VIB

БИЗНЕС ОБРАЗОВАНИЕ ПРАВО

ВЕСТНИК ВОЛГОГРАДСКОГО ИНСТИТУТА БИЗНЕСА











Выпуск № 1 (11)

Волгоград 2010

Журнал издается с 2006 г.

Выходит 3 раза в год

Подписной индекс – 14344

№ 1 (11), 2010
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»*

Помощник главного редактора –

Ладаускас Сергей Викторович*, к.ф.н., доцент кафедры философии, истории, социологии, начальник отдела организации научных и исследовательских работ 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, профессор кафедры специальных юридических дисциплин НОУ ВПО «Волгоградский институт бизнеса»*

Ответственный секретарь –

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

Технический секретарь –

Емельяненко Марина Станиславовна

РЕДКОЛЛЕГИЯ

Николаев Ю. Н., к. э. н., доц., проф. кафедры экономики и управления
Осадин Н. Н., к. э. н., доц., проф. кафедры экономики и управления
Мантур Е. В., к. э. н., доц., зав. кафедрой финансов и кредита
Ермоченко О. Н., к. э. н., доц., зав. кафедрой бухгалтерского учета, анализа и аудита
Бушуева И. С., д. 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.

Журнал включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук (решение Президиума Высшей аттестационной комиссии Минобрнауки России от 19 февраля 2010 года № 6/6).

Редакция принимает решение о публикации по результатам рецензирования.
Рукописи не возвращаются.
При перепечатке материалов ссылка обязательна.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.
Плата с аспирантов за публикацию статей не взимается.

Адрес учредителя и редколлегии:
400010, г. Волгоград, ул. Южно-Украинская, 2,
тел./факс: (8442) 544623
E-mail: meon_nauka@mail.ru
Электронная версия журнала доступна на www.volbi.ru, vestnik.volbi.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) 56-46-23, факс: 22-35-47
e-mail: nauka@rbcmail.ru, http://www.volbi.ru
Лицензия АА № 001215 от 23.03.2009 г. регистрац. № 1210
Свидетельство о государственной аккредитации от 26.02.2009 г. серия АА № 001793 регистрац. № 1757
Код по ОКПО 13721669 ОГРН 1033400261674
ИНН 3443053470 КПП 344301001
Р/с № 40703810626000000044
в филиале ОАО Банк ВТБ в г. Волгограде
БИК 041806852
К/с 30101810500000000852

Подписано в печать 07.04.10. Формат 60x84 1/8. Бумага офсетная. Печать офсетная. Усл. печ. л. 24,18. Тираж 500. Заказ 2245. Отпечатано: ООО «ПринТерра-Дизайн», 400005, г. Волгоград, пр-т им. В. И. Ленина, 88, (8442) 23-87-01

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

Редакционный совет журнала



Председатель редакционного совета:
Сизов Ю. И.,
д. э. н., профессор, чл.-корр. РАЕН,
заместитель генерального директора по управлению персоналом ОАО «Лукойл-Волгограднефтегаз»



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, 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., председатель комитета по труду и 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., профессор, 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

Лукьянова А.В., к. э. н, доцент, Директор Центра финансового и бюджетного развития, зав. кафедрой финансов и управления бизнесом Государственной Академии Инноваций
Современные тенденции и подходы к оценке стоимости государственных (муниципальных) услуг при формировании государственных (муниципальных) заданий **8**

Морозова Н. И., к. э. н., доц. кафедры экономики и управления Волгоградского института бизнеса
Межбюджетные отношения как инструмент государственного регулирования развития территории **2 0**

Карнаух И. В., ст. преподаватель кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита Волгоградского института бизнеса
Управление знаниями как основная концепция развития современного бизнеса **23**

Литвиненко Д. А., аспирант кафедры региональной экономики, предпринимательства и теории рынка Института управления, бизнеса и права, г. Ростов-на-Дону
Институциональная динамика рынка структурных инвестиционных продуктов за рубежом **27**

Бондарец М. С., аспирант кафедры региональной экономики, предпринимательства и теории рынка Института управления, бизнеса и права, г. Ростов-на-Дону
Стратегии развития профучастников на фондовом рынке в условиях финансового кризиса **35**

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

Семикина Е. С., аспирант кафедры экономики и управления Волгоградского института бизнеса, ведущий методист по инновационным технологиям Волгоградского колледжа газа и нефти ОАО «Газпром»
Методологические основы формирования систем качества предприятий нефтегазовой отрасли **40**

ЭКОНОМИКА ТРУДА

Попов В. П., д. и. н., проф., председатель Совета директоров ссузов Волгоградской области, директор Волгоградского технологического колледжа
Человеческие ресурсы региона: актуальные вопросы подготовки и трудоустройства специалистов среднего звена **40**

Орлова С. В., аспирант кафедры экономики и управления Волгоградского института бизнеса, преподаватель специальных дисциплин, председатель цикловой комиссии организационно-управленческих дисциплин Волгоградского колледжа газа и нефти ОАО «Газпром»
К вопросу о стратегии кадровой политики крупных промышленных корпораций нефтегазовой отрасли (на примере опыта ОАО «Газпром») **56**
Казакова А. Ф., аспирант кафедры финансов и кредита, преподаватель экономики Камышинского филиала Волгоградского института бизнеса
Современные предпосылки модернизации профессионального образования в РФ **65**
Беликова Е. В., аспирант кафедры финансов и кредита, старший преподаватель кафедры финансов и кредита Волгоградского института бизнеса
Взаимодействие социального и производственного потенциала сельского населения с социальной инфраструктурой **69**
Тихомирова Е. В., аспирант кафедры экономики и управления, менеджер кафедры экономики и управления Волгоградского института бизнеса
Человеческие ресурсы, основные понятия **72**
Бондаренко М. П., к. э. н., доц. кафедры экономики и управления Волгоградского института бизнеса
Человеческий капитал как составной элемент человеческих ресурсов и его роль в современном воспроизводственном процессе **76**
Ходакова Н. Н., аспирант кафедры экономики и управления преподаватель экономики Суровикинского филиала Волгоградского институт бизнеса
Проблемы роста качества трудовой жизни и решение их в процессе управления **88**

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Николаев Ю. Н., к. э. н., консультант по финансовым и экономическим вопросам Волгоградского института бизнеса
Экономическая оценка условия безубыточной и эффективной деятельности предприятия **91**
Ящук Т. В., к. э. н., доц. кафедры финансов, бухгалтерского учета и аудита Волгоградского государственного архитектурно-строительного университета; Нестеренко Е. А., соискатель кафедры экономики и управления проектами в строительстве Волгоградского государственного архитектурно-строительного университета, менеджер кафедры философии, истории, социологии Волгоградского института бизнеса
Оценка экономической эффективности строительного бизнеса **99**
Соловьева И. Н., к. э. н., главный бухгалтер ЗАО «Гелио-Пакс»; Крастелев Р. Н., аспирант кафедры экономического анализа и финансов Волгоградской государственной сельскохозяйственной академии
Экономические отношения в агрохолдингах **104**
Кубанцева О. В., аспирант кафедры экономики и управления, старший преподаватель кафедры технологии торговли и общественного питания Волгоградского института бизнеса
Исследование понятия конкурентоспособности предприятия **109**

Полянская Я. В., к. э. н., заместитель директора по производству ООО «Волгоградналадка»
Трансформация стратегических решений в малом бизнесе 112
Кардаильская Т. Г., ассистент кафедры экономики и управления предприятием; Магомедов Г. И., доц. кафедры экономики и управления предприятием Астраханского государственного технического университета
К вопросу о проблемах долгосрочного кредитования предприятий агропромышленного комплекса как основному направлению инвестиционной деятельности банков на региональном уровне 115
Упоров В. А., аспирант кафедры организации производства Новосибирского государственного технического университета
Формирование и управление ассортиментом производственного предприятия 119
Калмыкова Л. А., соискатель кафедры экономической теории и сельской кредитной кооперации, ассистент кафедры экономической теории и сельской кредитной кооперации Волгоградской государственной сельскохозяйственной академии
Крестьянское хозяйство в системе кооперативных отношений 123
Кузеванова А. Л., к. с. н., доц. кафедры экономики и управления Волгоградского института бизнеса
Управление социальной активностью бизнеса: анализ современного российского опыта 126
Курина Л. И., соискатель кафедры экономики и управления, зам. начальника отдела организации научных и исследовательских работ Волгоградского института бизнеса
Природа и специфика образовательных услуг 135
Нечай А. Д., аспирант кафедры экономики и финансов Волгоградской академии государственной службы
Особенности анализа и оценки финансовой устойчивости сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов 145

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ И ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Васильев Е. С., к. э. н., доц. кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита Волгоградского филиала академии труда и социальных отношений; Васильева Е. Н., к. э. н., доц. кафедры социальной работы и медико-биологической адаптации Волгоградского государственного университета
Зависимость инновационной политики предприятия строительного комплекса от эффективности использования технических инноваций и методики оценки инновационно-технического потенциала 149
Калачева О. С., старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита Волгоградского института бизнеса
Венчурное финансирование и инновационная активность малого предпринимательства 155
Смирнов Д. С., аспирант кафедры региональной экономики, предпринимательства и теории рынка Института управления, бизнеса и права, г. Ростов-на-Дону
Горизонт инвестирования в биржевых стратегиях 159

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Тюленев В. В., к. э. н., доц. кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита Волгоградского филиала Академии труда и социальных отношений
Маркетинг регионального рынка зерна 165
Скоробогатченко Д. А., к. т. н., доц. кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита Волгоградского института бизнеса
Проблемы управления финансовыми средствами на содержание транспортной инфраструктуры региона 171
Набиева А. Р., к. м. н., ассистент кафедры экономической теории и экономики здравоохранения Астраханской государственной медицинской академии Росздрава; Тюякпаева А. А., ассистент кафедры экономики и управления предприятием Астраханского государственного технического университета
Информатизация регионального здравоохранения как инструмент повышения эффективности его функционирования 175

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Сазонов С. П., заслуженный экономист России, д. э. н., проф., академик РАЕН, руководитель Управления Федерального казначейства по Волгоградской области, заведующий кафедрой экономики и финансов предприятий Волгоградского государственного технического университета
Сазонов А. С., аспирант кафедры корпоративных финансов и банковской деятельности Волгоградского государственного университета
Контроль в органах Федерального казначейства и его совершенствование 182
Татаркина Д. О., к. э. н., доц. кафедры бухгалтерского учета и аудита Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия
Учетная политика – один из сегментов информационной базы консолидации отчетности в холдингах 189
Заволочкина Л. Ю., аспирант кафедры экономического анализа и финансов Волгоградской государственной сельскохозяйственной академии, бухгалтер ООО «ХАТЦЕНБИХЛЕР»
Принципы формирования финансовой (бухгалтерской) отчетности по Международным стандартам бухгалтерской отчетности и Российским стандартам бухгалтерского учета 192
Воронин В. М., к. э. н., генеральный директор ЗАО «Гелио-Пакс»
Взаимоотношения участников агрохолдинга как объект финансового управления... 197

АНОНС

ПОЛОЖЕНИЕ о порядке и условиях публикации в научном журнале «Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса» 202

МАКРОЭКОНОМИКА

Лукьянова Анна Васильевна,
к. э. н, доцент,
Директор Центра финансового и бюджетного развития,
зав. кафедрой финансов и управления бизнесом
Государственной Академии Инноваций,
e-mail: avlukyanova@yandex.ru

Современные тенденции и подходы к оценке стоимости государственных (муниципальных) услуг при формировании государственных (муниципальных) заданий
Modern tendencies and approaches to the cost estimation of state (municipal) services in forming state (municipal) tasks

В статье проведен обзорный анализ текущей ситуации в финансировании расходов бюджетов по основным социально значимым отраслям на уровне Федеральных округов РФ, субъектов РФ и муниципальных образований на примере Волгоградской области, показана дифференциация и уровень отклонений в финансировании государственных (муниципальных) услуг отраслевых бюджетных учреждений.

