессу как в собственном развитии, так и в развитии человеческих ресурсов.

Литература:

1. Зверев В. С. Подготовка кадров для туристской индустрии / В. С. Зверев // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2008. – № 2. – С. 55.
2. Кузеванова А. Л. К характеристике взаимодействия бизнеса и культуры / А. Л. Кузеванова // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2007. – № 2. – С. 62.
3. Лукаш А. И. Кадровая политика как фактор эффективности государственного управления / А. И. Лукаш // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2007. – № 2. – С. 67.

Шамрай Лидия Викторовна,
аспирант кафедры экономики и управления,
ассистент кафедры бухгалтерского учета,
анализа и аудита Волгоградского института бизнеса,
e-mail: lidiy85@mail.ru

Отечественный опыт управления и стимулирования роста производительности труда в XX веке Domestic Experience of Management and Stimulation of Labour Productivity Growth in the 20th Century

В данной статье речь пойдет о накопленном отечественном опыте в вопросе управления и стимулирования производительности труда. Сделаны выводы о роли роста производительности труда для национальной экономики.

The article deals with the domestic experience in the question of management and stimulation of labour productivity growth. The author makes conclusions about the role of the labour productivity growth for the national economy.

Ключевые слова: производительность труда; научная организация труда; организация трудовых процессов.

Keywords: labour productivity; scientific labour organization; labour process organization.

В экономической теории и практике производительность труда является значимым и весьма обширным оценочным критерием, одним из главных показателей развития технологии при организации производственного процесса.

В общем виде производительность труда – это плодотворность, продуктивность производственной деятельности людей, которая измеряется количеством продукции, произведенной работником в сфере материального производства за единицу рабочего времени (час, смену, месяц, год), или количеством времени, которое затрачено на производство единицы продукции¹.

Отечественный опыт организации труда создавался одновременно с развитием экономики России и не утратил своего значения по настоящий момент.

Для того чтобы оценить роль и место проблемы в современных условиях экономики, на наш взгляд, необходимо рассмотреть основные этапы развития организации труда в XX веке, ибо в любом общественном производстве коллективный труд объективно предполагает рациональную организацию трудовых процессов и измерение затрат рабочего времени в целях определения количественной меры труда и оценки его качества, оплаты, стимулирования и мотивации.

¹ Большая советская энциклопедия. Т. 11 / под. ред. А. М. Прохорова. М. : Советская энциклопедия, 1973. 458 с.

В 1920-х гг. развернулось массовое движение за совершенствование трудовых процессов, всемерную экономию и рациональное использование рабочего времени, что объяснялось объективной необходимостью радикального повышения производительности труда в целях развития народного хозяйства страны.

Для проведения научно-исследовательских работ в сфере труда и внедрения их рекомендаций в производство создавались при участии государственных органов научно-исследовательские институты, лаборатории и другие подразделения в различных отраслях народного хозяйства.

Ведущим среди них был Центральный институт труда (ЦИТ), сыгравший огромную роль в формировании и развитии основных принципов научной организации и нормирования труда.

Деятельность ЦИТ отличали три важных обстоятельства. Прежде всего, это увязка организационных методов с технологическим процессом и проектированием оборудования. Наряду с решением проблем организации и обслуживания рабочих мест, совершенствованием трудового процесса, приемов и методов труда на базе использования фото- и киносъемок, задач нормирования труда ЦИТ занимался механизацией ручного труда, внедрением прогрессивной технологии и высокопроизводительного оборудования, повышением режимов его работы, рационализацией организационной и технической оснастки.

Особенностью исследовательской деятельности ЦИТ было преобладание производственного принципа, ибо каждая лаборатория его была настоящей мастерской, где опытным путем отрабатывались вопросы организации трудового процесса в целях последующего внедрения научных разработок на предприятиях.

И наконец, третья особенность заключалась в тесной связи ЦИТ с его филиалами, где регулярно проводились конференции по обмену опытом, пропагандировались результаты научно-практических разработок и т.п. ЦИТ и его филиалы оказывали предприятиям методическую и консультативную помощь.

Деятельность ЦИТ имела популярность не только в нашей стране, но и за рубежом.

Не менее важны и решаемые ЦИТ проблемы подготовки кадров на основе разработанных методик обучения и систем трудовой педагогики, которые получили в свое время большое распространение и в отечественной практике, и за рубежом, не потеряв актуальности и в настоящее время.

Создателем и директором ЦИТ был Алексей Капитонович Гастев, основоположник научной организации труда в нашей стране.

Первым программным документом ЦИТ были сформулированные А. К. Гастевым правила, давшие название его книги «Как надо работать».

Для 20–30-х гг. прошлого века характерно издание в больших масштабах литературы по вопросам научной организации труда. Систематически выходили журналы: «Время», «Организация труда», «Вопросы организации труда и управления» и др., монографии по вопросам организации, психофизиологии, гигиены труда и т.п. Некоторые из них были переизданы в 70-х гг. Например, работы А. К. Гастева «Как надо работать», «Трудовые установки», «Нормирование и организация труда» и др. Многие из них представляют интерес и применительно к современным условиям с учетом конкретных организационно-технических, экономических и социальных задач.

Для обсуждения вопросов организации труда, а также обмена опытом проводились совещания и конференции в масштабе городов, областей, страны в целом. Конференциями, в частности, рассматривались такие практические вопросы, как работа по НОТ на производстве, на транспорте, в хозяйственных и государственных учреждениях, в системе образования и др.

Развернувшееся в 30-е гг. стахановское движение было тесно связано с дальнейшим совершенствованием организации труда на основе рационализации технологических процессов, разделения труда, освобождения квалифицированных рабочих от вспомогательных работ, улучшения организации рабочих мест. Получает распространение теория экономии времени на труд, шире используются технические средства (осциллография – это метод оценки функционального состояния сердечнососудистой системы по колебаниям артериальной стенки,

фото- и киносъемка и др.) при изучении, проектировании и внедрении передовых методов труда, обеспечивающих рост производительности, освоение новой техники и т.п.

Военная обстановка предъявляла новые требования к организации труда. В эти годы в связи с непрерывно возрастающими потребностями фронта и недостатками трудовых ресурсов необходимо было находить возможности максимального использования оборудования и т.п. Получают развитие новые формы организации труда, в том числе бригадные, многостаночное обслуживание, совмещение профессий (работ, функций) и др.

Работа по совершенствованию организации труда имела огромное значение в послевоенные годы. Дальнейшее развитие получает многостаночное обслуживание, рационализация трудовых процессов на основе применения передовой технологии, новых инструментов, универсальных приспособлений, улучшения организации рабочих мест и условий труда.

Большую роль в развитии принципов научной организации труда на предприятиях страны сыграл метод инженера Ф. Л. Ковалева. Сущность метода заключалась в отборе наиболее рациональных приемов работы, применяемых передовыми рабочими, их дальнейшем усовершенствовании и последующем массовом внедрении. Метод оказался эффективным для повышения производительности труда и в 50-е гг. широко применялся не только в промышленности нашей страны, но и социалистических странах.

Наибольшее распространение в эти годы получают комплексные бригады, характеризующиеся разделением труда, взаимозаменяемостью рабочих разных профессий и совмещением ими разнородных функций, что способствовало решению задач экономических и социальных.

Новые задачи по совершенствованию организации труда на научной основе возникли в связи с развитием технического прогресса и новых форм организации производства, научные разработки были направлены на улучшение организации труда рабочих, обслуживающих основное производство, инженерно-технических работников и служащих.

Традиции ЦИТ продолжил Научно-исследовательский институт труда, созданный в 1955 г. в соответствии с Постановлением Правительства.

НИИ труда выполнил большой объем и комплекс научных исследований в области проблем труда, в том числе его научной организации.

Важной вехой в развитии работы в сфере труда явилось Всесоюзное совещание по организации труда в промышленности и строительстве, созванное в июне 1967 г.

Участниками совещания были разработаны и приняты Рекомендации, содержащие основные направления научной организации труда, меры по внедрению НОТ в производство. Рекомендации явились основой для продолжения научно-исследовательской и практической работы в сфере организации труда и остаются актуальными до настоящего времени.

В 80-е гг. особое значение имели задачи ускорения социально-экономического развития общества, для решения которых требовалось качественное улучшение организации и нормирования труда, установление комплексно обоснованных норм труда равной напряженности при оптимальном уровне интенсивности труда.

В эти годы получила развитие аттестация рабочих мест, бригад, участков и цехов в целях эффективного использования производственного и трудового потенциала.

В связи с техническим прогрессом в условиях обновления станочного парка промышленных предприятий и т.п. актуальными становятся вопросы организации труда на станках с числовым и программным управлением, в гибких производственных системах и т.п.

В начале 80-х гг. в стране была создана специальность 1753 «Организация и нормирование труда», по которой осуществлялась подготовка специалистов по труду в 15 вузах страны.

К 90-м гг. отечественными учеными, специалистами и практиками были созданы теория и методология для принятия эффективных решений в области нормирования и организации

труда, о чем свидетельствуют имеющиеся методические разработки, специальная литература, монографии¹.

Однако излишняя централизация управления трудом, как и действие ряда субъективных, так и объективных причин тормозили решение конкретных производственно-хозяйственных задач, вызывая негативное отношение к системе государственного регулирования вопросов труда. В результате информация по нормированию и организации труда становилась все более невостребованной, ликвидировались или сокращались службы, занимающиеся этими вопросами на предприятиях, прекратились повышение квалификации и подготовка кадров специалистов по труду.

В последние годы в тематике научно-исследовательских проектных институтов, как правило, отсутствовали проблемы организации труда, Центры НОТ и многие отраслевые институты были ликвидированы.

Негативные процессы совпали с переходом к рыночной экономике при полном отказе от централизованных методов управления трудом.

Предприятиям предоставлена самостоятельность в решении вопросов организации труда, а также выбор методов установления меры труда и других задач в сфере труда и трудовых отношений.

Проанализировав опыт отечественных исследователей при оценке роли производительности труда для современных социально-экономических систем, можно сделать вывод о единодушии их в вопросе роста производительности труда: рост производительности труда относится к внутреннему неистощимому резерву национальной экономики, который может обеспечивать рост эффективности, устойчивости и конкурентоспособности страны.

Литература:

1. Бахмат В. С. Организация труда и производительность на предприятиях в рыночных условиях хозяйствования (методологический аспект) : автореф. дисс. ... канд. экон. наук : 08.00.07 / В. С. Бахмат ; НИИ труда. – М., 1993.

2. Большая советская энциклопедия. Т. 11 / гл. ред. А. М. Прохоров. – М. : Советская энциклопедия, 1973. – 458 с.

3. Борщевский И. И. Производительность труда: методы анализа и прогнозирования / И. И. Борщевский, В. А. Трухов ; под ред. А. А. Ракова ; АН БССР ; Ин-т экономики. – Минск : Наука и техника, 1988.

4. Князева Г. А. Производительность труда в условиях интенсификации промышленного производства: (На прим. Коми АССР) / Г. А. Князева, А. Ф. Материй, М. М. Гавриленко. – Сыктывкар : Коми фил. АН СССР, 1987.

5. Кухарчук И. А. Результат эффективного хозяйствования / И. А. Кухарчук. – Львов : Камэнар, 1987.

6. Назаров А. А. Проблемы повышения производительности труда / А. А. Назаров. – Душанбе : Ирфон, 1987.

7. Селин М. В. Производительность труда в сельском хозяйстве: Методология определения и резервы роста : дисс. ... д-ра экон. наук / М. В. Селин. – Вологда, 1999.

¹ См. подробнее: Сытник В. П. Пути повышения производительности труда и совершенствования экономической работы в отраслях АПК. Киев : Урожай, 1987 ; Кухарчук И. А. Результат эффективного хозяйствования. Львов : Камэнар, 1987 ; Назаров А. А. Проблемы повышения производительности труда. Душанбе : Ирфон, 1987 ; Князева Г. А., Материй А. Ф., Гавриленко М. М. Производительность труда в условиях интенсификации промышленного производства: (На прим. Коми АССР). Сыктывкар : Коми фил. АН СССР, 1987 ; Борщевский И. И., Трухов В. А. Производительность труда: методы анализа и прогнозирования / под ред. А. А. Ракова. Минск : Наука и техника, 1988 ; Бахмат В. С. Организация труда и производительность на предприятиях в рыночных условиях хозяйствования (методологический аспект) : автореф. дисс. ... канд. экон. наук : 08.00.07 / НИИ труда. М., 1993 ; Селин М. В. Производительность труда в сельском хозяйстве : методология определения и резервы роста : дисс. ... д-ра экон. наук. Вологда, 1999 ; Соколова Л. Г. Производительность: теория, измерение, проблемы роста : монография. Иркутск : Изд-во ИГЭА, 2000.

8. Соколова Л. Г. Производительность: теория, измерение, проблемы роста : монография / Л. Г. Соколова ; Министерство образования РФ ; Иркутская гос. экон. акад. – Иркутск : Изд-во ИГЭА, 2000.

9. Сытник В. П. Пути повышения производительности труда и совершенствования экономической работы в отраслях АПК / В. П. Сытник. – Киев : Урожай, 1987.

Маньшин Максим Евгеньевич,

к. п. н., доц., кафедры информатики и методики преподавания информатики
Волгоградского государственного педагогического университета;

Федянова Наталья Алексеевна,

к. т. н., доц., зав. кафедрой математических и естественных наук
Волгоградского института бизнеса,

hi-fibabochka@mail.ru

Потенциал математических дисциплин при формировании ключевых компетентностей выпускников экономических специальностей вуза
Potential of Mathematic Disciplines in Forming of Key Competence of Graduates of Economic Specialties at a Higher Educational Institution

В статье проводится анализ существующих подходов к определению понятий «компетенция» и «компетентность». Рассматриваются особенности ключевых компетентностей, а также способы их формирования в процессе преподавания математических дисциплин студентам экономических специальностей.

The article presents the analysis of the current ways to determination of such concepts as «competency» or «competence». The peculiarities of key competence and the methods of their forming during teaching mathematics subjects to the students of economic specialties are considered.

Ключевые слова: компетентность; компетенция; ключевые компетентности; математические дисциплины; выпускники экономических специальностей.

Keywords: competence; key competence; mathematics subjects; graduates of economic specialties.

Проблема совершенствования подготовки выпускников экономических специальностей обусловлена экономическими и социокультурными изменениями в российском обществе. В соответствии с Концепцией модернизации Российского образования на период до 2010 г. одной из основных целей профессионального образования является подготовка квалифицированного работника соответствующего уровня и профиля, конкурентоспособного на рынке труда, компетентного, ответственного, свободно владеющего своей профессией и ориентирующегося в смежных областях деятельности, способного к эффективной работе по специальности на уровне мировых стандартов, готового к постоянному профессиональному росту, социальной и профессиональной мобильности.

На настоящем этапе модернизации российского образования возникла необходимость в качественно иной подготовке специалиста, позволяющей сочетать фундаментальность профессиональных базовых знаний с инновационностью мышления и практико-ориентированным, исследовательским подходом к разрешению конкретных экономических проблем. Как показывает анализ практики, современное образование нуждается в экономистах, готовых адаптироваться к происходящим изменениям в стране, к принятию самостоятельных решений, имеющих личную заинтересованность в повышении своей квалификации. Этого можно добиться, если осуществлять обучение будущих специалистов с позиции компетентностного подхода, т.е. формировать соответствующие компетентности.

К сожалению, в науке еще нет однозначного толкования таких понятий, как «компетенция» и «компетентность». Обычно термин «компетентность» употребляется применительно к лицам определенного социально-профессионального статуса и характеризует

меру соответствия их понимания знаний и умений реальному уровню сложности выполняемых ими задач. Понятие «компетенция» определяют как круг задач, которые специалист уполномочен решать в соответствии с нормативными документами.

Некоторые исследователи рассматривают компетентности как способности человека. Так, например, Дж. Равен под компетентностью понимает специальную способность человека, необходимую для выполнения конкретного действия в конкретной предметной области, включающую узкоспециальные знания, навыки, способы мышления и готовность нести ответственность за свои действия.

И. Б. Васильев в своих трудах указывает, что компетенция – это «круг полномочий должностного лица, в пределах которого оно должно обладать необходимыми познаниями и имеет право принимать решения», а компетентность – это «способность работника квалифицированно выполнять определенные виды работ в рамках конкретной профессии, добиваясь высоких ... результатов труда на основе имеющихся у него профессиональных знаний, умений и навыков». Автор полагает, что «компетенция и компетентность соотносятся как должное и сущее», «компетенция принадлежит должности, а компетентность – работнику».

М. А. Чошанов считает, что компетентность – это не просто обладание знаниями, а «постоянное стремление к их обновлению и использованию в конкретных условиях, то есть владение оперативными и мобильными знаниями; это гибкость и критичность мышления, подразумевающая способность выбирать наиболее оптимальные и эффективные решения и отвергать ложные».