На основе проведенного анализа в статье предложен ряд мероприятий по повышению эффективности бюджетных расходов на оказание государственных (муниципальных) услуг, таких как инвентаризация расходов бюджетных учреждений, внедрение на переходный период учетно-подушевого метода планирования расходов бюджета и поэтапная разработка нормативно-подушевого метода расчета затрат на оказание бюджетных услуг, путем определения типовых расходов, расчета норматива финансирования прямых и косвенных бюджетных расходов.

В работе рассмотрены преимущества, получаемые участниками бюджетного процесса в результате внедрения системы нормативно-подушевого планирования и учета бюджетных расходов в разрезе услуг.

In article the survey analysis of the current situation with financing budget expenses in the key socially-significant branches at the level of Federal districts of the Russian Federation, subjects of the Russian Federation and municipal unions on an example of the Volgograd region is carried out, the differentiation and the level of deviations in financing the state (municipal) services of branch budgetary establishments are shown.

On the basis of the analysis the paper presents a number of actions to increase efficiency of budgetary expenses on rendering of the state (municipal) services, such as the inventory of expenses of budgetary establishments, on a transition period the introduction of registration-per-capita method of budget expenses planning and stage-by-stage development of standard-per-capita method of calculating expenses for rendering of budgetary services through the determination of typical expenses, calculation of the standard of financing direct and indirect budgetary expenses.

The paper shows the benefits that participants of budgetary process receive as a result of introducing the system of standard-per-capita planning and calculating budgetary expenses by services.

Ключевые слова: государственное (муниципальное) задание, государственные (муниципальные) услуги, оценка стоимости государственных (муниципальных) услуг, нормативно-подушевой метод оценки стоимости государственных (муниципальных) услуг, социально-значимые расходы бюджета, планирование расходов бюджета, эффективность расходов бюджета.

Keywords: State (municipal) task, State (municipal) services, Cost Estimation of State (municipal) services, standard-per-capita method of Cost Estimation of State (municipal) services, socially-significant expenses of the budget, planning of budget expenses, efficiency of budget expenses.

В настоящее время в рамках проводимого реформирования бюджетной сферы появилась обоснованная необходимость планирования бюджетных расходов не в разрезе учреждений социально значимых отраслей, а в разрезе оказываемых государственных (муниципальных) услуг населению.

Данная необходимость установлена законодательно[1], но в первую очередь он диктуется современными реалиями управления в бюджетной сфере, внедрением комплекса инструментов

[1] С 1 января 2009 года вступили в силу изменения в положениях БК РФ (п. 2.3 ст. 69.2, п. 3 ст. 174), регламентирующие: необходимость формирования и доведения государственных (муниципальных) заданий на

бюджетирования, ориентированного на результат, которое включает понятие эффективности расходов и качества их управления.

Понятие «государственная (муниципальная) услуга» имеет нормативно-законодательную основу, заложенную Бюджетным кодексом РФ.

В соответствии с положениями ст. 6 БК РФ[1], государственная (муниципальная) услуга представляет собой услуги (работы), оказываемые (выполняемые) в соответствии с государственным (муниципальным) заданием органами государственной власти (органами местного самоуправления), бюджетными учреждениями, иными юридическими лицами.

Эффективность управления расходами также установлена законодательно рядом документов[2] и означает четкую их структуризацию, исключение негарантированных и неэффективных расходов внутри каждого учреждения, оказывающего данную услугу. Для проведения подобной структуризации расходов необходимо выработать подходы к методологии расчета стоимости всех государственных (муниципальных) услуг, оказываемых в каждой отрасли.

В настоящее время существует два основных подхода к оценке стоимости государственных (муниципальных) услуг.

1. Применение нормативно-подушевого метода расчета стоимости государственных (муниципальных) услуг

2. Применение учетно-подушевого метода расчета стоимости государственных (муниципальных) услуг.

Рассмотрим возможность и необходимость их применения в бюджетном процессе регионов и муниципалитетов более подробно.

Нормативный метод определения стоимости государственных услуг рекомендован министерством финансов РФ для федеральных органов государственной власти.

Данный метод основан на расчете стоимости услуги на единицу потребителя на основании установленных нормативов и требований к качеству оказания услуги.

Для понимания общих тенденций, финансирования государственных (муниципальных) услуг при формировании государственных (муниципальных) заданий нами был проведен анализ динамики расходов в разрезе субъектов РФ и федеральных округов по основным социально значимым отраслям и проведен расчет субъективной и объективной стоимости государственных (муниципальных) услуг на одного потребителя услуг.

Субъективность расчета определялась наличием региональных различий, влияющих на стоимость государственных (муниципальных) услуг, таких как различие в стоимости тарифов на коммунальные услуги, региональные надбавки оплаты основного и вспомогательного персонала, региональные особенности учета удорожания стоимости услуг по видам и типам услуг в различных отраслях. При исключении данных различий в стоимости услуг можно говорить о сопоставимости данных расчетов.

Данный анализ показал наличие высокой дифференциации в расходах бюджетов по всем отраслям. Приведем результат анализа относительных показателей в табличной форме по сум-

---

оказание государственных (муниципальных) услуг, необходимость планирования бюджетных ассигнований на оказание государственных (муниципальных) услуг в разрезе государственных (муниципальных) заданий.

[1] Ст. 6 БК РФ // Российская газета. 1998. 12 авг. (№ 153-154).

[2] См.: Указ Президента РФ № 825 «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. 2007. № 27. Ст. 3256; Указ Президента РФ № 607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов» // Собрание законодательства РФ. 2008. № 18. Ст. 2003; Бюджетная стратегия РФ на период до 2023 г., проект Министерства Финансов РФ. – http://www.minfin.ru/ru/reforms/budget/registry; Методические указания по составлению плановых реестров расходных обязательств субъектов бюджетного планирования и государственных внебюджетных фондов Российской Федерации на 2009 год и на плановый период 2010 и 2011 гг.: Письмо Министерство Финансов РФ № 02-02-05/1959 от 15.07.2008.

мам расходов бюджетов отраслей «Образование» и «Здравоохранение и спорт» в 2008 г. (табл. 1).

Исходя из приведенных данных, можно увидеть, что сумма расходов на государственные (муниципальные) услуги по отрасли «Здравоохранение, физическая культура и спорт» изменяются от 1830 руб. до 25 012 руб. в год на одного человека. По отрасли «Образование» расходы на одного ребенка составили минимально от 2 807 руб. до 563 768 руб. в год. Данная дифференциация расходов вызывает ряд вопросов об их обоснованности. Если мы проанализируем следующие показатели, то получим подтверждающие предыдущие значения расчетов результаты.

Стандартное отклонение от средних значений, показывая величину внутригрупповой изменчивости, в нашем случае объема расходов на одного жителя/ребенка, также говорит о наличии степени отклонений даже от средних значений, взятых в разрезе субъектов РФ.

Таблица 1

Анализ дифференциации расходов по субъектам РФ в расчете на одного жителя (ребенка) на здравоохранение, физическую культуру и спорт, образование в 2008 г. (руб. в год)[1]

Показатель	*Расходы на 1 жителя на здравоохранение, физическую культуру и спорт в 2008 году, руб. в год*	*Расходы на 1 ребенка на образование в 2008 году, руб. в год*
среднее значение по РФ	5 549	58 654
ст.отклонение по РФ	4 093	82 349
коэфф. вариации по РФ	0,74	1,40
минимум по РФ	1 830	2 807
максимум по РФ	25 012	563 768

Коэффициент вариации, характеризуя относительную меру отклонения измеренных значений от среднеарифметического, позволяет сделать вывод о зашкаливающей степени неоднородности суммы расходов на оказание государственных (муниципальных) услуг в этих отраслях.

Для понимания приведем допустимые значения коэффициента вариации. Если коэффициент вариации меньше 10%, то изменчивость вариационного ряда принято считать незначительной, от 10 до 20% относится к средней, больше 20% и меньше 33% к значительной и если коэффициент вариации превышает 33%, то это говорит о неоднородности признаков.

В нашем случае коэффициент вариации составляет 74 и 140% по соответствующим отраслям (табл. 1). Графически указанные тенденции высокой региональной дифференциации расходов представлены на рис.1, 2.

Если мы посмотрим на данную ситуацию в разрезе федеральных округов (табл. 2), то полученные результаты расчета суммы расходов на одного жителя/ребенка, так же не сильно отличаются от выше представленных и дают возможность более детальной оценки ситуации.

[1] Источник: приведенные расчеты и анализ в данной статье, произведен автором на основе информационных данных об исполнении консолидированных бюджетов субъектов РФ и муниципальных образований, представленных на сайте Федерального казначейства РФ – http://www.roskazna.ru/reports/mb.html и информационных данных о численности населения и численности учащихся и детей, посещающих образовательные учреждения, представленных на сайте Федеральной службы государственной статистики – http://www.gks.ru. Также см. список интернет источников.