Исследуя природу личностного роста, В. А. Болотов и В. В. Сериков полагают, что компетентность, будучи продуктом обучения, не прямо вытекает из него, а является следствием саморазвития индивида, его не столько технологического, сколько личностного роста, следствием самоорганизации и обобщения деятельностного и личностного опыта. «Компетентность – это способ существования знаний, умений, образованности, способствующий личностной самореализации, нахождению обучающимся своего места в мире, вследствие чего образование предстает как высокомотивированное и в подлинном смысле лично ориентированное, обеспечивающее востребованность личностного потенциала, признание личности окружающими и осознание ею самой собственной значимости»¹.

Анализируя структуру компетентности, И. А. Зимняя рассматривает ее как основывающийся на знаниях, интеллектуально и лично обусловленный опыт социально-профессиональной жизнедеятельности человека. И полагает, что «компетентность в качестве таких компонентов включает: готовность к проявлению этого свойства в деятельности, поведении человека; знание средств, способов, программ выполнения действий, решения социальных и профессиональных задач, осуществления правил и норм поведения, что составляет содержание компетенций; опыт реализации знаний, т.е. умения, навыки; ценностно-смысловое отношение к содержанию компетенции, его личностную значимость; эмоционально-волевую регуляцию как способность адекватно ситуациям социального и профессионального взаимодействия проявлять и регулировать проявления компетентности»².

Примем позицию А. В. Хуторского, считающего, что компетенция «включает совокупность взаимосвязанных качеств личности (знаний, умений, навыков, способов деятельности), задаваемых по отношению к определенному кругу предметов и процессов и необходимых для качественной продуктивной деятельности по отношению к ним»³, а компетентность – это «владение, обладание человеком соответствующей компетенцией, включающей его личностное отношение к ней и предмету деятельности»⁴.

¹ Болотов В. А., Сериков В. В. Компетентностная модель: от идеи к образовательной программе // Педагогика. 2003. № 10. С. 12.

² Зимняя И. А. Ключевые компетентности как результативно-целевая основа компетентностного подхода в образовании. М.: Исслед. центр. пробл. качества подгот. специалистов, 2004. С. 36.

³ Хуторской А. В. Ключевые компетенции и образовательные стандарты // Интернет-журнал «Эйдос». 2002. 23 апреля. URL: <http://www.eidos.ru/journal/2002/0423.htm>.

⁴ Там же.

Проведенный анализ различных подходов к определению компетентности позволил сделать следующие выводы.

Во-первых, исследователи отмечают деятельностную, актуальную сущность компетентности. Они подчеркивают, что в отличие от знаниевой характеристики, т.е. характеристики «что», здесь акцентируется способ и характер действия «как».

Во-вторых, большинство исследователей отмечают личностную, в частности мотивационную характеристику компетентности.

В-третьих, исследователи фиксируют сложный характер этого явления как в его определении, так и в оценке.

Перейдем к рассмотрению «ключевых» компетентностей выпускников экономических специальностей вуза – универсальных компетентностей широкого спектра использования. Они включают основы современного научного знания, принципы и закономерности множества предметов и явлений действительности. Ключевые компетентности многофункциональны, надпредметны и междисциплинарны. Они многомерны, так как включают познавательные, операционально-технологические, эмоционально-волевые и мотивационные компоненты и требуют значительного интеллектуального развития студента, абстрактного мышления, саморефлексии, самооценки и др.

Специалист не решит профессиональную проблему, если отсутствуют навыки планирования, организации и контроля своей деятельностью или если он допускает логические ошибки. За последние годы существенно изменились требования к специалистам со стороны работодателей. Если раньше были востребованы узкоспециализированные умения и навыки, то сегодня необходимы экономисты, владеющие всеми видами профессиональной деятельности, способные проводить анализ хозяйственной деятельности предприятия, прогнозировать экономические результаты.

Опыт преподавания математических дисциплин у студентов экономических специальностей в НОУ ВПО ВИБ показывает, что формирование у них ключевых компетентностей возможно, если выполняются принципы сознательности и активности студентов в обучении, что отражает активную роль личности в обучении и подчеркивает, что студент является субъектом обучения, а не пассивным его объектом. Изучение математических дисциплин способствует формированию ключевых и профессиональных компетенций, связанных, прежде всего, с развитием логического мышления, например, указанные в проекте нового Федерального государственного образовательного стандарта ВПО третьего поколения по направлению подготовки «Экономика» компетенции ПК-1, ПК-4, ПК-8. Активность обучаемых, по нашему мнению, целесообразно направлять не столько на простое запоминание и проявление внимания, сколько на процесс самостоятельного добывания знаний, когда они сами усваивают новые знания, исследуют факты и делают доступные выводы и обобщения, конкретизируют свои знания, выявляя и исправляя ошибки, неточности, намечая план новых действий по овладению знаниями.

При самостоятельной работе студентов экономических специальностей по предметам математического цикла эффективно используются электронные модули или электронные учебно-методические комплексы. Они включают в себя прежде всего:

- лекционную информацию;
- методическое обеспечение практических занятий;
- методические рекомендации по организации самостоятельной работы и по выполнению контрольных работ;
- тестовые задания для проверки знаний по темам курса.

Электронные модули могут обеспечить высокую эффективность и экономичность обучения. С их помощью студент может дополнительно изучать учебный материал в соответствии со своим темпом и своими возможностями.

Формированию многих ключевых компетентностей выпускников экономических специальностей способствует также внедряемая в рамках эксперимента в Волгоградском

институте бизнеса блочно-модульная технология обучения¹. Так, при разработке учебной документации по блочно-модульной организации процесса обучения учитывается последовательность формируемых компетенций.

Внедрение в классические формы обучения вузов информационных технологий и цифровых образовательных ресурсов, создание системы информационного обеспечения ряда дисциплин, применение средств мультимедиа (текст, графика, звук, видео) обеспечивает развитие интереса к учебному предмету, более высокую мотивацию студентов к обучению, исследованию, самостоятельному поиску и анализу знаний и как следствие формированию ключевых компетентностей.

Литература:

1. Болотов В. А. Компетентностная модель: от идеи к образовательной программе / В. А. Болотов, В. В. Сериков // Педагогика. – 2003. – № 10. – С. 8–14.
2. Введенский В. Н. Моделирование профессиональной компетентности педагога / В. Н. Введенский // Педагогика. – 2003. – № 10. – С. 51–54.
3. Заславская О. Ю. Развитие управленческой компетентности учителя в системе многоуровневой подготовки в области методики обучения информатике : дисс. ... д-ра пед. наук : защищена 15.05 2008 / О. Ю. Заславская. – М., 2008. – 495 с.
4. Зимняя И. А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата современного образования [Электронный ресурс] / И. А. Зимняя // Интернет-журнал «Эйдос». – 2006. – 5 мая. – Режим доступа: [www. URL: http://www.eidos.ru/journal/2006/0505.htm](http://www.eidos.ru/journal/2006/0505.htm).
5. Зимняя И. А. Ключевые компетентности как результативно-целевая основа компетентностного подхода в образовании / И. А. Зимняя – М. : Исслед. центр. пробл. качества подгот. специалистов, 2004. – С. 35–38.
6. Кузьмина Н. В. Профессионализм личности преподавателя и мастера производственного обучения / Н. В. Кузьмина ; ВНИИ проф.-техн. образования. – М. : Высшая школа, 1990. – 117 с.
7. Маньшин М. Е. Проблемы внедрения блочно-модульной организации учебного процесса в высшем учебном заведении / М. Е. Маньшин, Н. А. Федянова // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. Сер. Образование. – 2008. – № 6. – С. 103–106.
8. Равен Дж. Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация / Джон Равен ; пер. с англ. В. В. Ванчугова. – М. : Когито-Центр, 2002.
9. Хуторской А. В. Ключевые компетенции и образовательные стандарты [Электронный ресурс] / А. В. Хуторской // Интернет-журнал «Эйдос». – 2002. – 23 апреля. – Режим доступа: [www. URL: http://www.eidos.ru/journal/2002/0423.htm](http://www.eidos.ru/journal/2002/0423.htm).

¹ Маньшин М. Е., Федянова Н. А. Проблемы внедрения блочно-модульной организации учебного процесса в высшем учебном заведении // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. Сер. Образование. 2008. № 6. С. 103–106.

Управление рынком труда: опыт зарубежных стран Labour Market Management: Experience of Foreign Countries

В статье рассматриваются отдельные аспекты управления занятостью населения в экономически развитых странах. Выделяются принципы управления занятостью, которые могут быть полезны при разработке политики регулирования рынка труда в Российской Федерации.

The article deals with separate aspects of management employment of population in economically developed countries. The author points out the principles of management in employment that can be useful to the development of political regulation of labour market in Russian Federation.

Ключевые слова: рынок труда; занятость; социальное партнерство; безработица; временный найм; рабочее время.

Keywords: labour market; employment; social partnership; unemployment; temporary recruitment; working time.

Для современного российского рынка труда особый интерес представляет европейский опыт и особенно опыт стран, понесших потери в ходе второй мировой войны, на территориях которых велись боевые действия (Франция, Австрия, Германия и др.); структура их экономики, а также демографическая ситуация схожи с российской. Кроме того, ценен опыт государств, испытывающих последствия коренной перестройки экономики, ломки идеологических и духовных ценностей, изменений в социальной политике и др.

Управление процессами, протекающими на рынке труда, в западных странах основывается на принципах социального партнерства. Понятие «социальное партнерство» применяется на Западе главным образом социал-демократами. Исторически оно противостояло классовой борьбе. В настоящее же время противостояние труда и капитала не стало таким острым благодаря общему подъему жизненного уровня населения стран с рыночной экономикой. Средний класс в этих странах составляет 70–80% населения. В таких условиях лозунги социального партнерства стали использоваться для укрепления политической стабильности в стране.

Одна из целей австрийской модели экономического развития в недавнем прошлом сводилась к формированию новых принципов «социального партнерства». Предполагалось, что бесконфликтный трудовой климат в стране можно обеспечить с помощью гарантий полной занятости. При этом в качестве основного аргумента выдвигалось утверждение о том, что занятость важнее рентабельности. Кроме того, ценно и подключение трудовых коллективов к решению основных проблем фирмы. Главным достижением австрийские экономисты считали создание в экономике «атмосферы социального мира».

Регулирование занятости, управление структурой безработицы, ее размерами, концентрацией по регионам и отраслям, а также решение сопутствующих проблем являются приоритетными задачами систем управления трудом в странах с рыночной экономикой. В этой связи интересным представляется опыт Франции, в частности временная и частичная занятость, гибкое рабочее время, сконцентрированная рабочая неделя.

Временная занятость приобрела во Франции новую форму, превратившись в быстро растущую систему, основанную не на традиционном отношении капитала и труда (капиталист – рабочая сила), а на принципиально новом (капиталист – владелец проката рабочей силы – сила).

В 80-е гг. XX века возникновение целой сети частных посреднических агентств, нанимающих временную рабочую силу и сдающих ее «на прокат», изменило саму природу временного найма. Существенным моментом новизны служит тот факт, что прокатные конторы не только представляют работников различным предприятиям, но и сами выплачивают им заработную плату, делают отчисления в социальные фонды. Взамен они получают возмещение

от предприятий, использующих эту рабочую силу. Для компаний по временной работе «сдача на прокат» рабочей силы является весьма прибыльным делом. Они не только экономят на заработной плате, которая оказывается всегда ниже установленного в стране минимума, но и изыскивают возможности не доплачивать налоги и взносы, занижая число занятых либо «не успевая» делать взносы за недолго числящихся работников.

Временный найм представляет большие выгоды и предпринимателям. Он освобождает их от возмещения потери заработка при вынужденном простое, от выплаты пособий при увольнении, оплаты больничных листов, отпусков, дополнительных пенсий – всех тех социальных завоеваний, закрепленных в коллективных договорах, которые предоставляются работникам, находящимся в штате предприятия. Кроме того, осуществляя временный найм, предприниматели экономят на создании постоянных рабочих мест и имеют большую возможность отбирать наиболее подготовленные кадры, избавляясь от менее пригодных. А освобождение основного персонала от вспомогательных работ и передача их временно нанимаемым обеспечивают возможность более полной трудовой отдачи и дальнейшей рационализации производства.

Таким образом, данный факт является составной частью стратегии, направленной на создание мобильной и неустойчивой рабочей силы для оказания давления на постоянных работников.

Широко распространена сегодня во Франции частичная занятость, причем добровольная ее форма. Государство для снижения напряженности на рынке труда стимулирует частичную занятость, предоставляя предпринимателям дотации за каждого занятого на условиях неполного рабочего времени.

Еще одна форма, направленная на снижение напряженности на рынке труда, – «разделение рабочего места» между двумя работниками. Эта форма заключается в организации работы ежедневно, но в течение меньшего времени. По прогнозам во Франции может быть разделено до 2/3 рабочих мест, но пока эта цифра не превышает 10%. Отработанные часы у «разделенных» работников в сумме не должны быть меньше полного рабочего дня, причем каждый отработывает не менее 15 часов в неделю.

Система разделения рабочих мест позволяет без дополнительных затрат повышать интенсивность труда, уменьшать невыходы на работу, обеспечивать взаимозаменяемость кадров, удерживать квалифицированных работников.

Частичную занятость и «деление рабочего места» можно рассматривать как метод совершенного управления рабочей силой, который позволяет намного выгоднее использовать сложное дорогостоящее оборудование, повышать конкурентоспособность продукции путем изменений в организации труда.

Еще одним типом новой организации рабочего времени, получающим во Франции в последнее время все большее распространение, становится сконцентрированная рабочая неделя. Она обычно организуется по принципу четырех десятичасовых рабочих дней или трех двенадцатичасовых, что позволяет обеспечить при двух сменах непрерывность производственного цикла на предприятиях химической, нефтеперерабатывающей и металлургической промышленности. Для рабочих применение такого режима труда сопровождается увеличением выходных дней до трех в неделю и уменьшением временных и материальных затрат на дорогу. Однако в данном случае существует реальная угроза здоровью, институту семью. Кроме того, возможно падение уровня производительности труда.

Важным моментом в регулировании уровня безработицы являются условия выплаты пособий. Законодательство большинства стран содержит основные положения по получению пособий по безработице. В США максимальный срок выплаты пособия составляет двадцать шесть недель. Среднее недельное пособие по стране (при достаточно больших колебаниях по отдельным штатам) в середине 90-х гг. XX века составляло 200 долларов.

Более лояльным по отношению к безработным является шведское законодательство. Здесь пособие составляет 80% от последней заработной платы и выплачивается в течение периода до 450 дней. Однако основное внимание в Швеции уделяется активным мерам

регулирования рынка труда: программам по содействию трудоустройству, переподготовке кадров и созданию временных рабочих мест. Гибкость систем содействия занятости иллюстрирует тот факт, что в США, например, в период ухудшения экономической конъюнктуры предприниматели вместо увольнения сотрудников переводят их на сокращенный рабочий день. При этом часть заработной платы (за неотработанное время) этим работникам выплачивает государство. Ясно, что на подобную меру из бюджета требуется гораздо меньше средств, чем на выплату пособий по безработице. Кроме того, важен также и социально-психологический аспект. Так как моральное состояние работников в значительной степени влияет на уровень производительности труда и степень социальной напряженности в обществе.

Важнейшая форма управления занятостью в системе управления трудом – создание банка рабочих мест. Они стали появляться в США на базе государственных агентств содействия найму еще в 60-е гг. XX века. В настоящее время насчитывается около 300 банков рабочих мест, охвативших практически всю страну. Кроме частных, функционирует также и общенациональный банк рабочих мест, который обслуживает высококвалифицированных специалистов.

Особое внимание в развитых странах уделяется оптимизации объема затрат на выплату пособий по безработице. Для их минимизации правительства прибегают к снижению максимального размера пособия (Дания, Англия, Канада, Германия) или ограничивают сроки его выплаты (Франция, Швеция). В отдельных странах изменен порядок индексации пособия. Например, в Ирландии при корректировке величины пособия стали использовать не динамику средней заработной платы по стране, как ранее, а показатель инфляции. Все больше распространяется и такой способ, как удлинение стажа работы, необходимого для получения пособия.

При этом в наиболее уязвимом положении оказались молодые люди – именно та категория, на которую в первую очередь и должна быть направлена политика содействия найму. Так, в Новой Зеландии и Канаде доступ к получению пособия для молодых людей в возрасте до 17 лет закрыт; в Нидерландах сокращен размер пособия, выплачиваемого молодым людям; в Дании снижена продолжительность выплат по этой возрастной категории.

Кроме того, в последнее время в развитых странах внесены изменения в налоговое законодательство с тем, чтобы снизить налоги на низкие доходы и увеличить разрыв между заработной платой неквалифицированного рабочего и пособием. Это достигается преимущественно путем сокращения выплат предпринимателей в фонды социального страхования с заработной платы низкооплачиваемых работников.