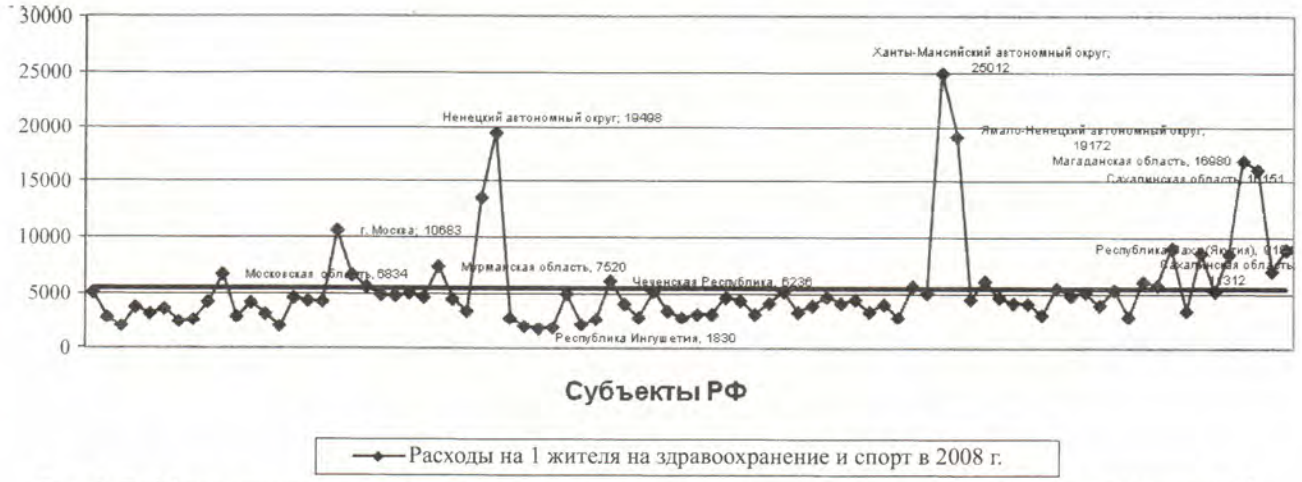


Рис. 1. Дифференциация расходов на одного жителя на здравоохранение и спорт в 2008 г. в субъектах РФ[1]

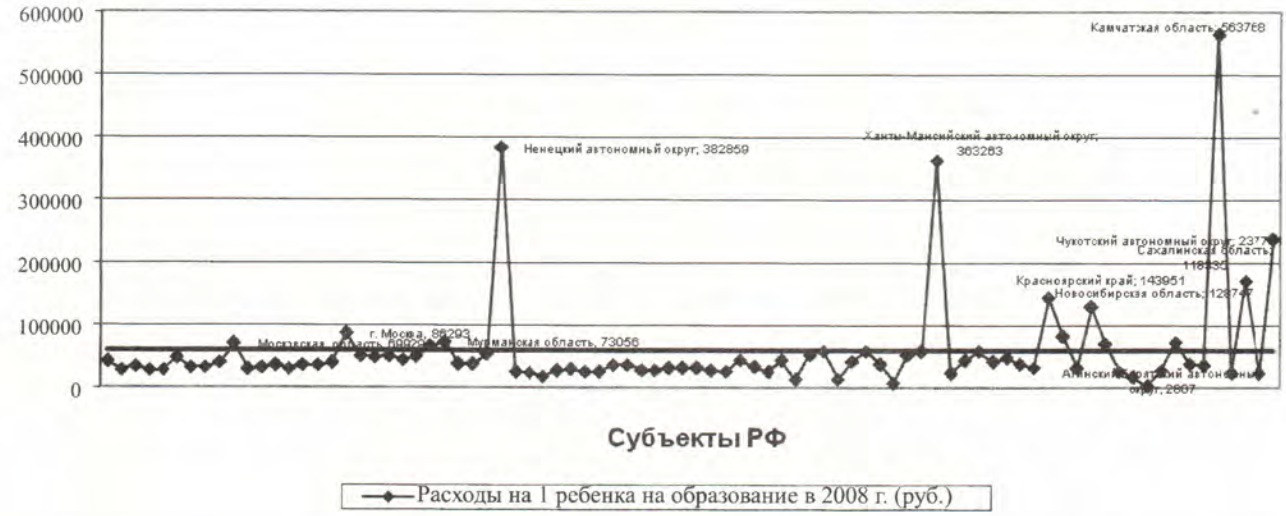


Рис. 2. Дифференциация расходов на одного жителя на здравоохранение и спорт в 2008 г. в субъектах РФ[2]

Рассмотрим динамику расходов в расчете на одного жителя/ребенка по тем же отраслям в муниципальных образованиях на примере Волгоградской области. Нами был проведен сравнительный анализ тенденций за ряд лет. Результаты данного анализа также подтверждают общие тенденции высокой дифференциации расходов на оказание в данном случае муниципальных услуг (рис. 3, 4).

[1] Источник: составлено автором.
[2] Источник: составлено автором.

Таблица 2

Сумма расходов на одного жителя/ребенка на здравоохранение и спорт и образование в 2008 г. в федеральных округах (руб. в год)[1]

Наименование федерального округа	*Расходы в среднем на 1 жителя на здравоохранение и спорт в 2008 году (руб. в год)*	*Расходы на 1 ребенка в среднем на образование в 2008 году (руб. в год)*
Центральный ФО	4 102	39 055
Северо-Западный ФО	7 363	81 300
Южный ФО	3 355	27 985
Приволжский ФО	4 070	36 169
Уральский ФО	10 443	91 148
Сибирский ФО	4 859	55 340
Дальневосточный ФО	9 432	132 575

Тем не менее основные расходы по финансированию сети на коммунальные услуги, на оплату труда административно-управленческого и технического персонала, считаются без учета каких либо нормативов.

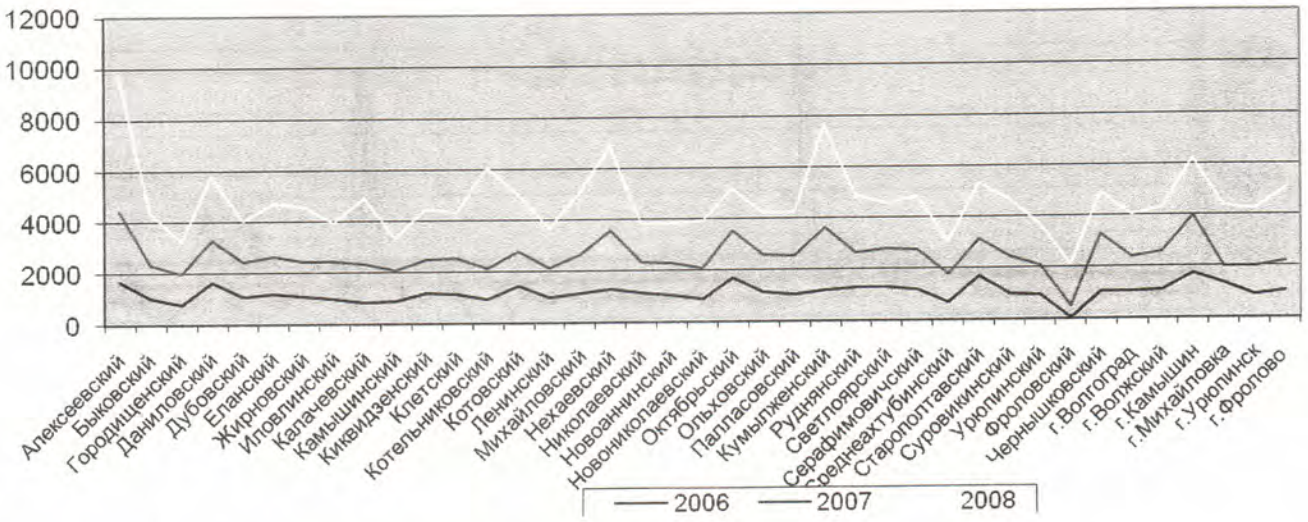


Рис. 3. Сумма расходов муниципальных образований Волгоградской области в расчете на одного жителя по отрасли «Здравоохранение и спорт» в 2006–2008 гг., руб. в год[2]

Если обратить внимание на степень различия в финансировании расходов в расчете на одного жителя/ребенка, то можно отметить, что общей тенденцией является большая сглаженность в расходах по отрасли «Образование». Этот факт имеет объяснение, которое заключается в том, что начиная с 2005 г. почти все регионы и муниципальные образования перешли на нормативно-подушевое финансирование расходов в этой отрасли в части фонда оплаты труда основного персонала и материально-технического обеспечения непосредственно услуги.

[1] Источник: составлено автором.
[2] Источник: составлено автором.

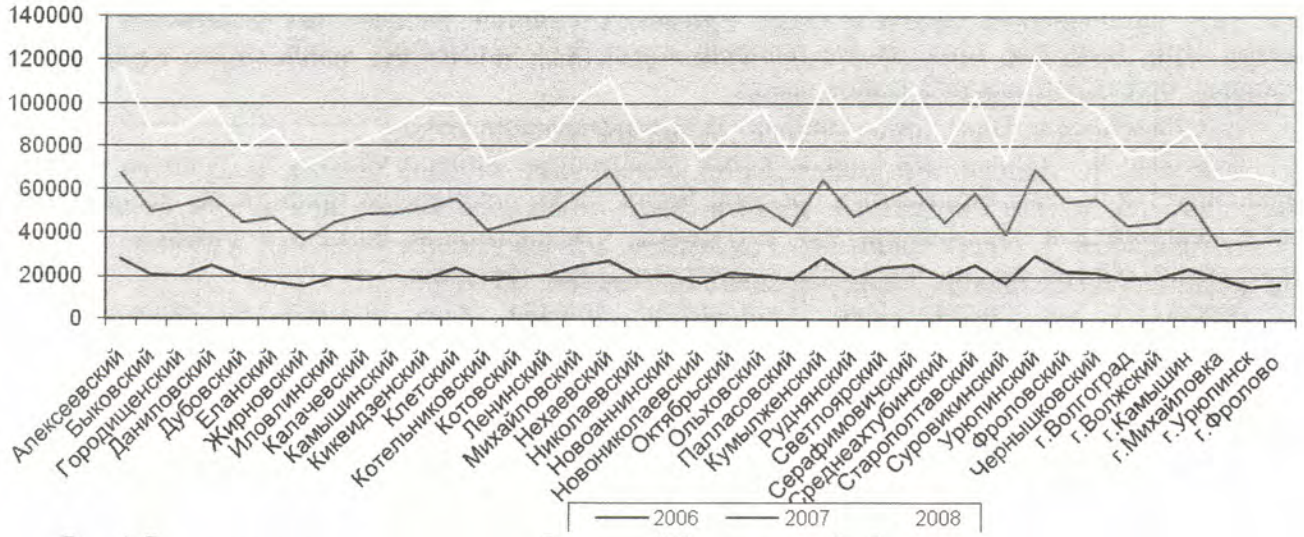


Рис. 4. Сумма расходов муниципальных образований Волгоградской области в расчете на одного жителя по отрасли «Образование» в 2006–2008 гг., руб. в год[1]