Все большую популярность приобретают так называемые «программы активизации». Они представляют собой комплекс мер, которые должны подтолкнуть работника к более активному поиску рабочего места. Эффективна также мера по разработке и внедрению систем материального поощрения более активных поисков работы безработным. Наиболее отчетливо этот подход проявляется в Японии. Здесь действует порядок, при котором чем быстрее безработный найдет работу, тем большая величина бонуса ему выплачивается. Размер бонуса может достигать величины четырехмесячного пособия по безработице. Подобная мера распространена также в Австралии и Новой Зеландии. С 1996 г. она стала применяться и в отдельных американских штатах.

Особый интерес представляет деятельность, осуществляемая в этом направлении, в Германии. Там, в качестве аргумента был выдвинут тезис о том, что было бы разумнее субсидировать деятельность, а не праздность. В этой связи социальная помощь должна ограничиваться случаями нетрудоспособности по медицинским причинам и непреодолимым социальным причинам. А выплата новой социальной помощи зависит от тех условий занятости, которые диктуются рынком. Тот, кто может работать, но не хочет (независимо от причин), должен значительно терять в доходах путем уменьшения социальных выплат и льгот. Напротив, тот, кто работает, дополучает от государства определенные выплаты. Очень важно создать для трудоспособных систему стимулов для того, чтобы они активно предлагали свои способности и трудовые навыки на рынке труда.

Таким образом, в странах с развитой рыночной экономикой накоплен богатый опыт регулирования рынка труда, адаптировать который к российским условиям не просто представляется возможным, но и будет целесообразным.

Литература:

1. Теория переходной экономики : учеб. пособие / под ред. И. П. Николаевой. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001.
2. Управление трудовыми ресурсами : учеб. пособие / под ред. Г. Ф. Красноженова, П. В. Симонина. – М. : ИНФРА-М, 2008.
3. Федосеев В. В. Экономико-математические модели и прогнозирование рынка труда : учеб. пособие / В. В. Федосеев. – М. : Вузовский учебник, 2005.
4. Экономика труда : социально-трудовые отношения / под ред. Н. А. Волгина, Ю. Г. Одегова. – М. : Экзамен, 2002.
5. Экономика трудовых ресурсов : учеб. пособие / под ред. П. Э. Шлендера. – М. : Вузовский учебник, 2008.
6. Экономическая активность населения России (по результатам выборочных обследований) – 2008 : статистический сборник / под ред. А. Л. Кевеш [и др.] ; Федеральная служба государственной статистики (Росстат). – М. : Росстат, 2008.
7. Экономическая теория. Трансформирующаяся экономика : учеб. пособие / под ред. И. П. Николаевой. – М. : ЮНИТИ, 2004.
8. Экономическая теория : учебник / под ред. И. П. Николаевой. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002.

Панфёрова Ольга Владимировна,
аспирант кафедры экономики и управления,
преподаватель экономики Палласовского филиала
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: pallas2008@yandex.ru

Проблемы и перспективы профессионального образования в малых городах и селах Problems and Prospects of Vocational Education in Towns and Villages

Проведен анализ особенностей выбора учебного заведения и специальности, выявлены проблемы качества обучения. Определены основные проблемы трудоустройства, с которыми сталкиваются выпускники малых городов и сел. Намечены перспективы непрерывного профессионального образования в малых городах и сельских районах региона.

The author makes an analysis of the choice of the educational establishment and a specialty. The paper discusses the problems of the quality of training. The presentation deals with the problems of employment the graduates of towns and villages face with. Here you can find prospects of continuing vocational education in towns and villages of the region.

Ключевые слова: профессиональное образование; контингент обучающихся; профессиональная деятельность.

Keywords: vocational education; training load; vocational activity.

Выбор профессиональной деятельности зависит от различных видов факторов и причин. Одной из основных причин является место проживания человека.

Неравенство возможностей в получении профессионального образования существовало всегда. Для большинства малых городов и сельской местности эта проблема является актуальной и критической, так как население сталкивается с трудностями поиска образовательного учреждения, расположенного недалеко от места проживания. Так, в Палласовском районе имеется лишь один филиал вуза (Палласовский филиал НОУ ВПО ВИБ), т.е. выбор очень ограничен. Поэтому для жителей главная задача заключается не в выборе

профессии с учетом своих интересов и способностей, а в возможности получить хоть какое-то образование.

Кроме этой существуют и другие проблемы, которые подтверждаются результатами проведенного опроса среди студентов Палласовского филиала НОУ ВПО ВИБ. Цель опроса – выявить основные причины, формирующие профессиональные интересы в малых городах и селах. Всего было опрошено 60 студентов различных курсов и специальностей, которые были разделены на три группы:

- А – студенты, проживающие в г. Палласовке;
- Б – студенты, проживающие в Палласовском районе;
- В – студенты, проживающие в других районах и областях.

Таблица 1

Основные причины поступления в Палласовский филиал НОУ ВПО ВИБ

Причины	ВСЕГО		Группа А		Группа Б		Группа В	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%
а) получение диплома	26	43	20	53	4	27	2	29
б) нежелание уезжать из родного дома	6	10	6	16	-	-	-	-
в) по совету родителей или знакомых	18	30	9	24	6	40	3	42
г) отсутствие материальной возможности получить образование в другом городе	9	15	3	7	4	27	2	29
д) свой вариант ответа	1	2	-	-	1	6	-	-
ИТОГО	60	100	38	100	15	100	7	100

Основной причиной поступления в Палласовский филиал НОУ ВПО ВИБ в общей совокупности является получение диплома – 43%, но студенты Палласовского и других районов основной причиной указали пожелания родителей и знакомых, 40% и 42% соответственно.

Таблица 2

Мотивы выбора конкретной специальности

Мотивы	ВСЕГО		Группа А		Группа Б		Группа В	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%
а) имеется возможность трудоустроиться по этой специальности в нашем городе или районе	20	33	13	34	5	33	2	29
б) имеется интерес к выбранной специальности	30	50	18	47	7	47	5	71
в) есть желание обучаться по другой специальности, но в Палласовском филиале НОУ ВПО ВИБ она не реализуется	6	10	4	11	2	13	-	-
г) свой вариант ответа	4	7	3	8	1	7	-	-
ИТОГО	60	100	38	100	15	100	7	100

Мотивы выбора конкретной специальности были однозначны, независимо от места проживания (табл. 2). Основным мотивом является интерес к специальности – 50%.

На самом деле филиал не имеет возможности предоставлять широкий круг специальностей, из-за этого возникают другие проблемы в профессиональных интересах.

Для студентов Палласовского и других районов на втором месте стоят материальные проблемы, которые не позволяют им получить образование в областном центре. Студенты, проживающие в г. Палласовке, среди прочих причин указали нежелание уезжать из родного города (16%). Но вместе с тем 72% опрошенных желают обучаться в областном центре.

Таблица 3

Хотели бы получать профессиональное образование в областном центре?

Варианты ответов	ВСЕГО		Группа А		Группа Б		Группа В	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%
а) да	43	72	30	79	8	54	5	72
б) нет	14	23	8	21	5	33	1	14
в) затрудняюсь ответить	3	5	-	-	2	13	1	14
ИТОГО	60	100	38	100	15	100	7	100

При выяснении вопроса: «Где качество образования выше?» – 23% опрошенных отметили свое родное учебное заведение. Среди основных причин были указаны следующие: из-за небольшого контингента обучающихся у преподавателей имеется возможность индивидуального подхода к каждому студенту, отсутствуют факты взяток и коррупции – 5%, преподавательский состав может с помощью конкретных методов обучения дать знания, необходимые для успешной профессиональной деятельности, с учетом специфики города и района.

Таблица 4

Где качество образования выше?

Варианты ответов	ВСЕГО		Группа А		Группа Б		Группа В	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%
а) в Палласовском филиале НОУ ВПО ВИБ	14	23	8	21	3	20	3	43
б) в областном центре	31	52	20	53	8	53	3	43
в) свой вариант	15	25	10	26	4	27	1	14
ИТОГО	60	100	38	100	15	100	7	100

Тем не менее 52% опрошенных утверждают, что качество образования в областном центре выше по причинам более мощной материально-технической базы, высокого профессионализма профессорско-преподавательского состава, широкий выбор специальностей, в силу чего студенты выбирают то, что соответствует их способностям.

15% отметили, что качество образования не зависит от места его получения, важным моментом является интерес к выбранной профессии, целеустремленность и другие личные качества, способствующие росту профессиональных знаний.

Несмотря на такие результаты опроса, существование Палласовского филиала НОУ ВПО ВИБ является значимым для нашего города и района. Имеется возможность получить среднее или высшее образование без отрыва от семьи, работы и родного города. Кроме того,

в филиале обучаются студенты близлежащих районов (Старополтавский, Николаевский, Быковский), областей (Саратовская, Астраханская) и республик (Казахстан, Украина), их доля составляет приличный процент от общего контингента обучающихся.

Проблемы материальной базы Палласовского филиала НОУ ВПО ВИБ постепенно решаются, улучшается качество обучения, но основные силы необходимо направить на вопросы будущего трудоустройства выпускников, расширять круг специальностей, которые действительно будут востребованы в нашем городе.

47% опрошенных желают трудоустроиться в областном центре по причине широких возможностей карьерного роста и востребованности в большом городе по сравнению с провинцией.

Таблица 5

Планы по трудоустройству

Варианты ответов	ВСЕГО		Группа А		Группа Б		Группа В	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%
а) трудоустроиться в г. Палласовке	28	47	20	52	7	47	1	14
б) трудоустроиться по месту жительства	2	3	1	3	1	6	-	-
в) трудоустроиться в областном центре	28	47	16	42	7	47	5	72
г) свой вариант ответа	2	3	1	3	-	-	1	14
ИТОГО	60	100	38	100	15	100	7	100

Студенты, которые приехали учиться к нам из Палласовского и других районов, не собираются возвращаться домой. Всего лишь двое из 53 опрошенных намерены трудоустроиться в своем селе (4%). Это говорит о том, что количество молодых специалистов в районе будет уменьшаться. Это приведет к сокращению предприятий в малых городах и селах, как следствие, снижению численности населения, а в отдаленной перспективе может привести к вымиранию предприятий.

Таблица 6

Испытываете ли вы тревогу по поводу трудоустройства?

Варианты ответов	ВСЕГО		Группа А		Группа Б		Группа В	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%
а) да	43	72	27	71	13	87	3	43
д) нет	17	28	11	29	2	13	4	57
ИТОГО	60	100	38	100	15	100	7	100

Очень большая доля студентов (72%) испытывают тревогу по поводу трудоустройства. Основные причины опасений невостребованности на рынке труда следующие:

– так как Палласовский филиал НОУ ВПО ВИБ единственное образовательное учреждение в Палласовском районе, то существует определенная насыщенность специалистами конкретных направлений профессионального образования;

– небольшое количество организаций, предприятий, учреждений для прохождения практики и трудоустройства;

– отсутствие стажа по специальности, что является основным требованием работодателей.

Намерения в получении высшего профессионального образования

Варианты ответов	ВСЕГО		Группа А		Группа Б		Группа В	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%
а) продолжить обучение в Палласовском филиале НОУ ВПО ВИБ	18	30	14	37	4	27	-	-
б) продолжить обучение в областном центре	30	50	20	52	8	53	2	23
в) отсутствует возможность получения высшего профессионального образования	4	7	1	3	-	-	3	42
г) свой вариант ответа	8	13	3	8	3	20	2	29
ИТОГО	60	100	38	100	15	100	7	100

Исходя из проведенного анализа современного состояния села, требование экономики в качестве главного направления модернизации следует рассматривать модернизацию профессионального образования. К тому же специфика сельского образа жизни формирует необходимость универсального характера образования на селе.

Сельский образовательный социум будет представлять собой высокоэффективную систему многоуровневого непрерывного образования, если:

- содержание образования учитывает потребности человека, живущего в условиях сельской среды;

- образование соответствует образовательным потребностям различных

- профессиональных групп;

- образовательная деятельность всех субъектов образования нацелена на сохранение и развитие ценностного образовательного пространства.

Главным результатом модернизации профессионального образования на селе должно быть превращение человеческого потенциала в движущуюся силу развития, фактор возрождения российского села.

Литература:

1. Ващенко А. Н. Человеческие ресурсы России: актуальные аспекты развития профессионального образования в регионе / А. Н. Ващенко // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2009. – № 9.

Попова Наталья Владимировна,

к. э. н., доц. кафедры экономики и менеджмента

Пензенской государственной технологической академии,

e-mail: n1968p@yandex.ru

Сущность и стадии воспроизводства рабочей силы, ее использование на рынке труда The Essence and Stages of Labour Power Reproduction and its Use at the Labour Market

В статье рассматривается проблема воспроизводства рабочей силы, а именно стадий ее воспроизводства. При этом автор предлагает собственную классификацию стадий воспроизводства, выделяет группы факторов, влияющих на характер их протекания.

The article discusses the problem of the reproduction of labour power that is the stages of its reproduction. The author gives her own classification of reproduction stages and points out factor groups, which influence the character of the development.

Ключевые слова: рабочая сила; стадии воспроизводства рабочей силы.

Keywords: labour power; stages of labour power reproduction.

В качестве определяющей основы рынка труда традиционно рассматриваются трудовые ресурсы. Трудовые ресурсы – это конкретные люди, обладающие физическими возможностями и интеллектуальными способностями к трудовой деятельности, которые могут быть все заняты общественно полезным трудом в определенных политических и экономических условиях. Решающую роль в трудовых ресурсах играет население в трудоспособном возрасте.

Способность к труду или трудоспособность ограничена возрастными рамками, которые устанавливаются национальным законодательством страны. Трудоспособность предполагает наличие у человека физических, интеллектуальных, возрастных и других данных, необходимых для осуществления трудовой деятельности. На наш взгляд, в качестве синонима трудоспособности следует рассматривать категорию «рабочая сила».

Анализируя способность человека к труду (рабочую силу), можно сделать вывод о том, что она определяется совокупностью биосоциальных качеств человека: психофизических и личностных особенностей, которые используются человеком в процессе труда. Развитие биосоциальных качеств человека – сложный, временной, разнонаправленный процесс: одновременно с процессом старения человеческого организма идет увеличение интеллектуального потенциала человека, которое компенсирует постоянное ослабление психофизической пригодности к труду. Именно это обеспечивает сохранение человеком трудоспособности на протяжении длительного временного промежутка. Удельный вес интеллектуальных способностей в составе рабочей силы оказывает непосредственное влияние на сферу приложения труда каждого конкретного человека.

Рабочая сила реальна и динамична, подвержена воздействию и влиянию целого ряда факторов. Реальность рабочей силы позволяет говорить о том, что она в определенные промежутки времени требует воспроизводства. Воспроизводство рабочей силы – многогранный, сложный социально-экономический и этический процесс. Причем рассматривать его целесообразно как на уровне каждого конкретного человека, так и общества в целом.

В чем же заключается процесс воспроизводства и какие стадии он проходит? Трудоспособность или рабочая сила характеризует реальные и потенциальные возможности человека к производительному труду. С точки зрения физиологии труд представляет собой нервно-мышечный процесс, протекающий за счет энергетического потенциала организма человека. С тем чтобы человек всегда располагал необходимыми энергетическими запасами, необходимо их постоянно восполнять за счет питания, сна и активного отдыха. Таким образом, первая (элементарная) стадия воспроизводства рабочей силы заключается в обеспечении таких условий жизнедеятельности человека, которые будут способствовать физиологическому воспроизводству его рабочей силы через определенные промежутки времени. Естественно, что физиологическая стадия предполагает определенные располагаемые доходы, причем на уровне не ниже биологического минимума, а также рациональные режимы труда и отдыха. Кроме того, с физиологической стадией воспроизводства рабочей силы тесно связаны такие категории, как работоспособность, утомляемость, монотонность труда, условия труда.

Настоящая стадия сопряжена с другой – *физической или демографической*, которая заключается в постоянном восполнении рабочей силы за счет воспроизводства населения (рождение и развитие детей). Демографическая ситуация в России в настоящее время свидетельствует о переживаемом страной демографическом кризисе. Причем его черты присущи практически всем субъектам Федерации. В обществе имеет место постоянное сокращение рождаемости. Внутрисемейное регулирование деторождения получило в нашей

стране широкое распространение, стало неотъемлемой частью образа жизни российских граждан, главным фактором, определяющим уровень рождаемости. С начала 90-х гг. XX века на рождаемость также оказывают существенное влияние ухудшение социально-экономических показателей, в частности резкое снижение уровня жизни людей, расслоение общества, а также сдвиги в политической основе государственного устройства России. Этот факт, несомненно, является негативным, поскольку сокращение численности детей и подростков в будущем приведет к возникновению серьезных проблем, связанных с формированием трудовых ресурсов, развитием трудового потенциала, уменьшением объемов подготовки квалифицированных кадров в учебных заведениях страны. Возникает реальная опасность предстоящего дефицита рабочей силы в результате сокращения численности трудоспособного населения. В этой связи важность демографической стадии воспроизводства рабочей силы не вызывает сомнений.

Физиологическая и демографическая стадии воспроизводства рабочей силы влияют в основном на ее количественные составляющие. Однако рабочая сила имеет и качественные характеристики, которые приобретаются в процессе обучения, развития, квалификационного роста. Следовательно, целесообразно выделить в качестве самостоятельной стадии воспроизводства рабочей силы *развивающую*. Данная стадия предусматривает *образовательную и профессионально-квалификационную*.

Образовательная стадия воспроизводства рабочей силы состоит в общем становлении рабочей силы, ее постоянном совершенствовании под влиянием научно-технического прогресса. Временные рамки этой стадии четко определить нельзя. Каждый человек сам определяет для себя тот необходимый образовательный уровень, который позволит ему наиболее выгодно эксплуатировать собственную рабочую силу и реализовывать свой трудовой потенциал. Процесс образовательного воспроизводства может ограничиваться продолжительностью образовательного минимума, а может протекать и в течение всей жизни человека.

Однако если образовательная стадия, ее продолжительность, уровень и качество в большей степени зависят от каждого конкретного человека и его притязаний, то профессионально-квалификационная стадия воспроизводства рабочей силы является предметом внимания общества, государства, предприятий. Именно качество рабочей силы с профессиональной и квалификационной точек зрения всегда интересует работодателей. В этой связи управление этой стадией воспроизводства не просто возможно, но и эффективно. В данном случае следует учитывать то, что совершенствование профессионального мастерства не ограничивается только определенным периодом. Это непрерывный процесс. Отчасти проблема профессионально – квалификационного воспроизводства рабочей силы может разрешаться внутри предприятий путем создания специальных центров по подготовке персонала. Структура подготовки в каждом из них определяется отраслевой принадлежностью, характером развития техники, технологии и организационных форм, размерами производства, спецификой кадрового состава. По мере изменений кадровой структуры рабочей силы будут корректироваться и образовательные акценты.

Стадию развивающего воспроизводства рабочей силы в условиях рынка ярко иллюстрирует опыт зарубежных стран, который интересен для исследования и использования в России. Так, частные компании США, и прежде всего крупные корпорации, рассматривают сегодня расходы на образовательные программы в качестве неременного компонента своей долговременной экономической стратегии. Новейшая тенденция в подготовке кадров в компаниях США состоит в создании системы непрерывного обучения сотрудников для адаптации к новым технологиям, новым формам организации труда. Причем большое число компаний организует переподготовку персонала не только для себя, но и для компаний партнеров. Это не только позволяет преодолеть «местнические» интересы, повысить эффективность результатов совместной деятельности, но и заработать дополнительные средства на развитие систем непрерывного обучения. Главный принцип организации

подготовки и повышения квалификации в американских компаниях состоит в том, что подготовка кадров рассматривается как двойные инвестиции – в человека и в производство.

Таким образом, можно выделить следующие стадии воспроизводства рабочей силы: физиологическую, демографическую и развивающую; последняя, в свою очередь, подразделяется на образовательную и профессионально-квалификационную.

Все эти стадии тесно связаны между собой. Причем они не просто оказывают друг на друга взаимное влияние, они обуславливают процесс протекания друг друга. Кроме того, стадии воспроизводства рабочей силы испытывают постоянное воздействие со стороны внешних факторов. Главным фактором, на наш взгляд, является состояние экономики государства и его регионов. Именно параметры, характеризующие степень развития экономики, характер и динамику важнейших социально-экономических процессов, будут влиять на показатель трудоспособности в стране и ее воспроизводство. Тем самым использование рабочей силы на национальном рынке труда также обусловлено состоянием экономики.

Резкое сокращение производства в нашей стране непосредственно отразилось на рынке труда, уменьшив реальную потребность работодателей рабочей силе. Таким образом, уменьшилась не только экономическая эффективность труда, но и усугубилась социальная напряженность, увеличилась нагрузка на центры социальной поддержки и защиты населения. Следует указать также и на то, что падение производства сказалось на трудовой активности масс, на структуре их трудовых мотивов, на общем отношении к труду. Устранение гарантированной занятости изменило всю конъюнктуру трудоустройства для работников.

В настоящее время в России проблемы, связанные с рынком труда, в основном сводятся к несовпадению спроса и предложения рабочей силы. Углубление диспропорций между ними проявляется в динамике занятости и безработицы, а также в изменении их структуры по отраслям, профессионально-квалификационным, демографическим и другим характеристикам.

Процессы, происходящие на самом рынке труда после распада СССР, привели к тому, что он формируется как обособленный: налаживание межгосударственных контактов идет с большим трудом. Рынок труда в России функционирует в условиях, когда важнейшие элементы его самонастройки – цена рабочей силы, уровень душевого потребления – не приведены в соответствие со стоимостью рабочей силы, что изначально деформирует такие важнейшие его компоненты, как спрос и предложение.

Деформация цены рабочей силы также является следствием снижения темпов экономического развития. Чрезмерная дифференциация в уровнях оплаты труда между профессионально-квалификационными группами работников, отраслями экономики и регионами стала возможной, по нашему мнению, в результате передачи прав по регулированию заработной платы предприятиям, из-за неравных прав регионов, а также в связи со слабой развитостью института социального партнерства в нашей стране. Социально-экономические последствия снижения основных экономических показателей привели к ослаблению связи между размером заработной платы и уровнем квалификации, сложностью и результатами труда. Налицо явная зависимость стоимости рабочей силы и экономического состояния страны в целом и ее регионов.

На цену рабочей силы оказывает влияние также, причем в значительной мере, и качество рабочей силы. Существует зависимость: чем выше образовательный уровень работающих, тем выше качество труда, его производительность и тем выше цена. Однако в российской экономике такая закономерность достаточно четко не просматривается. Эту диспропорцию призвана разрешить политика национального рынка труда.

Она предполагает достижение трех основных целей: предоставление работы всем, кто желает ее получить; ускорение процесса перераспределения высвобождаемых работников путем совершенствования системы подготовки и переподготовки кадров; преодоление сложившейся ситуации «иждивенчества» части безработных в отношении государственной политики занятости.

Достижение целевых установок возможно путем разработки и осуществления эффективной системы мероприятий применительно ко всем группам: половозрастным,

профессиональным, оказавшимся слабо защищенными на рынке труда, и в первую очередь молодежи. Поскольку именно от того, насколько вовлеченными в процесс общественного производства будут молодые люди, как они сумеют реализоваться, получают ли они удовлетворение от работы, во многом и будет зависеть положительная динамика их рабочей силы.

По нашему мнению, главный аспект в ее развитии связан с уровнем и качеством образования. По оценкам Министерства образования Правительства Пензенской области около 50% выпускников вузов региона меняют профессию сразу же после ее получения. Это объясняется как материальными условиями трудоустройства, так и проблемами профориентации населения в новых условиях развития экономики. Решение этой задачи, на наш взгляд, связано с согласованием потребностей экономики области в работниках соответствующих профессий и квалификации, с одной стороны, и приемом в вузы и колледжи по тем или иным профессиям, с другой. А это требует научно обоснованного прогнозирования потребности в профессиях и уровне квалификации рабочих и специалистов.

В настоящее время наблюдается существенный крен системы высшего и среднего специального образования Пензенской области в сторону гуманитарных дисциплин. А потребности экономики региона связаны с сохранением кадрового потенциала тех профессий, которые востребованы в современных условиях и являются традиционными для регионального хозяйства. Особенно это относится к инженерным профессиям, а также специальностям сельскохозяйственного профиля. Таким образом, адаптируясь к рыночным условиям, профессиональным учебным заведениям не следует забывать о долгосрочных потребностях, как региона, так и страны в целом.

Помимо решения таких первоочередных проблем, как прогнозирование потребности в различных профессиях и достижение соответствия выпуска студентов учебными заведениями этой потребности, встает задача закрепления выпускников в тех профессиях, по которым они обучались. Разрешение ее непосредственно зависит от общего состояния экономики. Если будет выгодно хорошо работать в любой профессии, если заработная плата любого человека будет зависеть только от его собственных способностей, затрат и результатов труда, многие проблемы будут решаться автоматически. В противном случае количество проблем и нерешенных вопросов будет только возрастать. В этой связи особого внимания требуют к себе вопросы оплаты труда. Необходимо упорядочить систему заработной платы, вернув заработку и воспроизводственную, и стимулирующую функции.

Таким образом, цена рабочей силы в большой степени влияет на эффективность ее использования на рынке труда. Именно уровень трудового дохода позволяет в полной мере проявляться стадиям воспроизводства рабочей силы. Непосредственно от него будет зависеть физиологическая стадия, которая определяет стадию демографическую. Стоимость рабочей силы будет влиять и на прохождение развивающей стадии, на качество труда. Вообще использование способности к труду каждого человека на рынке труда во многом зависит от характера протекания основных стадий ее воспроизводства.

Литература:

1. Демография / Б. А. Борисов. – М. : Ноте-Бене, 1999.
2. Красноженова Г. Ф. Управление трудовыми ресурсами / Г. Ф. Красноженова. – М. : ИНФРА-М, 2008.
3. Рынок труда : курс лекций / под ред. П. Э. Шлендера. – М. : ВЗФЭИ, 2003.
4. Современная экономика труда / под ред. В. В. Куликова. – М. : Финстатинформ, 2002.
5. Экономика труда : учебник / под ред. П. Э. Шлендера, Ю. П. Кокина. – М. : Юристъ, 2002.

Путилина Екатерина Михайловна,
аспирант кафедры экономики и менеджмента,
ассистент кафедры экономики и менеджмента
Пензенской государственной технологической академии,
e-mail: katu_pem@mail.ru

Острые проблемы женской занятости в Пензенской области **Severe Problems of Female Employment in Penza Region**

В настоящее время отмечается тенденция к преобладанию женщин в общем количестве безработных. Проблема женской безработицы ведет к печальным последствиям не только для Пензенской области, но и для всей страны. Поэтому необходимо выделить приоритетные направления в стабилизации рынка труда относительно женской занятости.

Nowadays there is a tendency towards the domination of women in the total number of unemployed people. The problem of female employment leads to deplorable consequences not only in Penza region but in the whole country in general. So it is necessary to point out priorities in labour market stabilization towards female employment.

Ключевые слова: рынок труда; занятость; женская безработица; экономический кризис.

Keywords: labour market; employment; female unemployment; economical crisis.

Состояние рынка труда и процессы в сфере занятости населения относятся к числу глобальных социально-экономических параметров. С одной стороны, рынок труда – элемент экономической системы, и от эффективности его функционирования зависит развитие экономики. С другой – он опосредует влияние этого развития (прежде всего через цену труда) на благосостояние населения и характер большинства социальных процессов, усиливая или сглаживая возникающие противоречия.

В целом ситуация в сфере занятости и на рынке труда Пензенской области, обусловленная влиянием экономических, демографических и социальных факторов, определяется положением дел в реальном секторе и находится в полной зависимости от состояния экономики в регионе.

Процессы, происходящие в сфере занятости населения, напрямую связаны с реализацией в регионе национальных проектов, притоком инвестиций, развитием среднего и малого бизнеса.

Демографическая ситуация, сложившаяся в Пензенской области, отражает среднероссийские тенденции и на протяжении последних лет характеризуется преобладанием естественной убыли населения.

По оценке, утвержденной Росстатом, численность постоянного населения области на 1 января 2008 г. составила 1388,0 тыс. человек и уменьшилась за 2007 г. на 8,0 тыс. человек, или на 0,6%.

Доля численности населения моложе трудоспособного возраста в общей численности населения снижается на 30,6%. Доля лиц старше трудоспособного возраста снижается незначительно, всего на 3,6%. Что же касается численности трудоспособного населения, то до 2007 г. наблюдалась некоторая стабильность в связи с вступлением в трудоспособный возраст граждан родившихся в 1980-х – начале 1990-х гг. Начиная с 2007 г. наблюдается уменьшение численности лиц трудоспособного возраста, которое прогнозируется и в дальнейшем в связи с демографическим кризисом 1990-х гг. При этом темпы снижения этого показателя будут опережать темпы снижения общей численности населения. В течение 2008 г. в области наблюдалось снижение миграционных процессов. Миграционный прирост все-таки присутствует и по оценке составил 270 человек против миграционного прироста 1015 человек в 2007 г. Уровень безработицы, по официальным данным Пензенского центра занятости населения, в 2008 г. составил 2179 человек, что по сравнению с 2007 г. меньше на 302 человека. Таким образом, еще в 2008 г. можно было бы сделать вывод о том, что численность занятых в экономике региона даже с учетом положительного сальдо миграции и снижения уровня

безработицы будет иметь тенденцию к уменьшению. Соответственно усилится роль таких источников пополнения трудовых ресурсов, как маятниковая миграция, привлечение к трудовой деятельности пенсионеров и незанятого населения, улучшение качественного состава рабочей силы и т.д. Отсюда важность поиска и «мобилизации» указанных групп населения, а также необходимость более эффективного использования имеющейся рабочей силы (повышение производительности и качества труда).

Однако кризисные явления, происходящие сегодня в экономике, оказывают определенное влияние на ситуацию в сфере занятости и состояние регионального рынка труда.

Анализируя первые месяцы 2009 г., мы видим, что численность безработных резко увеличивается. С 1 октября 2008 по 27 мая 2009 гг. численность безработных граждан, зарегистрированных в органах службы занятости, увеличилась в 2,3 раза. По сравнению с началом года – в 1,8 раза (численность безработных на 1 января – 6315 человек).

На 5 июня на регистрационном учете в службе занятости области состояли 11631 человек. Уровень регистрируемой безработицы составил 1,7% от экономически активного населения области.

Таблица 1

Основные показатели занятости Пензенской области

	<i>Январь – май 2008 г.</i>	<i>Январь – май 2009 г.</i>	<i>На 5 июня 2009 г.</i>
Численность безработных, чел.	5565	11660	11631
Уровень безработицы, %	0,81	1,7	1,7

Наибольшее количество граждан, признанных безработными за период с октября по настоящее время, приходится на обрабатывающие производства, строительство.

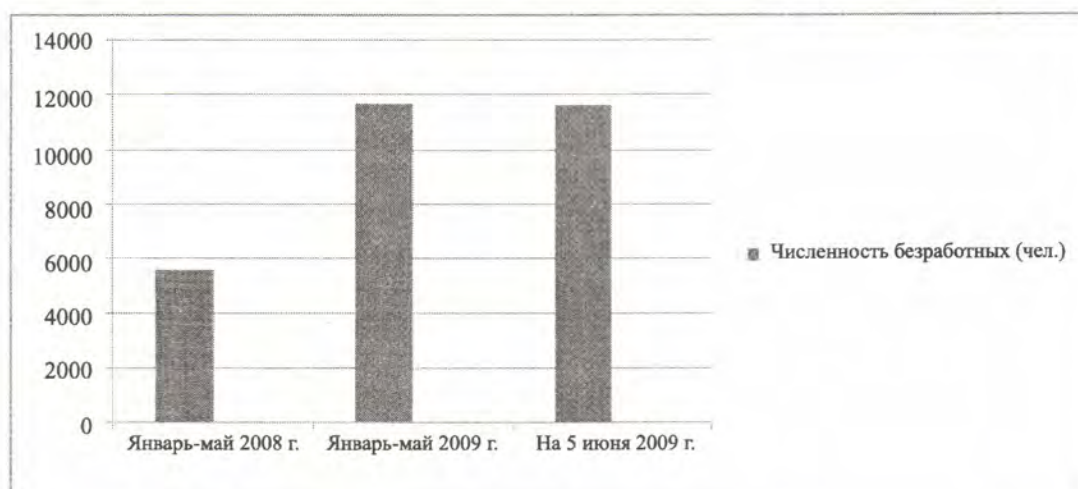


Рис. 1. Сравнительная оценка показателей рынка труда Пензенской области

Особо хотелось отметить, что на протяжении многих лет отмечается тенденция к преобладанию женщин в общем количестве безработных – 54,1% (табл. 2).

Таблица 2

Динамика регистрируемой безработицы с разбивкой по полу

<i>Признак</i>	<i>2005 г.</i>	<i>2006 г.</i>	<i>2007 г.</i>	<i>2008 г.</i>
Всего на конец отчетного периода,	4543	4137	2481	2179
в том числе:				
мужчин	1175	1018	688	735
женщин	3368	3119	1793	1441

Безработные женщины отличаются низкой самооценкой, низкой устойчивостью к стрессам, состоянием повышенной тревожности и напряжения, низкой способностью к сотрудничеству, низкой коммуникабельностью, что в свою очередь сказывается на здоровье нации в целом.

В основе социальной дискриминации женщин лежит их социальное неравенство с мужчинами. Следует признать, что ни в одной из стран мира женщины в сфере занятости не достигли равенства с мужчинами. Проблема дискриминации женщин по половому признаку остро стоит при поиске работы. Женщины наиболее незащищены и наименее конкурентоспособны на рынке труда. Невозможно представить себе, чтобы мужчину не взяли на работу из-за несовершенной внешности или нежелания совмещать служебные обязанности с услугами сексуального характера. Но именно по этим причинам не получила место каждая двадцатая женщина. Каждая четвертая не нашла его из-за возраста. При этом у женщин значительно более высокий уровень образования, по данным за 2008 г. в России среди безработных граждан в среднем женщин с высшим образованием – 76%, мужчин – 58%.