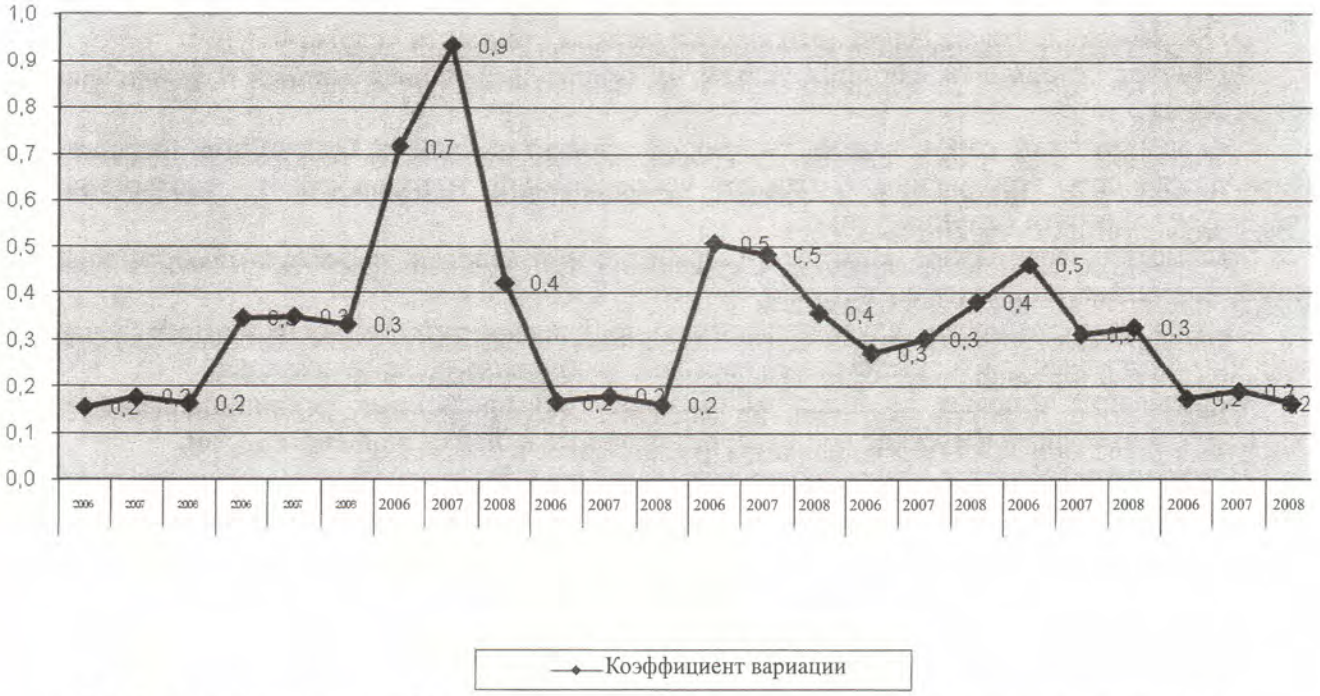


Рис. 5. Анализ динамики коэффициента вариации подушевых расходов по всем отраслям на примере муниципальных образований Волгоградской области за период с 2006 по 2008 гг.[2]

На графике (рис. 5) приведен анализ коэффициента вариации подушевых расходов по всем отраслям на примере муниципальных образований Волгоградской области за период с 2006 по 2008 гг.

Анализ подушевых расходов в разрезе всех отраслей в динамике показывает необходимость повышения качества управления расходами, путем их более детальной инвентаризации, оптимизации по сети внутри отраслей и определения методов финансирования государственных (муниципальных) услуг.

Рассмотрим возможные методические подходы к оценке стоимости государственных (муниципальных) услуг нормативно-подушевым методом.

[1] Источник: составлено автором
[2] Источник: составлено автором

При нормативном методе расчета стоимость единицы услуги рассчитывается прямым счетом. При этом для того, чтобы данный метод был применим, необходимо осуществить несколько подготовительных этапов работ.

1. Установление норм и/или стандартов предоставления услуг.

Нормами и стандартами определяется содержание типовой услуги, т.е. услуги, которая финансируется за счет бюджетных средств. Часть таких документов принята на федеральном уровне, например в образовании это документы, утверждающие базисные учебные планы в образовании, определяющие число часов по программам обучения.

Вместе с тем часть норм (стандартов) должна быть принята на региональном (муниципальном) уровне, например, в части материально-технического обеспечения реализации государственных (муниципальных) услуг, соотношения основного персонала, оказывающего услугу и руководящего персонала в учреждениях и т.п.

В отсутствии таких норм в рамках нормативного метода приходится разрабатывать методологию расчета части норматива по отдельным видам затрат исходя из сложившейся структуры расходов и другими косвенными методами.

2. Определение факторов, влияющих на стоимость услуги.

В данном случае речь идет об установлении тарифов на коммунальные услуги, услуги связи, ставок оплаты труда, надбавок на оплату труда, стоимости отдельных материальных активов и т.п.

3. Разработка и утверждение методологии расчета стоимости услуги.

4. Расчет стоимости единицы услуги на основе имеющихся данных и установленной методологии.

Последний этап работ связан со сбором статистической и бюджетной информации, необходимой для применения в рамках установленной методологии и, соответственно, с расчетом стоимости единицы услуги.

Рассмотрим возможные подходы к разработке методологии расчета стоимости единицы услуги нормативно-подушевым методом.

Для расчета стоимости услуги нормативно-подушевым методом необходимо выделять по каждой государственной услуге типовые расходы, необходимые для ее оказания.

Определение типовых расходов на оказание государственных (муниципальных) услуг учитывает новые управленческие подходы, реализуемые в бюджетной системе РФ.

Впервые предлагается классифицировать расходы в бюджетной сфере согласно типовым затратам на:

– прямые – непосредственно относящиеся к услуге и оказывающим прямое воздействие на ее стоимость,

– косвенные – текущие расходы, связанные с обеспечением условий функционирования учреждения оказывающего услугу.

Основными этапами расчета при применении нормативно-подушевого метода оценки затрат на оказание государственной услуги являются:

– определение основных параметров для расчета нормативов затрат государственной услуги (ставка, оклад, число часов работы, количество часов работы в ночную смену, контингент потребителей, пропускная способность учреждения, лимиты потребления и тарифы на прогнозный год по каждой коммунальной услуге, тип здания, способ отопления, водоснабжения и прочие параметры государственной услуги, оказывающие влияние на ее стоимость);

– определение типовых прямых затрат на оказание государственной услуги;

– определение типовых косвенных затрат на оказание государственной услуги;

– определение нормативных затрат по прямым видам затрат в расчете на одного потребителя государственной услуги;

– определение нормативных затрат по косвенным видам затрат в расчете на оказание всего объема государственной услуги в целом с последующим пересчетом затрат на единицу объема оказания государственной услуги.

Последовательность расчета прямых затрат на оплату труда с начислениями и иные выплаты должна содержать:

– расчет общей суммы расходов на заработную плату основного персонала с начислениями (без надбавок и доплат);

– расчет общей суммы расходов на заработную плату вспомогательного персонала, участвующего в оказании услуги с начислениями (без надбавок и доплат);

– расчет надбавок и доплат к заработной плате основного и вспомогательного персонала, участвующего в оказании услуги;

– расчет и оценка факторов удорожания расходов на заработную плату основного и вспомогательного персонала, участвующего в оказании услуги;

– расчет общего объема затрат на оплату труда с начислениями и иные выплаты;

– определение норматива расходов на заработную плату с начислениями основного и вспомогательного персонала с учетом надбавок, доплат и факторов удорожания в расчете на одного потребителя услуги.

Для расчета прямых нормативных затрат на расходные материалы, необходимые для предоставления услуги, производится расчет расходов материальных затрат в пропорциональном отношении к ФОТ основного и вспомогательного персонала, участвующего в оказании услуги.

Расчет косвенных затрат на оказание государственной услуги должен производиться на одного потребителя государственной услуги с учетом следующего принципа: для расчета косвенных затрат на оплату труда с начислениями и иные выплаты служащим должны быть выделены группы работников, занятых в оказании (производстве) нескольких государственных услуг.

К таким группам может быть отнесен административно-управленческий и технический персонал.

Последовательность расчета косвенных затрат на оплату труда с начислениями и иные выплаты должна содержать:

– расчет общих расходов на заработную плату АУП с начислениями (без надбавок и доплат);

– расчет общих расходов на заработную плату прочего вспомогательного (технического) персонала (без надбавок и доплат);

– расчет надбавок и доплат к заработной плате, АУП и прочего вспомогательного персонала;

– расчет и оценка факторов удорожания расходов на заработную плату АУП и прочего вспомогательного персонала;

– расчет общего объема затрат на оплату труда с начислениями и иные выплаты для всех услуг, оказываемых учреждением;

– разнесение косвенных затрат в пропорциональном отношении к утвержденной основе разнесения на все оказываемые учреждением услуги;

– определение косвенных нормативных затрат на заработную плату с начислениями АУП и обслуживающего персонала с учетом надбавок, доплат и факторов удорожания.

Для расчета норматива типовых косвенных затрат на коммунальные и прочие расходы на текущее содержание учреждения производится:

– расчет расходов на коммунальные услуги;

– расчет расходов на текущее содержание, за исключением коммунальных услуг;

– оценка факторов удорожания, например, коэффициент для сельских учреждений и т. д.;

– определение норматива расходов на обеспечение условий функционирования учреждения с учетом факторов удорожания.

Для получения косвенных нормативных затрат на оказание государственной услуги все косвенные затраты учреждения по соответствующим статьям затрат разносятся на все услуги, предоставляемые в бюджетном учреждении в пропорциональном отношении к утвержденной основе разнесения.

Исполнительные органы государственной власти принимают решения об использовании показателей, являющихся основой разнесения каждого вида косвенных затрат для подведомственных учреждений в рамках утверждения Порядка определения нормативных затрат (площадь учреждения, количество предельной или фактической пропускной способности учреждения, общий объем ФОТ или объем ФОТ основного персонала учреждения и прочие расчетные параметры).

Общий объем нормативных затрат на оказание государственной услуги на одного потребителя включает сумму прямых нормативных затрат на одного потребителя услуги и сумму косвенных нормативных затрат на одного потребителя государственной услуги.

На рис. 6 представлен результат расчета применения нормативно-подушевого метода на финансирование общего образования, проведенного примера на примере типичного муниципального образования субъекта РФ (городского округа).

Результаты внедрения нормативно-подушевого метода расчета стоимости государственных (муниципальных) услуг в ряде регионов и муниципалитетов подтверждают обоснованность и необходимость данного метода как средства оптимизации бюджетных расходов по сети подведомственных отраслевых учреждений и управления стоимостью оказываемых бюджетных услуг.