Женщина всегда считалась ответственной за рождение, уход, воспитание детей и обслуживание семьи. Экономически этот неблагодарный труд никогда не оценивался нашим государством, как, например, во Франции и других развитых странах. Государство же, в лице работодателей, рассматривает женщин, имеющих детей, в качестве вторичной рабочей силы и, исходя из наличия «личной жизни», предлагает им заниматься менее статусной и низкооплачиваемой работой.

В настоящее время, когда экономика страны переживает неблагоприятные времена, связанные с влиянием мирового экономического кризиса, необходимо формирование нового типа работника, которому будут присущи такие качества, как компетентность, профессионализм, активность, коммуникабельность, что в равной степени относится как к мужчинам, так и к женщинам. Для этого необходимо развивать систему профориентации, профобучения и психологической поддержки безработных женщин. Только в этом случае можно повысить конкурентоспособность и мобильность женщин на рынке труда.

Государство должно оказывать всевозможную помощь в развитии малого и среднего предпринимательства и самозанятости женщин. Крайне необходимо оказывать государственную поддержку малому и среднему бизнесу, так как малое предпринимательство является наиболее мобильным, динамичным и способным быстро адаптироваться к внешним условиям сектором экономики. Развиваясь, малый бизнес создает дополнительные рабочие места, обеспечивая снижение уровня безработицы. Причем развитие необходимо проводить не в торговой отрасли, которая на сегодняшний день преобладает в экономике региона и характеризуется низким количеством формируемых свободных рабочих мест. Основной упор необходимо сделать на промышленность области, женщины могут быть более компетентны в любой области экономики, они могут иметь более емкий портфель знаний, чем мужчины. Это обусловлено, в первую очередь, мотивацией к поступлению в высшие учебные заведения, женская часть населения поступает в институт именно за получением знаний, а не для того, чтобы «откосить» от армии или прочим причинам. Очень хотелось, чтобы власть имущие обратили внимание на проблемы женской занятости и направили усилия на искоренение дискриминации женщин, в будущем это позволит максимизировать показатели занятости и оздоровление экономики региона и России в целом.

Литература:

1. О предоставлении в 2009 году субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на реализацию дополнительных мероприятий, направленных на снижение напряженности на рынке труда субъектов Российской Федерации : постановление Правительства Российской Федерации от 31.12.2008 г. № 1089 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

2. Об организации дополнительных мероприятий, направленных на снижение напряженности на рынке труда Пензенской области в 2009 г. : Постановление Правительства Пензенской области от 12 января 2009 г. № 1 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

3. Режим доступа: www. URL: <http://www.penza-press.ru>.

4. Режим доступа: www. URL: <http://www.gks.ru>.

5. Режим доступа: www. URL:<http://www.penza-gorod.ru>.

Фоменко Владислав Николаевич,

к. т. н., доц. кафедры экономики и управления

Волгоградского института бизнеса,

e-mail:natfom85@mail.ru

Современные технологии управления человеческими ресурсами Modern technologies of human resources management

В статье автором освещены современные технологии управления человеческими ресурсами.

In the paper modern technologies of human resources management are discussed.

Ключевые слова: технологии управленческого труда; эффективность труда.

Keywords: Labor Management Technology; labour efficiency.

В условиях кризиса рыночной экономики в нашей стране особое значение приобретают вопросы практического применения современных технологий, форм и систем управления человеческими ресурсами, позволяющих повысить социально-экономическую эффективность управления предприятием. Организации, добивающиеся успеха, отличаются тем, что имеют более динамичное и эффективное руководство. Вопросы эффективного управления человеческими ресурсами вызвали интерес людей с давних времен. Вопрос выбора эффективного стиля руководства особенно остро встает в последнее время. На большинстве предприятий и организаций применялся командный стиль руководства. При этом прослеживалось некоторое «давление» со стороны руководителя предприятия, корпорации или фирмы на подчиненных. Сейчас создаются новые, исключительно благоприятные возможности для становления высоко результативного стиля руководства, что до недавнего времени сдерживалось, в частности, слабостью демократических начал в управлении, господством коммерческо-бюрократических приемов работы, отсутствием личной ответственности и прочими недостатками. В настоящее время рождаются новые ситуации в деятельности фирмы, нуждающиеся в неординарных и результативных методах воздействия, и определяющие эффективность труда менеджера. На сегодняшний день в руководстве фирмы нужны хорошо подготовленные менеджеры.

Практическая значимость результатов оценки эффективности применения технологий управленческого труда заключается в том, что они позволяют оценить стили руководства современного менеджера и эффективность принятия управленческих решений, как с психологической, так и с социально-экономической стороны, а также определить влияние стиля руководства на эффективность управления человеческими ресурсами организации в целом.

Систему менеджмента организации можно свести к реализации и выполнению основных функций: планирование, организация, координация, контроль и мотивация. Каждая из названных подсистем менеджмента несет свое функциональное назначение и конечные или промежуточные результаты в зависимости от тех задач, которые запланированы на перспективу. Менеджмент – это профессионально осуществляемое управление любой хозяйственной деятельностью предприятия в рыночных условиях, направленное на получение прибыли путем рационального использования ресурсов. Главной структурной единицей

системы управления является менеджер – это человек, занимающий постоянную управленческую должность и наделенный полномочиями принимать решения по определенным видам деятельности организации, функционирующей в рыночных условиях.

Эффективность деятельности современного менеджера может быть отражена в следующих основных критериях: выживание фирмы в рыночных условиях; результативность и эффективность решений и задач; производительность управленческого труда; практическая реализация поставленных перед фирмой целей; адекватность восприятия ситуаций и проблем; выбор оптимального стиля руководства в организации; владение современными автоматизированными программными средствами и системами, позволяющими в короткие сроки принимать, оценивать и реализовывать управленческие решения на различных уровнях. Специфика труда менеджера состоит в том, что производственные, экономические, технические и социальные задачи он решает в основном в организационном порядке, воздействуя на людей, которые должны непосредственно решать эти задачи. Характер труда менеджера определяется тем, что он реализует функции руководства. При этом перед ним стоит задача – интегрировать систему управления в единое целое, координировать действия ее звеньев. Важнейшей обязанностью менеджера является обеспечение согласованности и единства системы управления как единого целого.

В условиях рыночных отношений требуется творческий подход к управлению на базе всесторонней информированности, наилучшего использования ресурсов и других факторов повышения эффективности функционирования предприятия, что подразумевает под собой как организацию стратегического, оперативного управления и контроля за деятельностью подразделений предприятия, так и внедрение автоматизированных систем и программных комплексов управления человеческими ресурсами и творческим потенциалом.

Внедрению таких систем управления человеческими ресурсами или отдельных их элементов предшествуют достаточно сложные этапы анализа и проектирования (рис. 1). Анализ качества управления человеческими ресурсами на большинстве предприятий показывает, что эффективность управления находится на высоком уровне, однако в условиях кризиса трансформируется в следующие категории: качество труда, качество системы, оценка системы. Оценивая каждый из критериев оценки, выяснилось, что система отбора кадров осуществляется согласно штатному расписанию. Причем приветствуется система, когда набираются молодые кадры с высшим образованием.

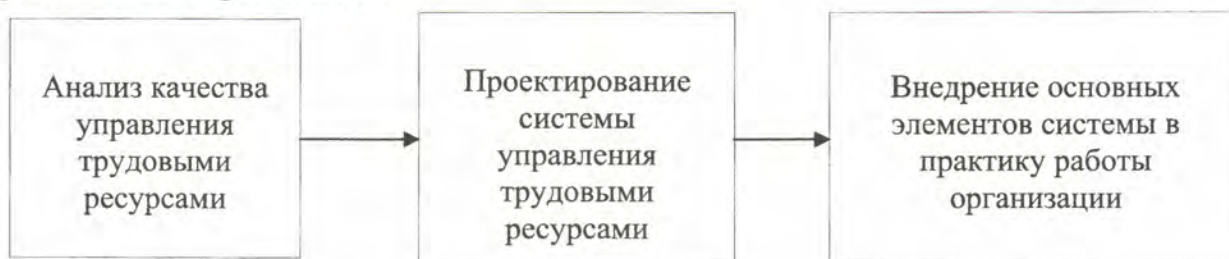


Рис. 1. Этапы создания системы управления человеческими ресурсами

Однако на предприятии не всегда происходит анализ того, какие потребности у человека, устраивающегося на работу рабочей специальности, имея высшее образование; какие он ставит цели при устройстве на работу; что ему нравится, а что нет в его работе впоследствии? Это характеризует то, что отсутствует сама функция социологического исследования, а вместе с ней функция анализа. Основной вывод из вышесказанного: на предприятии необходимо вести закрепление работников в организации и оценивать степень удовлетворенности работниками. Причем исследования работников должны проводиться с двух позиций: оценка работником эффективности работы подразделений управления и удовлетворенность работой на предприятии самого работника. Оценка работником эффективности работы подразделений управления персоналом при анкетировании работников может быть оценена на основании следующих субъективных критериев:

- степень сотрудничества различных подразделений и служб со службой управления персоналом;
- мнение линейных руководителей об эффективности службы управления трудовыми ресурсами;
- готовность службы управления трудовыми ресурсами к сотрудничеству со всеми работниками при решении кадровых проблем;
- доверительность взаимоотношений с работниками;
- быстрота, качество и эффективность выполнения запросов, адресуемых службе управления трудовых ресурсов, и услуг, оказываемых данной службой другим подразделениям;
- оценка качества информации и советов, выдаваемых службой высшему руководству.

Данные, полученные в результате обследования мнений работников, анализируются, результаты сравниваются с итогами прошлых обследований, чтобы выяснить, есть ли позитивные или негативные изменения. Ответы со стороны различных подразделений сравниваются, чтобы определить, является ли положение в одних более предпочтительным, чем в других.

Типичные темы, затрагиваемые при обследовании удовлетворенности работников можно сформулировать следующим образом. *Отношение к рабочему месту*: психофизиологические, санитарно-гигиенические и эстетические условия труда; график работы; перспективы; безопасность работы; межличностные отношения; *отношение к системе поощрения*: оплата труда; премирование; социальные льготы; профессионально-квалификационное продвижение; статус и признание; *отношение к руководству*: возможность коммуникации; стили, методы; *отношение к организации*: кадровая политика; общая репутация; взаимосвязи¹.

Для проведения контроля удовлетворенности человеческих ресурсов своей работой, анализа текучести кадров необходимо проводить анкетные опросы и интервью с работниками для выявления их удовлетворенности работой в организации, а также опрос увольняющихся. С этой целью на предприятии должны создаваться планы исследований, стандартные анкеты, отчеты о результатах исследований. Для закрепления работников в организации необходимо проводить подготовку справочника для работников организации, содержащего информацию о принятых в ней стандартах и правилах поведения работников, подготовку и реализацию программ введения в организацию, подготовку программы закрепления кадровых работников².



Рис. 2. Существующая система управления человеческими ресурсами

¹ Овчинникова Т. А., Щелогова С. А. Гибкая система оплаты труда в организация // Управление персоналом. 2000. № 8. С. 83–85.

² Lynda Murphy. Total Image: Personal Development Inside and Out. London, SAGE Publication, 2004. P. 72–87.

С этой целью создаются положения, описывающие порядок работы по адаптации новых работников, положения и инструкции, на основании которых реализуется работа наставников. Как показал анализ действующей на предприятии системы управления трудовыми ресурсами, необходимо расширить функции, выполняемые данной системой. Причем для максимального раскрытия потенциала людей, работающих в организации, необходима согласованная работа одновременно по всем направлениям. А все функции, выполняемые системой управления персоналом, должны быть взаимосвязаны. Общую структуру управления трудовыми ресурсами, действующую на предприятии в настоящее время, можно представить на рисунке 2.

Как видно из сложившейся структуры, в функции службы управления трудовыми ресурсами не входят ни функция социального исследования, ни функция адаптации, а значит, организация не проводит оценку тех или иных причин поведения трудовых ресурсов, результатов работы сотрудников организации.

То, что в структуре отсутствуют отделы труда и зарплаты, отдел социального обеспечения подтверждает разобщенность действия служб, регулирующих и результаты работы персонала, и его поведение. Именно при объединении этих отделов в единую структуру возможно осуществление мотивации трудовых ресурсов материальными или социальными факторами, в зависимости от проведенных исследований. Вместе с тем в рамках кадровой политики действующая служба действительно подбирает кадры по анкетам, и благодаря этому высок уровень людей с высшим образованием, даже на обычных рабочих специальностях, высока степень комплектации кадрами. Однако нет обратной связи, т.е. того, насколько эти кадры удовлетворены работой, что им нравится, а что не устраивает.

Без таких обратных связей подбор и адаптация кадров не являются целенаправленной деятельностью кадровой службы, следовательно, комплектация и работа проводятся для функционирования производства, а не с целями его долгосрочных перспектив развития. В действующей системе нет взаимосвязей между службами, которые могли бы воздействовать на управление кадрами в комплексе, поэтому не выполняется ряд функций и задач в управлении трудовыми ресурсами. Служба управления имеет низкий организационный статус.

Таким образом, усовершенствование структуры управления трудовыми ресурсами будет создаваться на базе традиционных служб: отдела труда и заработной платы, отдела охраны труда и техники безопасности. Задачи новых служб управления заключаются в реализации кадровой политики и координации деятельности по управлению трудовыми ресурсами в организации. В связи с этим они начинают расширять круг своих функций и от чисто кадровых переходят к разработке систем стимулирования трудовой деятельности, управлению профессиональным продвижением, предотвращением конфликтов, изучению рынка персонала.

Предложенную нами, в качестве оптимизационной, структуру управления трудовыми ресурсами предприятия представим на рис. 3.

Внедрение разработанной системы может проходить поэтапно, когда отдельные системы, отдельные направления работы вводятся последовательно. При этом может использоваться следующая последовательность шагов:

1. Подготовка и проведение совещания руководящего состава для рассмотрения целей и задач в области управления трудовыми ресурсами и общей организации работы по управлению ими.

2. Согласование и подготовка к утверждению общего пакета документов, регламентирующих работу системы управления трудовыми ресурсами организации (или одного из составляющих ее направлений работы).

3. Утверждение пакета документов, регламентирующих работу системы управления персоналом в целом или отдельных ее направлений.

4. Проведение обучения руководящего состава с учетом тех изменений в их работе, которые будут необходимы после внедрения в организации разработанной системы управления персоналом.

5. Информирование работников о целях и содержании предстоящих изменений в работе с персоналом.

Цели и задачи, решаемые при этом, следующие: снижение уровня напряженности в коллективе; повышение заинтересованности работников организации в проводимых изменениях; повышение доверия работников организации к решениям, принимаемым администрацией; пропаганда наиболее значимых направлений работы с персоналом в рамках вводимой системы; просвещение работников, предоставление необходимой информации и знаний, которые позволят им более осознанно, более активно участвовать в проводимых изменениях.



Рис. 3. Предлагаемая структура системы управления персоналом

Создание такой структуры системы управления на предприятии позволит снизить уровень текучести кадров, позволит на основе оценки проводимых исследований осуществлять плановый набор персонала, а значит, система будет работать на перспективу развития предприятия. Данная система также поможет выяснить, какие методы и пути необходимы для повышения мотивации персонала. Плановость набора персонала приведет к заинтересованности администрации в удержании хороших кадров, а наемный персонал будет привержен организации, чувствуя заинтересованность в себе и своих результатах. Методы мотивации способствуют достижению высокой отдачи от работы трудовых ресурсов. Низкий уровень текучести позволит иметь квалифицированный персонал предприятия¹.

Изменение структуры системы управления персоналом и внедрение перспективных технологий в данный процесс управления, в первую очередь, уменьшает уровень текучести кадров. Следовательно, снижаются издержки предприятия, связанные с непредвиденным, не предполагаемым уходом работников с предприятия. С чем же связаны эти издержки? Речь идет в первую очередь о снижении доли текучести, т.е. процентном соотношении увольняющихся по собственному желанию к общему числу увольняющихся. Эффективно управлять этим процессом можно при помощи внедрения в службе управления предприятием автоматизированных программных комплексов: «Управление персоналом», «Принятие решений» и др.

С точки зрения психологии работодателя и работника в области достижения поставленных целей и задач предприятием, предпринятые мероприятия позволяют избегать различных нюансов: падение доверия к руководству, плохой морально-психологический климат, ослабление трудовой мотивации, низкая приверженность организации, низкая

¹ Новиков А. Ю. Оптимизация работы управленческих служб // Управление персоналом. 2004. № 10. С. 4–6.