Для сравнения приведем следующие данные: экономия бюджета городского округа, по которому были произведены расчеты, при проведении данного комплекса мероприятий по учреждениям образования при внедрении нормативно-подушевого метода финансирования муниципальных услуг составила порядка 14% всех годовых расходов муниципалитета по данному виду расходов.



Рис. 6. Сравнительный результатов внедрения методов нормативно-подушевого финансирования в отрасли «Образованис» в формировании муниципальных заданий на оказание муниципальных услуг общего образования учреждениями городского округа[1]

[1] Источник: составлено автором.



Рис. 7. Сравнительный анализ фактического и нормативного объема финансирования учреждений образования городского округа при внедрении нормативно-подушевого метода[1]

Таким образом, использование нормативно-подушевого метода позволяет:

– более обоснованно сформировать расходы подведомственных учреждений, дает возможность проанализировать их расходы;

– сгладить дифференциацию расходов между учреждениями одной отрасли;

– выявить нетиповые расходы и перевести их на платную основу либо исключить.

Рассмотрим более подробно второй метод расчета стоимости государственных (муниципальных) услуг – учетно-подушевой метод, в настоящее время он является наиболее распространенным среди регионов и муниципалитетов.

Учетно-подушевой метод планирования расходов на оказание государственных услуг также подразумевает расчет стоимости государственной услуги на единицу ее оказания, но определяется исходя из суммы сложившихся фактических затрат на единицу государственной услуги в бюджетных учреждениях.

Учетно-подушевой метод является на сегодняшний день наиболее часто встречающимся в практике применения для планирования бюджета на основе государственных (муниципальных) заданий государственными органами власти и органами местного самоуправления.

Популярность данного метода объясняется его простотой расчета, отсутствием необходимости внесения существенных изменений в систему планирования финансов регионов и муниципалитетов.

Тем не менее, по-нашему мнению, данный метод не учитывает объективные управленческие подходы к оценке стоимости услуг и может быть применен в планировании бюджета лишь на переходный период (2–3 года) до полного и обоснованного подхода к расчету стоимости государственных (муниципальных) услуг на основе нормативно-подушевого метода.

Рассмотрим методологические подходы к расчету стоимости государственных (муниципальных) услуг учетно-подушевым методом.

При использовании учетно-подушевого метода стоимость бюджетных услуг рассчитывается на основе фактических расходов бюджетных учреждений путем индексации этих расходов и деления на фактическое число единиц услуги.

Данный метод применим, если все учреждения предоставляют не более одной услуги. При наличии нескольких услуг, предоставляемых одним учреждением, необходимы экспертные

[1] Источник: составлено автором

оценки о доле расходов, направляемых на предоставление каждой услуги, в общем объеме расходов учреждения.

При этом возможны два различных подхода применения учетно-подушевого метода для расчета стоимости государственных (муниципальных) услуг:

– метод при котором стоимость единицы услуги рассчитывается индивидуально для каждого учреждения или усредняется по сети учреждений;

– метод при котором используется один индекс-дефлятор для всех видов расходов или индивидуальные индексы-дефляторы для отдельных видов расходов.

При применении первого подхода расчета стоимости бюджетных услуг индивидуально для каждого учреждения возможно два способа расчетов единицы услуги в зависимости от того, какое предположение о темпах роста расходов принимается за основу.

Если все виды расходов учреждения изменяются с одинаковым темпом роста, то применяется один индекс-дефлятор для всех видов расходов.

Если различные виды расходов изменяются с разными темпами роста, то используются различные индексы-дефляторы для разных видов расходов.

В данном случае предполагается, что каждый вид расходов учреждения изменяется с различным темпом роста. Соответственно, в расчетах используются индивидуальные индексы – дефляторы для каждого вида расходов, в том числе: оплата труда с начислениями, приобретение расходных материалов, коммунальные услуги и затраты, связанные с использованием имущества, текущее содержание имущества, приобретение услуг связи, приобретение транспортных услуг.

Для расчета планируемого объема расходов учреждения на предоставление услуг при применении первого подхода расчета стоимости бюджетных услуг индивидуально для каждого учреждения планируемые расходы учреждения на услугу рассчитываются как произведение стоимости услуги учреждения на число единиц услуги. В данном случае планируемые расходы учреждения будут равны смете учреждения за предыдущий период, умноженной на индекс-дефлятор.

При применении второго подхода учетно-подушевого метода, когда стоимость единицы услуги рассчитывается в среднем по сети учреждений, предоставляющих услугу, производится расчет единой для всех учреждений стоимости бюджетной услуги путем усреднения удельных расходов на услугу по разным учреждениям. Однако стоимость услуги, как и в предыдущем случае, считается с использованием фактических расходов бюджетных учреждений за отчетный период.

Возможны также два варианта использования данного метода:

1) стоимость единицы бюджетной услуги рассчитывается как отношение общих расходов всех бюджетных учреждений на общую численность потребителей услуг;

2) стоимость бюджетной услуги рассчитывается как среднее значение подушевых расходов учреждений на предоставление услуги по отрасли.

При применении данного метода планируемый объем расходов для учреждения будет рассчитываться как средняя стоимость услуги на планируемое число единиц услуги.

При применении данного метода могут использоваться корректирующие коэффициенты, отражающие разницу в стоимости услуг в различных учреждениях.

Несмотря на отмеченную простоту расчета стоимости государственных (муниципальных) услуг учетно-подушевым методом, еще раз хотелось бы отметить, что применение данного метода не представляется целесообразным при переходе на формирование государственных (муниципальных) заданий ввиду ряда существенных недостатков, таких как отсутствие прозрачности расчета, отсутствие объективных факторов формирования стоимости государственных (муниципальных) услуг, невозможность обоснованного контроля и мониторинга эффективности распределения бюджетных средств.

Тем не менее данный подход может быть использован в переходный период главными распорядителями бюджетных средств до принятия ими порядка определения нормативных затрат с учетом отраслевых особенностей подведомственной сети.

Основное отличие нормативно-подушевого подхода от учетно-подушевого – это объективность расчета, который проводится с учетом всех факторов, влияющих на стоимость государственной (муниципальной) услуги, и уже исходя из параметров, которыми эти факторы характеризуются, производится расчет стоимости услуги. Таким образом, можно говорить об объективности расчетов и планирования расходов при применении нормативно-подушевого метода.

Рассмотрим преимущества, получаемые участниками бюджетного процесса в результате внедрения системы учета бюджетных расходов в разрезе услуг, которые можно разделить на краткосрочные (в пределах одного-двух лет) и долгосрочные (два и более года).

К краткосрочным преимуществам относятся следующие:

– для финансовых органов субъекта РФ – определение обоснованной нормативной стоимости услуг и контроль объективных потребностей по отраслям в бюджетных ассигнованиях на текущие расходы;

– для главных распорядителей бюджетных средств – формирование полного и объективного реестра услуг, финансируемых из бюджета, обоснование ассигнований на основе нормативов;

– для получателей бюджетных средств обоснование запросов в увеличении финансирования на основе обоснованного расчета нормативов и потребности рассчитанной исходя из количества потребителей.

К основным долгосрочным преимуществам можно отнести следующие:

– для финансовых органов – выявление неэффективных расходов и возможности их перенаправления на более приоритетные статьи, а также возможность мониторинга расходов с учетом их обоснованности;

– для главных распорядителей бюджетных средств – анализ результатов работы получателей бюджетных средств путем сопоставления плана и факта расходов в разрезе услуг, повышение качества финансового менеджмента получателей бюджетных средств за счет перехода на нормативное финансирование;

– для получателей бюджетных средств преимуществами являются повышение самостоятельности в управлении учреждением и возможность выбора направлений расходов для повышения результатов работы.

Как краткосрочные, так и долгосрочные преимущества позволяют всем участникам бюджетного процесса определиться и выработать условия взаимодействия и работы при формировании общей системы планирования и учета бюджетных расходов, оптимизировать данные расходы и повысить их эффективность.

Литература:

1. Бюджетный кодекс РФ // Российская газета. – 1998. – 12 авг. (№ 153-154).

2. Указ Президента РФ № 825 «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2007. – № 27. – Ст. 3256.

3. Указ Президента РФ № 607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов» // Собрание законодательства РФ. – 2008. – № 18. – Ст. 2003.

4. Бюджетная стратегия РФ на период до 2023 г., проект Министерства Финансов РФ. – http://www.minfin.ru/ru/reforms/budget/registry.

5. Методические указания по составлению плановых реестров расходных обязательств субъектов бюджетного планирования и государственных внебюджетных фондов Российской Федерации на 2009 г. и на плановый период 2010 и 2011 гг.: Письмо Министерства финансов РФ № 02-02-05/1959 от 15.07.2008.

6. Режим доступа : www. URL : http://www.gks.ru/ – сайт Федеральной службы государственной статистики.

7. Режим доступа : www. URL : http://www.gks.ru/dbscripts/Cbsd/DBInet.cgi – Центральная база статистических данных Федеральной службы государственной статистики.

8. Режим доступа : www. URL : http://www.gks.ru/dbscripts/munst/munst.htm – база данных показателей муниципальных образований в разрезе субъектов РФ.

9. Режим доступа : www. URL : http://www.gks.ru/wps/PA_1_0_S5/Documents/jsp/Detail_ default.jsp? category=1112178611292& elementId=1140095700094 – численность населения по полу и возрасту на январь 2009 года, бюллетень Федеральной службы государственной статистики.

10. Режим доступа : www. URL : http://www.roskazna.ru/reports/mb.html – информация с сайта Федерального казначейства РФ, отчетность об исполнении бюджетов субъектов РФ и местных бюджетов.

11. Режим доступа : www. URL : http://www.roskazna.ru/reports/cb.html – информация с сайта Федерального казначейства РФ, отчетность консолидированного бюджета РФ.

12. Режим доступа : www. URL : http://stat.edu.ru/ – статистика российского образования.

13. Режим доступа : www. URL : http://www.gov.ru/ – сервер органов государственной власти РФ.

Морозова Наталья Ивановна,
к. э. н., доц. кафедры экономики и управления
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: moroznata@rambler.ru

Межбюджетные отношения как инструмент государственного регулирования развития территории
Inter-budget relations as a state regulation tool of territory development

От эффективности функционирования института местного самоуправления зависят уровень и качество жизни населения конкретной территории и государства в целом, поскольку на местные бюджеты ложится основная нагрузка по содержанию социальной сферы муниципалитета. Для решения вопросов местного значения и выполнения переданных государственных полномочий необходимо укреплять доходные источники местных бюджетов.

The level and the living quality of the population of the territory and state on the whole depend on the efficiency of local government institute functioning, because the supplies of the social sphere of municipal services is mainly based on local budgets. It is necessary to strengthen budget for source of local budgets so as to solve questions of the local significance and to fulfill state reported obligations.