исполнительская дисциплина. Предлагаемые методы решения помогут использовать трудовые ресурсы со всей полнотой. Создаваемая система позволит создать благоприятные для предприятия факторы в области обеспечения конкурентоспособности продукции и эффективного управления трудовыми ресурсами и оплатой труда персонала. В этом случае имеет место такая функция, как профессиональный отбор персонала не просто согласно штатному расписанию, а по результатам анкеты, оценивающей его личностные качества, не только данные об образовании, но и комплексный подход на базе применения автоматизированных средств и комплексов управления ресурсами предприятия.

Другим немаловажным фактором в области управления трудовыми ресурсами, как было показано ранее, будет удовлетворенность персоналом выполняемой работой, ее содержательностью, условиями труда, психологическим климатом. Эти аспекты тоже отражены в предлагаемых программах.

Трудовой мотивации, т.е. заинтересованности работников в работе с высокой отдачей для достижения целей организации в целом, будет способствовать деятельность служб отдела труда и заработной платы, отдела социального обеспечения и бюро социологических опросов.

Эти факторы достаточно не просто оценить с точки зрения экономического эффекта, но они однозначно способствуют активизации потенциала человеческих ресурсов. Организация получает значительные выгоды, обеспечивая высокую степень организационной приверженности своего персонала. Такие работники в большей степени склонны к проявлению творчества, к поддержке инноваций, что часто имеет решающее значение для сохранения конкурентоспособности организации. Важнейшие преимущества, получаемые организацией: улучшается качество труда, а значит выше отдача от каждого сотрудника; по мере роста приверженности трудовых ресурсов уменьшаются издержки на единицу продукции и цена ее качества.

Предлагаемая программа управления трудовыми ресурсами «Управление персоналом» связана с большим расширением функциональных возможностей трудовых ресурсов. В нее входят следующие разделы: изучение мотивации; поиск и найм персонала; виды власти и руководство; создание команды; управление развитием персонала; разрешение конфликтов; делегирование полномочий; системы оплаты труда. Общий вид данной программы управления человеческими ресурсами в аспекте их эффективного использования на предприятии покажем на рис. 4.

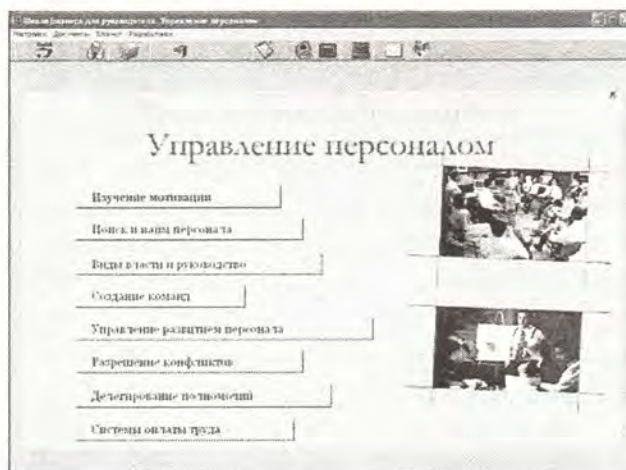


Рис. 4. Главное меню программы «Управление персоналом»

Применение предложенных рекомендаций и мероприятий позволит предприятию достаточно эффективно осуществлять управление трудовыми ресурсами и фондом оплаты труда, а также обеспечить сокращение временных интервалов на принятие решений и выявление наиболее квалифицированных и подготовленных рабочих кадров. Именно от этой главной составляющей и зависит конкурентоспособность продукции, лидирующие позиции предприятия и эффективность управления и использования персонала.

Литература:

1. Новиков А. Ю. Оптимизация работы управленческих служб / А. Ю. Новиков // Управление персоналом. – 2004. – № 10. – С. 4–6.
2. Овчинникова Т. А. Гибкая система оплаты труда в организациях / Т. А. Овчинникова, С. А. Щелогова / Управление персоналом. – 2000. – № 8. – С. 83–85.
3. Lynda Murphy. Total Image: Personal Development Inside and Out. London: SAGE Publication, 2004. – P. 72–87.

Головчанская Елена Эдуардовна,
к. э. н., доц. кафедры управления персоналом
Волгоградского педагогического университета,
e-mail: econ@vspsu.ru

Формирование и развитие компетентности персонала в динамике ее жизненного цикла

Formation and Development of Competence of the Personnel in Dynamic of its Life Circle

Рассматривается поэтапное развитие способностей человека к труду, его компетенций, выражающихся в уровне компетентности, важнейшим условием которого является деятельность.

The article deals with the step-by-step development of a person's unique abilities to work, his competences expressed in a competence level. The major condition of formation and development of competence is activity.

Ключевые слова: персонал; жизненный цикл; компетентность; способность к труду.

Keywords: personnel; life circle; competence; ability to work.

В настоящее время в России наблюдаются процессы переориентации всех субъектов рынка труда от подхода «знаний, умений и навыков» к подходу, формирующему комплекс способностей человека к эффективной профессиональной деятельности, характеризующей его компетентность.

С точки зрения маркетинга персонала совокупность компетенций работника (способности) является тем товаром, который интересует работодателя. В процессе использования своих компетенций работник достигает определенных профессиональных результатов, что и становится объектом внимания работодателя, а именно – его компетентность.

С этих позиций товар можно определить как компетентность работника, формируемая в процессе эффективного использования совокупности компетенций в деятельности организации, являющаяся результатом задействования маркетинговых механизмов.

Основу формирования компетентности работника организации в результате всестороннего развития личности человека составляют прочно взаимосвязанные между собой процессы индивидуализации и социализации, в течение которых формируются и совершенствуются способности человека к труду.

Заслуживает внимания точка зрения представителей социальной философии, которые выделяют три основных этапа в развитии личности¹.

Первый этап – идентификация, т.е. превращение биологических качеств человека в реальные человеческие качества. На данном этапе обозначается индивидуальный набор врожденных свойств и физиологических способностей².

Далее происходит развитие общих способностей человека, которые характеризуются совокупностью индивидуально-психологических качеств, отвечающих требованиям широкого

¹ Егоршин А. П. Мотивация трудовой деятельности : учеб. пособие. М. : ИНФРА-М, 2006. С. 154.

² Реан А. А., Бордовская Н. В., Розум С. И. Психология и педагогика. СПб : Питер, 2007. С. 189.

класса деятельности, позволяющих успешно решать разнообразные задачи¹. Происходит превращение человека в индивидуальность, т.е. в индивидуума, отличного от других и обладающего социально неповторимыми чертами: знаниями, умениями, навыками, психологией поведения (этап индивидуализации).

Следующий этап – персонализация², характеризуется дальнейшим развитием общих способностей, превращающих индивидуальность в личность – субъект общественной жизни, в социально функционирующего человека, интеллект, познания, черты характера которого характеризуют его как личность. На данном этапе формируется не только интеллект – относительно устойчивая структура именно умственных способностей, но и такие свойства, как обучаемость и креативность.

На наш взгляд, целесообразно выделить четвертый этап – этап персонификации. В условиях специфической деятельности работника, на основе его физиологических и общих способностей формируются специальные способности, выражающиеся в специфических и универсальных свойствах, которые отражают трудовой опыт в целом и дальнейшее совершенствование образованности и квалификации.

Специфические и универсальные свойства взаимосвязаны³. Развитие универсальных свойств обеспечивают быстрое включение работника в конкретные условия производства, конкретный трудовой коллектив. В то же время накопленные в процессе работы на предприятиях, в различной производственной среде специфические знания и навыки синтезируются работником, превращаясь в новые универсальные знания, поднимают их на качественно более высокий уровень, что выражается в универсальных свойствах.

Таким образом, процесс формирования человека, личности и работника показывает нам, что важнейшим условием развития способностей является деятельность, для осуществления которой необходимо наличие таких составляющих, как мотив, генеральная цель, анализ наличной ситуации, обращение к прошлому опыту, выбор конкретных целей для осуществления действий, выбор средств принятия решения, осуществление операций, получение результата, сличение полученного результата с желаемым, в случае их совпадения – прекращение данной деятельности, при их несовпадении, но сохранении мотива – внесение коррективов в осуществление деятельности и повторное ее исполнение.

В результате можно заключить, что для развития способностей личности к конкретному виду трудовой деятельности необходимо обязательное выполнение этой деятельности в динамике его жизни на рынке труда.

Компетенции работника и его компетентность находятся в постоянном движении, которое целесообразно охарактеризовать с точки зрения жизненного цикла.

Жизненный цикл рассматривается как промежуток времени, в течение которого происходит изменение соотношения спроса и предложения на товар, характеризующееся в основном такими показателями, как объем продаж и прибыль. Как правило, выделяют пять стадий: разработка, внедрение, рост, зрелость и спад. Жизненный цикл компетентности персонала организации можно рассмотреть с точки зрения воспроизводства капитала, когда персонал организации (его компетенции и уровень компетентности) является одним из основных ресурсов, обеспечивающих производство.

Для модели жизненного цикла компетентности персонала организации в процессе воспроизводства характерна четкая взаимозависимость уровня компетентности персонала организации от жизненного цикла производимого продукта.

Спрос на персонал определяется на этапе замысла и разработки продукта, где анализируются инвестиционные проекты, ориентированные на внедрение новых технологий. С учетом возможных изменений в структуре предприятия, номенклатуре и качестве продукции,

¹ Реан А. А., Бордовская Н. В., Розум С. И. Указ. соч. С. 191.

² Егоршин А. П. Мотивация трудовой деятельности. М., 2006. С. 154.

³ Михнева С. Г. Рынок труда: методологические и теоретические основы познания (системно-эволюционный подход) : монография / науч. ред. Л. С. Шаховская ; ВолГУ. Волгоград, 2001. С. 72.

технологии, а также в организации производства, труда и управления решаются такие задачи, как определение совокупности компетенций, предъявляемых к потенциальным работникам, исследование и анализ рабочей силы внешнего и внутреннего рынка труда, выбор источников удовлетворения данной потребности.

На этапе внедрения формируется компетентность персонала организации, в процессе которого решаются задачи по профессиональному отбору и найму персонала с точки зрения их компетенций, адаптации работников к условиям предприятия, оценке использования компетенций работников, повышению уровня компетентности персонала, разработке системы профессионально-квалифицированного и должностного продвижения в рамках системы мотивации и стимулирования труда персонала, определению четкой процедуры увольнения персонала.

На этапе роста спроса на продукт спрос на профессионально-квалифицированный состав рабочей силы хотя и замедляется, но все еще имеет тенденцию к росту. Усиливается акцент на оценку использования компетенций работников, а также деятельность по развитию персонала в рамках системы профессионально-квалифицированного и должностного продвижения. Совершенствуется система мотивации и стимулирования труда персонала. Прорабатываются вопросы кадрового планирования в соответствии с новыми стратегическими целями организации. Уровень компетентности повышается.

На этапе зрелости спроса на продукт наблюдается стабилизация состава персонала организации. В то же время ведется активная деятельность по формированию персонала организации для осуществления следующих проектов в соответствии со стратегией организации. Прорабатываются вопросы ротации кадров, их профессиональной переподготовки. Рост уровня компетентности персонала замедляется.

Этап спада спроса на продукт сопровождается снижением спроса на труд, что может привести к сокращению численности персонала, снижению уровня заработной платы, применению частичной занятости. Главным здесь является сохранение квалифицированного персонала, его уровня компетентности до нового подъема производства, осуществляя мероприятия по совершенствованию структуры профессионально-квалифицированного состава.

Таким образом, можно заключить, что модель жизненного цикла показывает четкую взаимосвязь между стратегическими планами организации и кадровым планированием, которое при формировании спроса на рабочую силу отражает решения по количественным, качественным и временным характеристикам. Важным элементом успешности маркетинговой деятельности является обеспечение согласованности производственно-хозяйственных процессов предприятия с непрерывным повышением уровня компетентности персонала, который в рамках предприятия отражает результат формирования и совершенствования специальных способностей работника.

Важнейшим условием развития выступает деятельность. Деятельность является для способностей не только той специфической средой, в которой они себя проявляют, но и тем обязательным условием, только при наличии которого способности формируются и развиваются. Исследователи выделяют восемь направлений, в которых может осуществляться деятельность.

Экономическая деятельность – это деятельность по производству, распределению, обмену и потреблению материальных благ. Она совершается прежде всего как преобразование вещества природы и базируется на трудовой природе человека.

Экологическая деятельность – это деятельность по регулированию отношений человека с природой, естественной окружающей средой. Она осуществляется в четырех функциях: природосохранение, природовосстановление, природосовершенствование и защита человека от пагубного воздействия природы (ураганы, землетрясения, засухи, радиация и пр.).

Научная деятельность – это деятельность по познанию законов и свойств реального мира, по генерации знания любого вида и уровня: теоретического и эмпирического, академического и бытового. Познавательная активность человека базируется на его

мышлении, абстрактный уровень которого формирует сферу науки. Любая сфера деятельности требует обеспечения ее знанием, а значит и любой субъект логически движется к научному осмыслению своей сферы, поэтому мы и видим закономерность «онаучивания» общественной жизни.

Художественная деятельность (искусство) – это деятельность по образному моделированию реального мира, по созданию, распределению, обмену, потреблению произведений искусства. Она базируется на образном мышлении человека. Искусство является универсальной социальной памятью человечества, компенсатором недостатков индивидуального опыта человека, универсальным языком общения людей.

Медицинская деятельность – это деятельность по сохранению и восстановлению жизнеспособности человека и человеческого рода. Основной ее объект – человеческий род, и она решает две задачи: сохранение (профилактика) и восстановление (лечение) людей. Она ориентирована на биологическую сущность человека (анатомические, физиологические и психические подсистемы человека).

Физкультурная деятельность – это деятельность по развитию физических возможностей человека, по достижению его физического совершенства. Физическое совершенство мы понимаем как оптимальное функционирование всех систем человеческого организма: сердечнососудистой, нервной, дыхательной, мышечной, костной, пищеварительной и т.д. Физкультура – это массовая форма физического развития населения. Ее характерными чертами являются массовость, комплексность, универсальность, непрерывность, потребность в минимальных материально-технических средствах.

Педагогическая деятельность – это деятельность по передаче и освоению социального опыта человечества. Она осуществляется в многообразных формах образования, обучения и воспитания и, соответственно, самообразования, самообучения и самовоспитания. Образование разделяется по уровням обучения: начальное, общее среднее, среднее специальное, высшее и послевузовское образование.

Управленческая деятельность – это деятельность по управлению отношениями людей в обществе, по мобилизации готовности людей к деятельности. Управление – это процесс организации и координации людей в процессе производства, обмена, распределения и потребления материальных благ. Управление осуществляется по функциям планирования, прогнозирования, нормирования, организации, контроля, учета, анализа и регулирования.

Всесторонне развитая личность прежде всего включается в названные восемь видов деятельности общества, это поля ее социальной активности. Но каждая деятельность предполагает готовность к ней, потребность (установки) и способность (знания и умения). Через деятельность человек становится агентом социальных институтов общества (организации, учреждения, общества и пр.), т.е. осуществляется полное овладение сферами общественной жизни.

Литература:

1. Егоршин А. П. Мотивация трудовой деятельности : учеб. пособие / А. П. Егоршин. – 2-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2006. – С. 154.
2. Михнева С. Г. Рынок труда: методологические и теоретические основы познания (системно-эволюционный подход) : монография / А. П. Михеева ; науч. ред. Л. С. Шаховская ; ВГТУ. – Волгоград, 2001. – С. 72.
3. Реан А. А. Психология и педагогика / А. А. Реан, Н. В. Бордовская, С. И. Розум. – СПб : Питер, 2007. – С. 189.

Заволочкина Лариса Юрьевна,
аспирант кафедры экономического анализа и финансов
Волгоградской сельскохозяйственной академии,
бухгалтер ООО «ХАТЦЕНБИХЛЕР»;
Теплякова Анна Сергеевна,
соискатель кафедры экономического анализа и финансов
Волгоградской сельскохозяйственной академии,
главный экономист МУП «Новоаннинский колхозный рынок»,
e-mail: meon_nauka@mail.ru

Формирование учета затрат на заемное финансирование в Международных стандартах финансовой отчетности и Российских стандартах бухгалтерского учета в экономике предприятия

Formation of Cost and Management Accounting of Debt Financing in International Financial Reporting Standards and Russian Accounting Standards in Business Economics

В статье освещаются вопросы формирования учета затрат на заемное финансирование в Международных стандартах финансовой отчетности и Российских стандартах бухгалтерского учета.

The presentation deals with the questions of Formation of cost and management accounting of debt financing in International Financial Reporting Standards and Russian Accounting Standards.

Ключевые слова: заемные средства; затраты по займам; капитализация.

Keywords: debt funds; borrowing costs; capitalization.

Большинство предприятий в своей деятельности кроме собственных источников финансирования, предназначенных для формирования хозяйственных средств и обеспечения хозяйственных операций, используют заемные средства. Кредиты помогают предприятию постоянно поддерживать необходимый уровень оборотных средств, содействуют ускорению оборачиваемости средств предприятия.

Как показывает мировая практика, заемные средства – необходимая статья финансирования деятельности предприятий. Привлечь зарубежный капитал без отчетности по МСФО сегодня практически невозможно. Отчетность, составленную по российским правилам бухгалтерского учета, потенциальный инвестор просто не поймет. Поэтому необходимо подготовить отчетность по МСФО.

Привлеченные заемные средства являются платными и требуют затрат на их обслуживание. При этом финансовые затраты по привлеченным средствам необходимо отображать в финансовой отчетности. Учет и отражение в отчетности затрат на привлечение заемного финансирования регламентируется ПБУ 15/2008 «Учет расходов по займам и кредитам». В российских компаниях первичный учет обычно ведется по Российским стандартам (РСБУ), а затем трансформируется по Международным (МСФО). Поэтому рассмотрим основные отличия ПБУ 15/2008 и МСФО 23 «Затраты по займам», влияние которых необходимо отслеживать в процессе трансформации отчетности.

МСФО (IAS) 23 определяет затраты по займам как финансовые и другие расходы, понесенные организацией в связи с привлечением заемного финансирования. Затраты по займам, в частности, включают:

- проценты по банковским овердрафтам;
- амортизацию дисконта или премии, связанных с кредитом;
- амортизацию дополнительных расходов, понесенных организацией в связи с привлечением заемного финансирования;
- финансовые расходы в отношении финансовой аренды (МСФО 17);

– курсовые разницы, возникающие в отношении заемного финансирования в иностранной валюте.

Расходами, связанными с выполнением обязательств по полученным займам, согласно ПБУ 15/2008 являются:

- проценты, причитающиеся к оплате займодавцу;
- дополнительные расходы по займам.

Дополнительными расходами по займам являются:

- суммы уплачиваемые за информационные и консультационные услуги;
- суммы уплачиваемые за экспертизу договора займа;
- иные расходы непосредственно связанные с получением займов и кредитов.

С 1 января 2009 г. произошло сближение РСБУ с МСФО в части признания затрат по займам. Данные затраты теперь должны признаваться расходами того периода, в котором они произведены, за исключением капитализируемой части. Затраты по займам, непосредственно относящиеся к приобретению, строительству или производству квалифицируемого (инвестиционного) актива, нужно капитализировать путем включения в стоимость этого актива.

МСФО (IAS) 23 определяет квалифицируемый актив как актив, требующий значительного периода времени для приведения в состояние, необходимое для использования либо продажи. Стандарт приводит примеры квалифицируемых активов: запасы, основные средства, нематериальные активы, инвестиционную собственность.

Для целей положения 15/2008 под инвестиционным активом (ИА) понимается объект имущества, подготовка которого к предполагаемому использованию требует длительного времени и существенных расходов на приобретение, сооружение или изготовление. К инвестиционным активам относятся объекты незавершенного производства и незавершенного строительства, которые впоследствии будут приняты к бухгалтерскому учету в качестве основных средств или иных внеоборотных активов.

В МСФО затраты по займам, полученным специально для финансирования квалифицируемого актива, понесенные в течение периода капитализации, включаются в стоимость приобретения актива за вычетом дохода, полученного от временного инвестирования средств займа. Дополнительные затраты согласно МСФО уменьшают кредиторскую задолженность по полученным займам и в дальнейшем участвуют в ее амортизации.

В российском учете дополнительные расходы по займам (кредитам), независимо от цели, на которые они получены, включаются в прочие расходы. Причем учитываются они единовременно в периоде, к которому относятся (п. 6 ПБУ 15/2008), но могут также и равномерно в течение срока действия договора (абз. 2 п. 8 ПБУ 15/2008).

В МСФО капитализация затрат по займам в стоимости квалифицируемого актива начинается с даты выполнения совокупности следующих условий:

- возникновение затрат по активу;
- возникновение затрат по займам;
- осуществление деятельности, необходимой для приведения актива в состояние, пригодное для использования или продажи.

Капитализация затрат по займам в стоимости квалифицируемого актива приостанавливается, когда прерывается активная деятельность по модификации квалифицируемого актива за исключением случаев, когда приостановка деятельности является неотъемлемым этапом процесса создания актива. Капитализация затрат по займам в стоимости квалифицируемого актива прекращается, когда завершены основные работы, необходимые для приведения актива в состояние, пригодное для использования или продажи. В случаях, когда создание квалифицируемого актива завершается по частям, каждая из которых может использоваться несмотря на то, что актив в целом еще не завершен, капитализация затрат в отношении части, создание которой завершено, прекращается.

Согласно ПБУ 15/2008 проценты, причитающиеся к оплате займодавцу (кредитору), включаются в стоимость инвестиционного актива при наличии следующих условий:

а) расходы по приобретению, сооружению и (или) изготовлению инвестиционного актива подлежат признанию в бухгалтерском учете;

б) расходы по займам, связанные с приобретением, сооружением и (или) изготовлением инвестиционного актива, подлежат признанию в бухгалтерском учете;

в) начаты работы по приобретению, сооружению и (или) изготовлению инвестиционного актива.

При приостановке приобретения, сооружения и (или) изготовления инвестиционного актива на длительный период (более трех месяцев) проценты, причитающиеся к оплате займодавцу (кредитору), прекращают включаться в стоимость инвестиционного актива с первого числа месяца, следующего за месяцем приостановления приобретения, сооружения и (или) изготовления такого актива. В указанный период проценты, причитающиеся к оплате займодавцу (кредитору), включаются в состав прочих расходов организации.

В случае, если заимствования получены для финансирования деятельности организации в целом и использованы для приобретения (создания) квалифицируемого актива, затраты, подлежащие капитализации в МСФО, определяются на основании ставки капитализации, применяемой к сумме расходов на приобретение (создание) актива.

Ставка капитализации определяется как средневзвешенное значение затрат по займам, применительно к займам компании, остающимся непогашенными в течение периода, за исключением займов, полученных специально для приобретения квалифицируемого актива.

В российском учете, с введением ПБУ 15/2008 произошло сближение с МСФО в методике включения затрат по нецелевым займам в стоимость инвестиционного актива. Если на приобретение (сооружение) инвестиционного актива израсходованы средства займов (кредитов), полученных на цели, не связанные с таким приобретением (сооружением), то проценты, причитающиеся к оплате займодавцу (кредитору), включаются в стоимость инвестиционного актива пропорционально доле указанных средств в общей сумме займов (кредитов), причитающихся к оплате займодавцу (кредитору), полученных на цели, не связанные с приобретением (сооружением) такого актива.

Все поправки, которые вносились в ПБУ за последние три года, были в прямой или косвенной форме направлены на сближение с МСФО. Несмотря на это, если затраты по займам являются существенными, то даже при совпадении учетной политики отчетность по МСФО и РСБУ будет отличаться по следующим причинам.

В российском учете с введением нового ПБУ 15/2008 основная сумма обязательства по полученному займу отражается в бухгалтерском учете организацией-заемщиком как кредиторская задолженность по условиям договора займа в сумме, указанной в договоре, тогда как в МСФО она первоначально отражается по справедливой стоимости полученных активов за вычетом первоначальных затрат по МСФО (IAS) 39. Поэтому величина кредиторской задолженности, а также финансовые результаты за каждый период до ее полного погашения в МСФО будут отличаться, если условия получения заемных средств отличаются от рыночных условий. Например, если компания получила кредит под процентную ставку менее выгодную (более высокую), чем рыночная, то в периоде получения кредита она должна отразить убыток и увеличить кредиторскую задолженность до такой величины денежных средств, которая была бы получена, если бы кредит был получен по рыночной ставке. До погашения этого кредита, согласно МСФО, сумма убытка будет амортизироваться до нуля с отражением в каждом периоде условно начисленных доходов по процентам.

Кроме того, наблюдаются различия в определении инвестиционного актива, аналог квалифицируемого актива по МСФО. Российский учет определяет инвестиционные активы как активы, требующие большого времени и затрат на приобретение и (или) строительство, в то время как МСФО (IAS) 23 определяет квалифицируемые активы как активы, требующие значительного периода времени для приведения в состояние, необходимое для использования либо продажи. РСБУ отмечает в частности, что активы, приобретенные для перепродажи, исключены из категории «инвестиционный актив». МСФО (IAS) 23 приводит пример активов, которые исключены из категории квалифицируемых активов как инвестиции и запасы, которые

повседневно производятся в больших количествах, на повторяющейся основе и на протяжении короткого периода времени, активы готовые к использованию по назначению или продаже.

В практической работе следует иметь в виду, что учет процентов по займам в российской отчетности, как показывают результаты аудиторских проверок, не всегда ведется в соответствии РСБУ, что еще до трансформации может потребовать корректировки отчетности. Иногда организациями игнорируются нормы ПБУ 15/2008 и применяются нормы положений, принятых раньше, поэтому проценты по займам могут быть включены в стоимость активов, не являющихся квалифицируемыми (инвестиционными): запасов (ПБУ 5/01).

Литература:

1. Каланов А. Н. Учет затрат по займам – на что следует обратить внимание при трансформации отчетности в МСФО / А. Н. Каланов // МСФО. Практика применения. – 2006. – № 4.
2. Об утверждении положения по бухгалтерскому учету. Учет расходов по займам и кредитам (ПБУ 15/2008) : приказ Министерства РФ от 6 октября 2008 г. // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
3. Сухов А. Б. Займы и кредиты: новое ПБУ / А. Б. Сухов // Актуальные вопросы бухгалтерского учета и налогообложения. – 2008. – № 5.
4. Филичева М. Чиновники упростили учет займов и кредитов / М. Филичева // Главбух. – 2008. – № 23.
5. Чучалина С. Очередные изменения МСФО / С. Чучалина // МСФО. Практика применения. – 2009. – № 2.
6. Ярошенко Р. Новый порядок учета «заемных» процентов [Электронный ресурс] / Р. Ярошенко. – Режим доступа: [www/ URL: http://www.audit.ru](http://www.audit.ru).
7. Режим доступа: [www. URL: http:// banks.2ifrs.ru](http://banks.2ifrs.ru).
8. Режим доступа: [www. URL: http://www.minfin.ru](http://www.minfin.ru).

Перекрестова Любовь Вениаминовна,
д. э. н., проф., зав. кафедрой теории финансов,
кредита и налогообложения
Волгоградского государственного университета;
Татаркина Дарья Олеговна,
к. э. н., ассистент кафедры бухгалтерского учета и аудита
Волгоградской государственной сельскохозяйственной академии,
e-mail: fc@volsu.ru

Консолидированный учет как результат дифференциации и интеграции видов бухгалтерского учета в управлении предприятием Consolidated Reporting as a Result of Differentiation and Integration of Business Accounting Types in Enterprise Management

Статья посвящена вопросам консолидированного учета как результата дифференциации и интеграции видов бухгалтерского учета в управлении предприятием.

The article is devoted to the questions of consolidated reporting as a result of differentiation and integration of business accounting types in enterprise management.

Ключевые слова: консолидированный учет; управленческий и финансовый учет.

Keywords: consolidated reporting; management and financial accounting.

Появление консолидированного учета как информационной системы явилось закономерным результатом генезиса практики корпоративного управления. Однако рассмотрение консолидированного учета только в этом ключе неправомерно. Возникновение нового вида учета как сферы практической деятельности (счетоводства) в основном намного предшествует формированию самостоятельной отрасли знаний – науки о нем с имманентной этой учетной теории проблематикой. Принимая во внимание тот факт, что консолидированный учет является информационной и организационной системой, к исследованию механизма его возникновения и развития можно применять инструментальный системный подход.

Развитие системы связано с ее усложнением, т.е. с ростом ее внутреннего многообразия. Дифференциация – это стремление системы к структурному и функциональному многообразию элементов, которое обеспечивает не только условия возникновения и разрешение противоречий, но и определяет способность системы быстро приспосабливаться к меняющимся условиям существования (чем больше многообразия, тем выше устойчивость). Дифференциация бухгалтерского учета по организационному признаку в настоящее время должна быть скорректирована с учетом трансформации структуры рыночной экономики, характеризующейся возникновением сложных интегрированных корпоративных структур. Данная тенденция сопровождается переориентацией информационных потоков с вертикального или горизонтального направлений на более сложные формы информационного взаимодействия.

Поэтому с точки зрения иерархического подхода к дальнейшей дифференциации управленческого и финансового учета появление нового вида учета закономерно вследствие:

- переориентации хозяйственных субъектов на сложные межхозяйственные связи;
- усиления столкновения противоречивых интересов хозяйствующих субъектов, приведших к развитию холдинговых форм организации производства.

Дифференциация системы бухгалтерского учета привела к возникновению не только финансового и управленческого видов учета, но и консолидированного, налогового, стратегического и др.

Однако в рамках выделенных учетных подсистем (финансового, управленческого, налогового и консолидированного видов учета) отдельным качествам учетной информации придается разное значение.

Требования к информации консолидированного вида учета более близки к финансовому учету. Это объясняется тем, что формирование и последующее выделение консолидированного учета произошло на базе финансового; консолидированный вид учета, как и финансовый, ориентирован преимущественно на внешних потребителей информации; оба вида учета имеют высокую степень регламентации со стороны регулирующих организаций.

Когда составление консолидированной отчетности будет вменено в обязанность холдинговым структурам, главным качеством информации консолидированного учета (как и финансового) станет надежность. Организационное обособление функций, выполняемых консолидированным учетом, обусловлено отличием в содержании учетной информации, формируемой в финансовом и консолидированном видах учета. Причина этого заключается в том, что в рамках существующих учетных систем с замкнутым учетным циклом отсутствует необходимость процедур консолидации. Следовательно, реализация учетных функций по отношению к новым учетным объектам приняла обособленный характер.

Процессы дифференциации видов учета восполняются и уравниваются процессом их интеграции. В отношении консолидированного учета возникает интеграция управленческого и финансового видов учета, поскольку для создания консолидированного отчета, независимо от статуса пользователя, широко используются документы бухгалтерского оформления (справки, бухгалтерские финансовые расчеты, трансформационные таблицы), не относящиеся к унифицированной системе бухгалтерской документации, униграфическая запись и другие элементы метода управленческого учета. При этом консолидация в системе финансового учета менее востребована отечественными холдингами в связи с их низким кредитным рейтингом на международном рынке ссудного капитала. Консолидированный учет прежде всего необходим

для осуществления корпоративного контроля над объединенным бизнесом, и в этой ситуации приоритет отдается признаку релевантности информации.

Бухгалтерский учет является информационной моделью хозяйственной деятельности предприятия, но никакая модель не может отразить все стороны и связи моделируемого объекта, поскольку в процессе моделирования происходит абстрагирование от несущественных (в рамках определенного исследования) черт объекта. Поэтому бухгалтерский учет точнее рассматривать как комплекс (или систему) моделей хозяйственной деятельности предприятия, и консолидированный учет, являясь подсистемой бухгалтерского учета, представляет собой одну из информационных моделей группы интегрированных предприятий, рассматриваемых как единое экономическое образование.

Предмет консолидированного учета – это информация о взаимодействии взаимосвязанных предприятий, существенная для составления консолидированной отчетности, отражающая участие в капитале, доходах, расходах, прибыли и взаимные обязательства.

Методом консолидированного учета является моделирование информационного образа группы объединенных предприятий как экономической единицы, включающее подготовительный этап процедуры консолидации и составления консолидированного отчета. При этом метод консолидированного учета трактуется расширительно, с признанием возможности системного отражения процедур консолидации.

Как обособленному учету, консолидированному учету присущи специфические способы и приемы. К ним относятся элиминирование и трансформация бухгалтерских записей. Введение присущего только консолидированному учету способа элиминирования бухгалтерских записей определено спецификой взаимоотношений предприятий группы, являющихся юридически самостоятельными лицами. Этот способ позволяет исключить из учета, а затем и из консолидированной финансовой отчетности двойное отражение активов и обязательств предприятий группы.

Трансформация бухгалтерских записей дает возможность не только отразить на счетах бухгалтерского учета процесс преобразования ключевого ресурса в конечный продукт холдинга, но и представить факты хозяйственной жизни отдельно взятых предприятий группы как единого целого.

Таким образом, трансформационная таблица бухгалтерских записей в бухгалтерском учете – незаменимый приём, позволяющий не только агрегировать факты хозяйственной жизни в конечные бухгалтерские записи в целом по холдингу, но и элиминировать двойное отражение хозяйственных операций в бухгалтерском учете.

Объектами консолидированного учета являются: капитал, доходы, расходы, прибыль и обязательства, которые имеют разный порядок отражения в отчетности отдельных предприятий и отчетности консолидированной группы.

При простом сложении статей финансовой отчетности (как абстракции) могло получиться брутто – значение статей сводной отчетности консолидированной группы предприятий. При исключении внутренних оборотов по участию в капитале, реализации, взаимной задолженности и тому подобном в сводной отчетности формируется нетто-значение каждой статьи.

Целью консолидированного учета является получение с помощью своих специфических методических приемов нетто-значений статей отчетности.