Ключевые слова: местное самоуправление; межбюджетные отношения; финансовая обеспеченность муниципальных образований.

Key words: local government; inter-budget relation; financial supplies of municipal formations.

Равномерное экономическое развитие и сокращение диспропорции территориального развития имеют особое значение для стабильного существования государства. В связи с проведением административной реформы полноправными субъектами хозяйственных отношений становятся муниципальные образования, которые приобретают реальное право самостоятельно владеть, пользоваться и распоряжаться муниципальной собственностью, создавать муниципальные предприятия, определять порядок и условия проведения приватизации на местах, осуществлять внешнеэкономическую деятельность, участвовать в кредитных отношениях. Осуществление органами местного самоуправления самостоятельной хозяйственной деятельности способствует укреплению их экономической основы, от состояния которой напрямую зависят уровень и качество жизни населения конкретной территории и страны в целом.

Ключевым вопросом создания эффективной системы местного самоуправления является выделение оптимального круга расходных полномочий – совокупность прав и обязанностей, затрагивающих практически все стороны жизни местного сообщества. Если круг полномочий

будет излишне узок, местное самоуправление не сможет реально обозначить себя как институт власти и управления, что приведет к потере доверия в глазах населения. И наоборот, чрезмерно «раздутый» перечень полномочий поставит под вопрос устойчивость финансового состояния муниципальных образований.

Для новых институтов местного самоуправления федеральным законодательством их «собственные» управленческие и соответственно расходные полномочия сформулированы как «вопросы местного значения» поселений, муниципальных районов и городских округов (ст. 14, 15 и 16 ФЗ соответственно). В законе ФЗ-131 делается акцент на то, что вопросами местного значения являются именно организация предоставления бюджетных услуг и/или само предоставление этих услуг. Органы местного самоуправления несут ответственность за весь комплекс мероприятий, имеющих конечной целью оказание бюджетных услуг, а не только за обеспечение необходимыми объемами финансирования предприятий и учреждений – бюджетополучателей.

В качестве основных полномочий выступают: формирование и исполнение местного бюджета, планирование местного социально-экономического развития, ведение коммунального хозяйства, дорожное строительство, благоустройство территории, развитие транспорта. Таким образом, на местные бюджеты ложится основная нагрузка по содержанию социальной сферы муниципалитета.

Налоги, зачисляемые в местный бюджет, не способны обеспечить необходимый уровень доходов для реализации указанных в ФЗ № 131 полномочий. Слабость данного Закона состоит в его отрыве от финансово-бюджетных реалий. Закон ставит во главу угла организационные вопросы формирования института местного самоуправления, принижая значение обеспеченности местного самоуправления финансовыми ресурсами. Не нужно забывать, что успешное решение вопросов местного значения напрямую зависит от финансового обеспечения.

Местное самоуправление может быть функционально самостоятельным, если гарантируется его бюджетно-финансовая автономия, а это предполагает наличие своего бюджета на каждом уровне самоуправления, в каждом муниципальном образовании. Формально решить эту задачу не так уж сложно. Куда сложнее наполнить бюджеты реальными доходами, которые бы позволили решать вопросы местного значения и выполнять переданные государством полномочия.

Централизация средств в федеральном бюджете и бюджетах субъектов Российской Федерации, наличие встречных финансовых потоков между бюджетами различных уровней, низкий уровень собственных доходов субфедеральных бюджетов – все это ведет к тому, что лишает возможности муниципалитеты решать жизненно важные для населения проблемы, а также проводить эффективную бюджетно-налоговую политику на соответствующей территории. В результате такого распределения муниципальные образования теряют свою финансовую самостоятельность и попадают в группу территорий, нуждающихся в поддержке со стороны государства.

«Если бы были достаточно наполнены бюджеты разных уровней и органы местного самоуправления получили бы те деньги, что им положены, то ни областному правительству, ни другим органам не надо было бы вмешиваться в дела на местах, меньше было бы различных нарушений… Пока не будет выработан четкий механизм взаимодействия властей по вертикали, эффекта от работы органов местного самоуправления не будет»[1].

Кроме того, принятая форма бюджетно-финансовой организации для местного самоуправления делает непривлекательным общественное участие в местном самоуправлении. Несмотря на то что подавляющее большинство граждан поддерживали идею создания института местного самоуправления, около 60% россиян не собирались «принимать участия в решении местных проблем»[2]. Причина этого заключалась в том, что «лишенное почти полностью всякой самостоятельности в распоряжении средствами, постоянно сбиваемое с толку все новыми и новыми переменами в правилах, вводимых федеральной властью, бессильное к запутавшимся в долгах, местное самоуправление просто не могло заинтересовать собою того самого гражданина, которому предстояло якобы

[1] Муталимов А. Местное самоуправление как одна из предпосылок укрепления демократии // Власть. – 2004. – № 5.

[2] URL : http://www/zircon.ru/russian/publication/5_4.shtml.

найти в муниципалитете арену для общественной самодеятельности. Равнодушие, с которым жители России встретили «новое» самоуправление, было вполне рациональной реакцией на его бессилие и бесполезность»[1].

Если же государство рассчитывает на долгосрочное и эффективное функционирование института местного самоуправления, то оно должно предпринять реальные меры для того, чтобы финансовая обеспеченность муниципальных образований была соизмерима их расходным полномочиям. Необходимо помнить, что местное самоуправление, живущее только на дотации, по сути, превращается в государственно-управляемое, тем самым дискредитируя саму идею данного института.

Все это говорит о необходимости, во-первых, создания условий, стимулирующих доходный рост базы местного бюджета, а во-вторых, корректировки межбюджетных отношений. Реализация первой задачи полностью зависит от эффективности проводимой политики органов местного самоуправления, а что касается второй задачи, то ее решение возможно только при условии конструктивного диалога с органами государственной власти. Еще Л. Эрхард говорил, что налоговая политика должна выполнять «"солидарные функции", т. е. являться инструментом, не разъединяющим, а объединяющим совокупность проживающих в данной стране людей в некоторую целостность, именуемую гражданским обществом»[2]. Здесь необходимо создать механизмы взаимодействия органов местного самоуправления с органами государственной власти, включить муниципальное сообщество в процесс принятия важных государственных решений. Так, Всероссийский совет местного самоуправления выступил с инициативой создания Муниципального совета при Государственной Думе, а также предложил сформировать Муниципальную комиссию при Правительстве РФ и нечто подобное Муниципальной комиссии или совета при Президенте РФ. Кроме того, был создан Клуб мэров, объединяющий мэров городов с численностью населения более 100 тысяч жителей, как подразделение внутри Всероссийского совета местного самоуправления. Клуб мэров, по сути, является также инструментом лоббирования муниципальных интересов, основная задача которого должна состоять в оказании помощи муниципальному сообществу представлять свою консолидированную позицию в диалоге с государством наравне с остальными элитами (политическими, деловыми, региональными и т. д.), участвующими в принятии важных государственных решений.

Проблема межбюджетных отношений и бюджетной обеспеченности муниципальных образований носит объективных характер, требует длительного периода времени, создания условий и механизмов для конструктивного диалога заинтересованных сторон. Но без укрепления доходных источников местных бюджетов никакие реформы местного самоуправления не дадут ощутимых результатов в долговременной перспективе.

Литература:

1. Зарицкий Б. Е. Людвиг Эрхард: секреты «экономического чуда» / Б. Е. Зарицкий. – М. : БЕК, 1997.

2. Муталимов А. Местное самоуправление как одна из предпосылок укрепления демократии / А. Муталимов // Власть. – 2004. – № 5.

3. Общественное мнение о местном самоуправлении 1992–2002 [Электронный ресурс] // Доклад Центральной политической конъюнктуры России к заседанию Госсовета, октябрь 2002. – Режим доступа : www. URL : http://www/zircon.ru/russian/publication/5_4.shtml.

4. Смирнягин Л. В. Предисловие к докладу «Анализ развития муниципальных финансов в России в 1992–2002 гг.» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www. URL : http://www.urbaneconomics.ru.

[1] URL : http://www.urbaneconomics.ru.

[2] Зарицкий Б. Е. Людвиг Эрхард: секреты «экономического чуда». – М. : БЕК, 1997. – С. 228.

Карнаух Ирина Валерьевна,
ст. преподаватель кафедры
бухгалтерского учета, анализа и аудита
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: karnauh@yandex.ru

Управление знаниями как основная концепция развития современного бизнеса
Knowledge management as a basic concept of modern business development

В данной статье уточнено понятие экономики знаний и рассмотрены подходы к управлению знаниями на предприятии.

This article clarifies the knowledge economy and discusses approaches to knowledge management in the enterprise.

Ключевые слова: знание, создание знаний, управление знаниями, менеджмент знаний, когнитивная экономика, конкурентные преимущества, интеллектуальные активы, стратегия предприятия.

Key words: knowledge, knowledge creation, knowledge management, cognitive economy, competitive advantages, intellectual assets, enterprise strategy.

Исторически причинами возникновения менеджмента знаний являются глобализация и обострение конкуренции на мировых рынках, быстрое развитие и внедрение новых информационных технологий, а также повышение общего технологического уровня производства. Объектом исследования научного направления «менеджмент знаний» являются знания, создаваемые и используемые на промышленных предприятиях.

До сих пор не существует единого взгляда ученых и специалистов на определение понятия «управление знаниями» и области его действия. Это обусловлено неустойчивым категориальным аппаратом исследуемого феномена, а также масштабом и характером его воздействия на организационно-экономическое развитие предприятий. Согласно примечанию В. П. Колесова, «в частных попытках по созданию стандарта КМ (knowledge management, КМ, теория управления знаниями) широко используется междисциплинарный подход с уклоном в ту или другую область. Например, KM Glossary известного эксперта Дэвида Скирма включает более 150 определений с множеством ссылок на различные интернет-ресурсы, в том числе термины, отражающие современные подходы менеджмента (управление эффективностью, работа в команде), организационное обучение, технические термины»[1].

По определению компании Gartner Group, knowledge management (КМ) – это дисциплина, которая обеспечивает интегрированный подход к созданию, сбору, организации, использованию информационных ресурсов предприятия и доступа к ним. Эти ресурсы включают структурированные базы данных, а именно: информацию (документы, описывающие правила и процедуры) и неявные знания и экспертизы, находящиеся в головах сотрудников. КМ – это новый бизнес-процесс для управления интеллектуальными активами предприятия, который определяется такими параметрами, как связь со стратегией предприятия, организационная культура и дисциплина (продвигающая и поддерживающая совместное использование знаний, сотрудничество работников и стимулирующая инновации), способность к «прозрачности и ясности» бизнес-процессов и производстве отношений, способность к учету конкурентов, покупателей и поставщиков[2].

Согласно определению журнала PC Week/RE, управление знаниями – это технология, включающая комплекс формализованных методов, охватывающих поиск и извлечение знаний; их структурирование и систематизацию в целях обеспечения удобного хранения и поиска; анализ зна-

---

[1] Экономика знаний : коллективная монография / отв. ред. д-р экон. наук, проф. В. П. Колесов. – М. : ИНФРА-М, 2008. – С. 388.

[2] The Knowledge Management Scenario: Trends and Directions for 1998-2003, Gartner Group, 1999. – URL: http://www.gartnergroup.org; Экономика знаний : коллективная монография / отв. ред. д-р экон., наук, проф. В. П. Колесов. – М. : ИНФРА-М, 2008. – С. 98–99.

ний для выявления аналогий и зависимостей; обновление и распространение имеющихся знаний и генерацию новых[1]. В связи с этим общая задача управления знаниями – тактическая и стратегическая цель управления, методология управления, предусматривающая извлечение знаний из документов, баз данных, электронных архивов, «голов умников» и т. д., и распространение знаний, включающее в том числе «закачку» специализированных знаний в головы сотрудников.

Среди российских специалистов, занимающихся проблематикой knowledge management (КМ), наблюдаются существенные расхождения относительно русскоязычного эквивалента этого термина. Некоторые авторы, занимающиеся в основном теоретическими аспектами КМ, применяют термин «управление знаниями». Однако, по мнению В. А. Дресвянникова, более точной является формулировка – управление созданием/производством и использованием знаний[2]. В этом случае необходимо более точно определить, что входит в определение следующих понятий и в чем их различие – «создание знаний» и «производство знаний». Так, под созданием знаний следует понимать интеллектуальную деятельность человека, которая осуществляется на практике. Человек создает свои собственные знания, проявляющиеся как интеллектуальные модели, умения, навыки, необходимые для его общественной и личной жизни, профессиональной деятельности. Такой личностной интеллектуальной деятельностью нужно управлять, поскольку она определяет эффективность жизни человека, жизнедеятельность которого без нее невозможна. Что касается производства знаний, оно представляет собой социально-экономическую деятельность, направленную на создание системы знаний организации или предприятия, предназначенных как для внутреннего использования, так и для продажи на рынке интеллектуальных продуктов. В этом случае знания рассматриваются как источник доходов. Обе формы рождения знаний – внутриличностная и организационная – тесно связаны, поскольку личностные знания персонала являются источником организационных знаний.

Таким образом, управление знаниями можно рассматривать в качестве способа извлечения прибыли из общения людей. Однако обмен знаниями должен быть упорядоченным и управляемым и состоять из двух взаимозависимых этапов – из обмена знаниями между людьми и использования информационных систем, позволяющих автоматизировать этот процесс, одновременно делая его более эффективным.

Один из крупнейших российских исследователей данной проблематики Б. З. Мильнер дает несколько определений управления знаниями, в каждом из которых подчеркивается тот или иной аспект КМ как[3]:

1) новой области приложения организационных механизмов, управленческих приемов и экономических стимулов, порождающей реальные конкурентные преимущества компаний;

2) систематического, точного и продуманного формирования, обновления и применения знаний как ресурса управления в целях максимизации эффективности предприятия и прибыли от активов, основанных на знаниях;

3) формализации и доступа к практическому опыту, знаниям и экспертным данным как объекта управления, которые создают новые возможности, способствующие совершенствованию деятельности, стимулирующие инновации и увеличивающие потребительную стоимость.

М. К. Мариничева дает следующее определение: «управление знаниями – это создание организационных, технологических и коммуникационных условий, при которых знания и информация будут способствовать решению стратегических и тактических задач организации». Перефразировав слова Билла Гейтса, она уточняет: «управление знаниями – это выполнение принципа «четырех Н»: создание условий, при которых **нужные** люди смогут получать **нужную** информацию и знания в **нужное** время для выполнения **нужных** задач»[4].

---

[1] URL: http://www.rfbr.ru/pics/20742ref/uprznan.pdf.

[2] Построение системы управления знаниями на предприятии: учеб. пособие / В. А. Дресвянников. – М. : КНОРУС, 2008. – С. 26.

[3] Мильнер Б. З. Концепция управления знаниями в современных организациях // Российский журнал менеджмента. – 2003. – № 1. – С. 58-59.

[4] Управление знаниями на 100%: Путеводитель для практиков / М. К. Мариничева. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – С. 196; Экономика знаний : коллективная монография / отв. ред. д-р экон. наук, проф. В. П. Колесов. – М. : ИНФРА-М, 2008. – С. 388.

Л. Г. Белова считает, что «управление знаниями нацелено на решение двух основных задач – эффективность и инновации». Возможность решения посредством управления знаниями первой задачи, по мнению автора, достигается путем использования знаний для роста производительности вследствие увеличения быстродействия или снижения затрат. Возможность решения второй задачи связана с созданием новых продуктов и услуг, новых предприятий и новых бизнес-процессов, при этом любой обмен знаниями может привести к инновациям[1]. Знания, ориентированные на инновации, имеют большую перспективную стоимость, чем знания, ориентированные только на эффективность. Управление знаниями как функция и как вид управленческой деятельности охватывает[2]:

– практику придания дополнительной ценности имеющейся информации путем выявления, отбора, синтеза, обобщения, хранения и распространения знаний;

– придание знаниям потребительского характера таким образом, чтобы они представляли собой необходимую и доступную для пользователя информацию;

– создание интерактивного обучающего окружения, где люди постоянно обмениваются информацией и используют все условия для усвоения новых знаний.

Общепринятое в настоящее время понятие «управление знаниями» включает в себя два аспекта: создание (производство) знаний и управление их созданием. Это позволяет выделить два вида деятельности: производственную – направленную непосредственно на создание знаний, с соответствующими парадигмами, подходами, методологией и технологией, и управленческую – обеспечивающую производство знаний посредством построения системы управления, основанной на управленческих парадигмах, подходах, методологии и технологии, организационной структуре.

Изучив различные определения понятия «менеджмент знаний», можно сделать вывод, что в каждой организации или на предприятии должно быть четко сформулировано то определение, которое будет отражать специфические процессы, понимаемые под термином «управление знаниями».

Несмотря на то что управление знаниями является одной из основных концепций управления, влияющих на современные тенденции развития бизнеса, следует отметить, что часто в организациях и на предприятиях складывается ошибочное представление об управлении знаниями, которое строится на основе тех инструментов менеджмента, которые использует организация в конкретный момент.

По мнению некоторых ученых и специалистов, наличие мощной налаженной системы документооборота свидетельствует о существовании полноценной системы управления знаниями, в рамках которой создаются системы документооборота, хранилища данных и поддерживается Интранет. В то же время существует мнение, что в этом случае речь идет только о технологической грани управления знаниями, т. е. об инструментах, и просто использование их не является, по сути, управлением знаниями. С другой стороны, в организации может сложиться обратное представление о том, что такое управление знаниями, если в организации упор делается на работу с сотрудниками, тренинги и другие мероприятия.

В данном случае идет речь о существовании двух распространенных подходах к реализации менеджмента знаний в организациях и на предприятиях:

1. Персонифицирующий или интуитивистский подход, который опирается на то, что знание содержится в людях, и главное, чтобы носители знания (эксперты) его хранили и им делились. Главное в управлении знаниями – это сотрудники, их мотивация, связи, культура компании, а технологии представляют собой только инфраструктуру. Сторонники этого подхода считают, что при его использовании значительно больше шансов уловить неформальные, скрытые знания сотрудников. Данный подход подразумевает непосредственное общение сотрудников и передачу знаний на собраниях, тренингах, мероприятиях типа *team building*. Кроме того, в ком-

---

[1] Экономика знаний : коллективная монография / отв. ред. д-р экон. наук, проф. В. П. Колесов. – М. : ИНФРА-М, 2008. – С. 388.

[2] Мильнер Б. З. Концепция управления знаниями в современных организациях // Российский журнал менеджмента. – 2003. – № 1. – С. 58-59.

пании создаются условия для того, чтобы сотрудники-лидеры в какой-то области могли делиться опытом с остальными и т. д. В этом случае основной задачей управления знаниями является выявление, сохранение и эффективное использование знаний сотрудников.

2. Информационный или технологический подход исходит из того, что современные предприятия, особенно крупные, накопили огромные объемы данных о клиентах, поставщиках, операциях и многом другом, хранящиеся в десятках операционных и транзакционных систем в различных функциональных подразделениях. Но эта информация в основном представляет собой необработанные данные, не пригодные для целей анализа. Для поиска знаний в массивах данных и их обработки необходимы информационные технологии, которые выявляют скрытые зависимости и правила в данных. Знания рассматриваются как точная информация по проблеме. Система, которая способна дать точный ответ на запрос, и является системой управления знаниями.

Содержание и вид знания и информации, а также методы их структуризации и использования определяются спецификой деятельности организаций, в которых они производятся. Так, первоочередной интерес для консалтинговых компаний представляет информация об опыте прошлых проектов; для инвестиционных компаний и фондов – это получение новостей, а также финансовой и аналитической информации по тому сектору рынка, в котором они работают; для производственных компаний – это технологические знания, для банков – это сведения о надежности клиентов. Однако вне зависимости от сферы деятельности все организации должны регулировать взаимоотношения не только внутри компании, но и с клиентами, поставщиками, заказчиками. Другими словами, организации должны стремиться не просто к созданию новых знаний, а к углублению и более эффективному использованию, усвоению и применению уже имеющихся.

Авторы, применяющие термин «управление знаниями», выделяют на каждом уровне когнитивной экономики разные уровни управления знаниями. В зависимости от уровня когнитивной экономики на том же уровне нужно трактовать и решать проблемы управления знаниями, поскольку ориентация на знания как важнейший ресурс требует адекватных каждому уровню изменений традиционных функций и характера управления. Так, выделяются:

1) микроэкономика управления знаниями – на этом уровне знания представляют собой самостоятельный вид ресурса, не всегда взаимозаменяемый другими ресурсами, управление которым является комплексным управленческим процессом, основанным на сочетании гуманитарного, информационного и технологического управления, методология внедрения которого на российских предприятиях проработана недостаточно, тогда как практика все более настоятельно требует решения не только уже существующих в этой области проблем, но создает все новые проблемы[1];

2) макроэкономика управления знаниями на уровне когнитивной макроэкономики;

3) мезоэкономика управления знаниями на уровне когнитивной мезоэкономики, изучающей вопросы концентрации, диффузии и эволюции знаний на отраслевом и региональном уровнях;

4) наноэкономика управления знаниями на уровне наноэкономики знаний, пограничной с когнитивной психологией области, в которой рассматриваются законы возникновения, восприятия и передачи знаний «от человека к человеку».