В общем виде отклонения между брутто-значениями и нетто-значениями финансовой отчетности консолидированной группы предприятий можно свести к следующей классификации:

- постоянные отклонения, связанные с использованием в финансовом и консолидированном видах учета различного порядка формирования стоимости отдельных элементов финансовой отчетности;
- межпериодные отклонения, возникающие вследствие разницы в моментах признания доходов и расходов в финансовом и консолидированном видах учета.

Если определение постоянных отклонений не требует текущего учета и может быть решено посредством выборки из существующих регистров финансового учета и последующей корректировки элементов сводной финансовой отчетности, то межпериодные отклонения требуют организации текущего системного (по счетам финансового учета) или внесистемного учета.

Выбор способа консолидации отчетности зависит от варианта приобретения материнской компанией контрольного пакета акций предприятий, входящих в консолидированную группу. В международной практике выделяются два таких метода: объединения и приобретения. Каждый из обозначенных методов имеет последовательность этапов его применения. Содержание этапов может изменяться в зависимости от цели проведения консолидации, определяемой пользователями консолидированной отчетности.

В процессе формирования консолидированной отчетности предлагаем применять алгоритм формирования консолидированной отчетности, включающий в себя последовательность действий, через которые финансовые отчеты отдельных предприятий преобразуются в комплект консолидированной отчетности, составленной в соответствии с определенными внутренними стандартами. В него входят:

- разработка регламента формирования консолидированной отчетности;
- проверка на единообразие всех учетных политик группы предприятий; выявление отличий от единой учетной политики и корректировка до единого стандарта;
- проверка полученных форм внутригрупповой отчетности;
- свод бухгалтерской отчетности группы предприятий в единый отчет;
- консолидация бухгалтерской отчетности с использованием специальных процедур;
- анализ информации, полученной в процессе консолидации.

Бухгалтерский учет является информационной моделью хозяйственной деятельности предприятия, а консолидированный учет, являясь подсистемой бухгалтерского учета, представляет собой одну из информационных моделей группы интегрированных предприятий, рассматриваемых как единая экономическая единица, с присущими ей методами, способами и приемами.

Литература:

1. Горшкова Н. В. Методологические аспекты консолидированного учета группы взаимосвязанных предприятий [Электронный ресурс] / Н. В. Горшкова, Д. О. Татаркина // Вестник Астраханского государственного технического университета. Вып. 6. – Режим доступа: [www. URL: http:// lib.volsu.ru/gsd/cgi-bin/library.exe?e=d-01000-00---02008-2006,2007,2008-01](http://lib.volsu.ru/gsd/cgi-bin/library.exe?e=d-01000-00---02008-2006,2007,2008-01).

2. Горшкова Н. В. Консолидирование финансовой отчетности как информационный механизм финансового менеджмента интегрированного формирования / Н. В. Горшкова, Л. В. Перекрестова, Д. О. Татаркина // Сборник научных трудов. – Волгоград : Политехник, 2007.

3. Татаркина Д. О. Учетная политика – один из сегментов информационной базы консолидации в группе предприятий холдингового типа «Гелио-Пакс» / Д. О. Татаркина // Актуальные проблемы науки в агропромышленном комплексе : материалы 59-й междунар. науч.-практ. конф. Т. 2. – Кострома : Изд-во КГСХА, 2008.

АНОНС
**ПРАВИЛА ПРИЕМА И ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ В АСПИРАНТУРЕ
ВОЛГОГРАДСКОГО ИНСТИТУТА БИЗНЕСА**

Деятельность Волгоградского института бизнеса в сфере послевузовского профессионального образования предусмотрена лицензией Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки № 6857 от 18 мая 2006 года.

Аспирантура Волгоградского института бизнеса выполняет три основные функции:

– готовит высокопрофессиональных специалистов с ученой степенью для работы в научной сфере и других отраслях народного хозяйства;

– способствует воспроизводству профессорско-преподавательского состава Волгоградского института бизнеса, предоставляет ресурсы для непрерывного совершенствования учебного процесса;

– обеспечивает сотрудникам Волгоградского института бизнеса возможность повышения квалификации, является сферой развития персонала.

Аспирантура предоставляет поступающим платные образовательные услуги на очном и заочном отделениях по специальности 08.00.05. «Экономика и управление народным хозяйством».

В аспирантуре существует три формы обучения:

I. Очная (с отрывом от производства)

Срок обучения – 3 года. Отрыв от производства также означает отсрочку от призыва в Вооруженные Силы.

II. Заочная (без отрыва от производства)

Срок обучения – 4 года. Отсрочка от призыва в армию не предоставляется.

Для заочных аспирантов Закон об образовании четко определяет льготы, на которые они имеют право в связи с обучением: дополнительный отпуск, один свободный дополнительный день в неделю. Для аспирантов очной формы обучения такие льготы отсутствуют.

III. Соискательство

Срок обучения 5 лет, из которых 2 года предназначены для сдачи экзаменов кандидатского минимума и 3 года на подготовку диссертации.

Основное отличие соискателя от заочного аспиранта состоит в том, что у соискателя меньше прав для реализации обучения и меньше свобод для его планирования. Соискатель не имеет никаких льгот, за исключением отпуска для завершения диссертации. После сдачи кандидатских экзаменов соискателю назначается научный консультант.

В аспирантуру (на конкурсной основе) принимаются лица, имеющие высшее профессиональное образование. Поступающие в аспирантуру сдают конкурсные вступительные экзамены в соответствии с государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования.

Прием заявлений и документов в приемную комиссию аспирантуры производится в течение учебного года.

Вступительные экзамены проходят в феврале, июле, августе каждого учебного года.

Зачисление в аспирантуру производится после проверки реферата и сдачи экзаменов по философии, иностранному языку и специальности (на основе выбранной кафедры), для очной и заочной формы в сроки с 1 июля по 1 августа, с 1 сентября по 1 октября, с 1 февраля по 1 марта.

Зачисление в аспирантуру производится после проверки реферата и сдачи экзаменов по философии, иностранному языку и специальности (на основе выбранной кафедры).

ОБУЧЕНИЕ В ОЧНОЙ АСПИРАНТУРЕ – 50000 РУБЛЕЙ В ГОД
ОБУЧЕНИЕ В ЗАОЧНОЙ АСПИРАНТУРЕ – 30000 РУБЛЕЙ В ГОД

Аспирант любой формы обучения, отчисленный из аспирантуры до окончания срока обучения по уважительной причине, может быть восстановлен на оставшийся срок обучения

при наличии свободных мест. Срок обучения может быть сокращен, если диссертация подготовлена досрочно.

В аспирантуру принимаются лица, имеющие высшее профессиональное образование и представившие в приемную комиссию аспирантуры следующие документы:

- копию диплома о высшем профессиональном образовании и приложение к нему;
- автобиография;
- направление-рекомендация учреждения, организации для лиц, направляемых на обучение для целевой подготовки;
- выписка из протокола заседания выпускающей кафедры, ученого совета вуза для лиц, рекомендованных в аспирантуру непосредственно после окончания вуза;
- копия трудовой книжки;
- листок по учету кадров;
- копия паспорта;
- список опубликованных научных работ (при их отсутствии – научный реферат по избранной научной специальности);
- удостоверение о сдаче кандидатских экзаменов при их наличии у поступающего.

Вступительные экзамены (собеседование) в аспирантуру проводятся два раза в год – весной и летом.

В период сдачи экзаменов (собеседования) проводятся плановые консультации.

Институт гарантирует своим аспирантам:

- создание необходимых и достаточных условий для научной работы и научно-педагогической практики;
- высокий уровень профессорско-преподавательского состава;
- подготовку к сдаче кандидатских экзаменов по истории и философии науки, иностранному языку и специальной дисциплине (экономика) с выдачей удостоверения установленной формы;
- публикацию научных статей по теме диссертации;
- возможность стажировок в вузах и различных научных учреждениях г. Волгограда;
- право пользования библиотечным фондом.

Более подробно о правилах приема и форме оплаты обучения в аспирантуре можно узнать по нашим контактными телефонам и e-mail.

Адрес аспирантуры:

400010, Волгоград, ул. Качинцев, 63 (общежитие колледжа бизнеса), каб. 115

Контактный тел.: /8442/392048

E-mail: kol_ins@rambler.ru

**О ПОДПИСКЕ И УСЛОВИЯХ ПУБЛИКАЦИИ В ЖУРНАЛЕ
«БИЗНЕС. ОБРАЗОВАНИЕ. ПРАВО.
ВЕСТНИК ВОЛГОГРАДСКОГО ИНСТИТУТА БИЗНЕСА»**

Уважаемые авторы, коллеги!

Вам предоставляется уникальная возможность ознакомиться с научными исследованиями ведущих ученых и практиков Волгограда и России, опубликовать результаты своих научных поисков и обсудить на страницах журнала самые актуальные проблемы бизнеса, образования и права, принять участие в научной дискуссии!

Вы можете подписаться на наш журнал в любом почтовом отделении России.

ПОДПИСНОЙ ИНДЕКС 14344

Стоимость годовой подписки (журнал выходит три раза в год) составляет 600 рублей.

Годовая подписка на журнал предоставляет возможность подписчикам публиковать статьи бесплатно в течение года.

Ждем Ваших публикаций!

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ

1. Для издания принимаются только ранее не опубликованные авторские материалы – научные (практические) статьи, обзоры (обзорные статьи), рецензии, соответствующие тематике журнала.

2. Статьи принимаются только при наличии письменной рецензии (образец рецензии – прил. 1).

3. Требования к авторскому оригиналу (образец оформления статьи – прил. 2).

В редакцию следует направлять компьютерный *авторский оригинал на русском языке*;

Файл должен содержать построчно:

– фамилию, имя, отчество (полностью);

– название статьи (на русском и английском языках);

– аннотацию (1 абзац до 400 символов) на русском и английском языках (Шрифт Times New Roman, 12).

– ключевые слова, используемые в статье (до 12 слов), на русском и английском языках.

ОФОРМЛЕНИЕ:

– объем статьи – до 40000 символов (1 печ. л.), включая пробелы;

– формат страницы – А4, книжная ориентация;

– Шрифт Times New Roman, 14, интервал одинарный, шрифт черный;

– отступ 1,25 мм;

– поля со всех сторон – 2 см.

Список использованной литературы: под заголовком «Литература», Times New Roman, 12.

Краткая информация об авторе: ФИО, ученая степень, ученое звание, иные почетные звания (если есть), место работы и должность, город, контактный e-mail и/или телефон обязательно!

Форматирование текста:

1) текст не должен содержать уплотнения интервалов;

2) рисунки, формулы и таблицы не должны превышать указанные размеры страницы, шрифт в таблицах и рисунках – Times New Roman, 12. Все объекты должны быть черно-белыми без оттенков.

Обращаем особое внимание на точность библиографического оформления произведений в списке литературы в конце текста, на выверенность статей в компьютерных наборах и полное соответствие электронного файла и бумажного варианта.

Список литературы. Библиографический аппарат статьи должен быть представлен библиографическими ссылками, оформленными согласно ГОСТ 7.0.5-2008, и библиографическим списком в конце материала (раздел «Список литературы»). При оформлении библиографического списка к научной статье необходимо соблюдать основные правила описания документов, закрепленные ГОСТ 7.1-2003. Библиографическое описание содержит библиографические сведения о документе, которые определяют порядок следования областей и элементов и предназначены для идентификации и общей характеристики документа. При этом автор отвечает за достоверность сведений представляемой информации. Основным источником библиографических сведений для описания является книга или издание. Элементы описания располагаются в следующей последовательности:

Заголовок. Основное заглавие : сведения, относящиеся к заглавию / сведения об ответственности. – Сведения о повторности издания. – Место издания : Издательство, год. – Количество страниц.

Заголовок – автор.

Основное заглавие – название документа.

Сведения, относящиеся к заглавию, – содержат информацию, которая раскрывает и поясняет основное заглавие, дает сведения о виде, жанре, назначении произведения и т. п.

Сведения об ответственности – содержат информацию о лицах и организациях, участвовавших в создании и подготовке произведения к публикации.

Сведения о повторности издания – включают сведения о повторности издания и характеристику этого издания (дополненное, переработанное, исправленное и т. п.).

Область выходных данных – содержит сведения о месте издания, название издательства и год издания. Название издательства в кавычки не берется.

Область количественной характеристики – дает сведения о количестве страниц в издании.

Например:

Карнаухова В. К. Сервисная деятельность : учеб. пособие для вузов / В. К. Карнаухова, Т. А. Краковская. – 2-е изд. – Ростов н/Д : МарТ, 2006. – 256 с.

Так описывается документ в целом, а если нужно описать статью из журнала, то это делается в следующей последовательности:

Автор. Название статьи / сведения об ответственности // Название периодического издания. – Год. – № издания. – Объем (страницы, на которых помещена соответствующая часть).

Например:

Сидунова Г. И. Управление подготовкой и повышением квалификации специалистов / Г. И. Сидунова, А. А. Сидунов // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2008. – № 6. – С. 83.

Глава из книги, статья из сборника, любая часть другого разового документа описываются в следующем порядке:

Заголовок. Основное заглавие составной части / сведения об ответственности, относящиеся к составной части // Описание основного источника, из которого взята конкретная часть. В конце указывается объем (страницы, на которых помещена составная часть).

Например:

Двиянинова Г. С. *Комплимент: Коммуникативный статус или стратегия в дискурсе* / Г. С. Двиянинова // *Социальная власть языка : сб. науч. тр. / Воронеж. межрегион. ин-т обществ. наук, Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2001. – С. 101–106.*

Объектами составления библиографического описания также являются электронные ресурсы локального и удаленного доступа. В описании электронного ресурса необходимо указать общее обозначение материала – [Электронный ресурс]. Необходимо полностью указать электронный адрес документа.

Например:

Образование: исследовано в мире [Электронный ресурс] // Междунар. науч.-пед. интернет-журнал с библиотекой-дипозитарием = oim.ru. – Режим доступа: www. URL: <http://www/oim.ru/>. – 10/02/2001.

Подробнее смотрите в ГОСТ 7.1-2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание.

Примечание. При последующей публикации материалов в других изданиях автор обязан сделать ссылку на первичную публикацию.

4. Представление материалов в редакцию.

Вместе с авторским оригиналом автор должен представить:

- рецензию;
- договор на публикацию.

Все материалы можно направлять электронной почтой: e-mail: meon_nauka@mail.ru.

Дополнительную информацию можно получить по телефону 8 (8442) 392048 – секретарь Курина Любовь Ивановна.

ОБРАЗЕЦ РЕЦЕНЗИИ

Статья: <Заголовок статьи>

Авторы: <Фамилии И. О. авторов>

I. Информация для редакции

- Соответствие статьи тематике журнала:
 - статья соответствует тематике журнала (да/нет)
- Оригинальность и значимость результатов статьи (да/нет/другие оценки):
 - результаты оригинальны
 - результаты имеют научную значимость
 - результаты имеют практическую значимость
- Качество изложения материала статьи (да/нет/другие оценки):
 - является ли аннотация достаточно информативной
 - понятность изложения статьи
 - следует ли сократить размер статьи
 - ясно ли указана цель статьи
 - адекватно ли определено место статьи в круге других работ
 - можно ли понизить степень подробности научных выкладок
 - адекватен ли список цитированной литературы
 - все ли рисунки и таблицы уместны
 - имеются ли ошибки и технические погрешности
 - строгость изложения экспериментальных результатов
 - достаточно ли обоснованы результаты и выводы статьи
- Заключение (да/нет)
 - статья может быть принята для публикации без доработки
 - статья требует доработки и повторного рецензирования
 - статья не может быть принята для публикации
 - статью следует передать другому специалисту на рецензирование
- Замечания и рекомендации по статье для членов редакционного совета (главного редактора/заместителя главного редактора)

Дата

Подпись

И. О. Фамилия рецензента

Образец оформления статьи

Каминский Евгений Игоревич,
к. психол. н., доц.,
зав. кафедрой психологии и педагогики
Волгоградского института бизнеса,
Каменская Рината Александровна,
к. филос. н., доц. кафедры философии,
истории и социологии
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: meon_nauka@mail.ru

Образовательная среда: управление и развитие в регионе

В статье освещается содержание процесса модернизации образовательной среды Волгоградского института бизнеса. Дается определение понятий «образовательная среда» и «модернизация», анализируется проект «Образовательная среда» как основной инструмент модернизации образовательной среды Волгоградского института бизнеса, отмечаются основные направления развития образовательной среды вуза. Анализируются качественные изменения образовательной среды вуза как следствие реализации приоритетных авторских проектов – Программы блочно-модульной формы организации учебного процесса и Эксперимента по внедрению рейтинговой системы оценки знаний студентов.

The problem of development of Volgograd Business Institute's educational model is discussed in the article. We analyze innovational projects as a source of changes of educational model.

Ключевые слова: образовательная среда, модернизация, Болонский процесс, интеграция, индивидуальное образование, дистанционное обучение, волонтерское движение.