С точки зрения стратегической перспективы развития бизнеса менеджмент знаний заключается, во-первых, в определении и нахождении объекта знаний, который включает в себя все знания и умения организации, до того как это сделают другие, во-вторых, в получении выгоды путем создания новых возможностей. Основным конкурентным преимуществом менеджмент знаний становится тогда, когда знания, отражающие структуру и природу существующих отношений и процессов, протекающих на предприятии и за его пределами, не только превращаются в практические руководства к действию, но и используются для прогнозирования поведения, регулирования отношений и процессов.

---

[1] Клейнер Г. Знания об управлении знаниями // Вопросы экономики. – 2004. – № 1. – С. 152.

Таким образом, анализ структуры системы управления знаниями позволил сделать следующий вывод. Управление знаниями – общее название для методик, организующих процесс коммуникации в организациях, направляя его на извлечение новых и обновление существующих знаний, которые помогают сотрудникам организации своевременно решать задачи, принимать решения и предпринимать необходимые действия. Применение методик управления знаниями делает возможным использование коллективного опыта и знаний и превращение их в корпоративный капитал.

Литература:

1. Экономика знаний : коллективная монография / отв. ред. д-р экон. наук, проф. В. П. Колесов. – М. : ИНФРА-М, 2008. – С. 388.

2. The Knowledge Management Scenario: Trends and Directions for 1998-2003, Gartner Group, 1999. – www. URL : http://www.gartnergroup.org; Экономика знаний : коллективная монография / отв. ред. д-р экон., наук, проф. В. П. Колесов. – М. : ИНФРА-М, 2008. – С. 98–99.

3. Попов Э. В. Управление знаниями / Э. В. Попов, И. Б. Фоминых, Н. П. Харин, М. М. Виньков // Аналитические обзоры. – Режим доступа : www. URL : http://www.rfbr.ru/pics/20742ref/uprznan.pdf.

4. Построение системы управления знаниями на предприятии : учеб. пособие / В. А. Дресвянников. – М. : КНОРУС, 2008. – С. 26.

5. Мильнер Б. З. Концепция управления знаниями в современных организациях / Б. З. Мильнер // Российский журнал менеджмента. – 2003. – № 1. – С. 58–59, 63–64.

6. Управление знаниями на 100% : Путеводитель для практиков / М. К. Мариничева. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – С. 196.

7. Экономика знаний : коллективная монография / отв. ред. д-р экон. наук, проф. В. П. Колесов. – М. : ИНФРА-М, 2008. – С. 101, 114.

8. Клейнер Г. Знания об управлении знаниями / Г. Клейнер // Вопросы экономики. – 2004. – № 1. – С. 152.

Литвиненко Денис Александрович,
аспирант кафедры региональной экономики,
предпринимательства и теории рынка
Института управления, бизнеса и права,
г. Ростов-на-Дону,
e-mail: henkhenkhenk@mail.ru

Институциональная динамика рынка структурных инвестиционных продуктов за рубежом
Institutional dynamic of Structured Investment Products Market abroad

В статье освещаются формы и механизмы функционирования структурированных продуктов. Анализируются основные формы структурированных продуктов на финансовых рынках европейских государств. Рассматриваются тенденции развития мирового рынка структурированных продуктов в условиях преодоления последствий финансового кризиса.

The paper discusses the forms and mechanisms of structured products functioning. The author analyses the forms of structured products at financial markets of European states. The article shows the tendency of the development of the world market of structured products under conditions of overcoming consequences of financial crisis.

Ключевые слова: структурированные продукты; инвестиционные продукты; дефолтный своп.

Key words: structured products; investment products; credit-default swap.

Структурированные продукты являются относительно молодой группой инвестиционных продуктов, появившейся в конце 1990-х гг. Самые активные участники этого рынка – Франция,

Италия, Бельгия, Швейцария, Германия и США. Сначала это были простые продукты, дающие возможность инвестору участвовать в росте той или иной акции. С 2000 г. компании стали диверсифицировать базовые активы для построения структурированных продуктов: начали использовать фондовые индексы, паи инвестиционных и хеджевых фондов. С 2004 г. расширялась линейка структурированных продуктов. Появились продукты с использованием активов и индексов товарного рынка, экзотических опционов. В 2006 г. возникли продукты, использующие в качестве базового актива волатильность рынка, дисперсию того или иного актива[1].

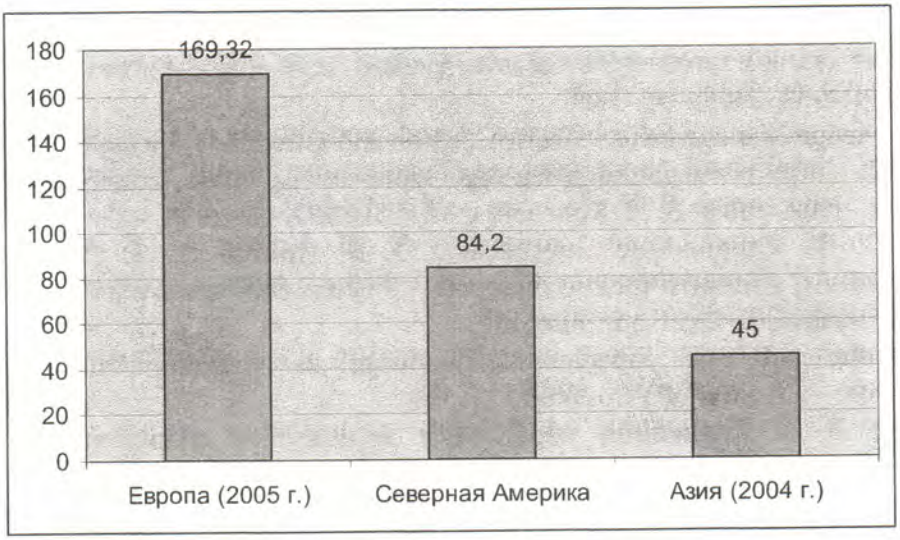


Рис. 1. Объем выпуска структурированных продуктов в 2007 г. (млрд долл.)[2]

В настоящее время ведущее место по объему выпуска структурированных продуктов занимают европейские страны, на которые приходится почти 60% мирового рынка. На втором месте находятся североамериканские страны (28%), на долю азиатских стран приходится 15% рынка. Объем выпуска структурированных продуктов на континентальных рынках иллюстрирует рисунок 1.

Выбор формы структурированного продукта диктуется особенностями юридического и налогового характера, присущими для конкретного государства. Формы, которые принимает структурированный продукт, можно разбить на несколько групп, отмеченных на рисунке 2.

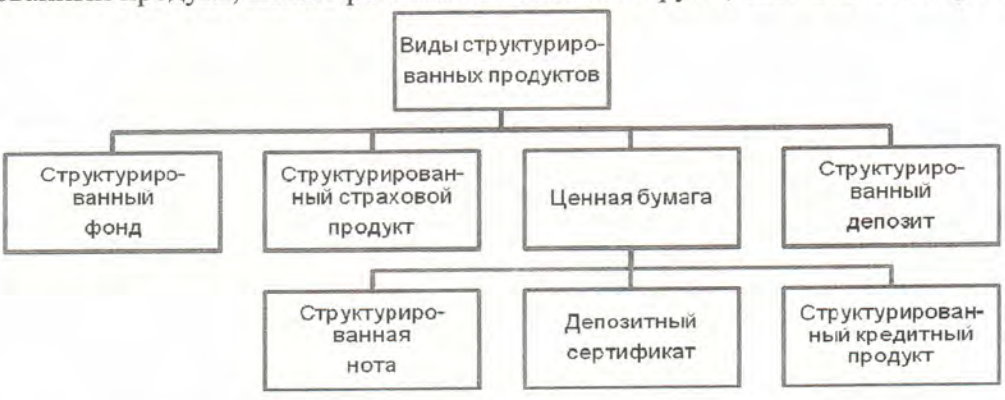


Рис. 2. Классификация основных форм структурированных продуктов, распространенных в мировой практике[3]

[1] Шапиро Л. Рынок структурных продуктов в России // Биржевое обозрение. – 2008. – № 4. – С. 20.
[2] Structured Retail Products for Retail and Private Banking. Global Overview. – P. : BNP Paribas, 2007. – P. 35.
[3] Составлено автором.

В частности, структурированный продукт может быть ценной бумагой. Основное достоинство продукта, имеющего форму ценной бумаги, состоит в возможности его вторичного обращения. Это означает, что инвестор, купивший структурированный продукт, имеет возможность продать его до даты его полного погашения. Имеется множество форм структурированных продуктов, представляющих собой ценные бумаги.

1. Структурированная нота. Эта форма существует во многих зарубежных странах. В частности, в США существуют структурированные ноты следующих видов: нота, не зарегистрированная в Комиссии по ценным бумагам США; нота, зарегистрированная в Комиссии по ценным бумагам США, но не обращающаяся на бирже; нота, зарегистрированная в Комиссии по ценным бумагам США и обращающаяся на бирже. Большинство структурированных нот обращаются на Американской фондовой бирже (AMEX)[1]. Розничным инвесторам могут продаваться только зарегистрированные ноты. Незарегистрированные ноты могут обращаться только среди институциональных инвесторов. Близки к структурированным нотам по своим характеристикам структурированные облигации.

2. Депозитный сертификат. Эта форма распространена, в частности, в США. По законам США, депозитные сертификаты застрахованы на сумму до 100 тыс. долл., подобно банковским вкладам. Следует отметить, что несмотря на то, что депозитный сертификат является ценной бумагой, в США не существует вторичного рынка для обращения этих бумаг.

3. Структурированные кредитные продукты, которые можно подразделить на ряд групп:

CDO (collaterized debt obligation) – коммерческие бумаги, обеспеченные долговыми облигациями;

MBS (mortage-backed securities) – ценные бумаги, поддержанные ипотечными закладными;

RMBS (residential mortage-backed securities) – ценные бумаги, поддержанные жилищными ипотечными бумагами;

CDS (credit default swap) – ценные бумаги, защищающие инвестора от невозврата кредита.

Необходимо подробнее остановиться на последнем инструменте – кредитном дефолтном свопе (CDS) – поскольку именно он явился причиной множества проблем в экономике последних двух лет и одним из катализаторов финансового экономического кризиса.

Кредитный дефолтный своп – кредитный дериватив или соглашение, согласно которому «Покупатель» делает разовые или регулярные взносы (уплачивает премию) «Продавцу», который берет на себя обязательство погасить выданный «Покупателем» кредит третьей стороне в случае невозможности погашения кредита должником (дефолт третьей стороны). «Покупатель» получает ценную бумагу – своего рода страховку выданного ранее кредита или купленного долгового обязательства. В случае дефолта «Покупатель» передаст «Продавцу» долговые бумаги (кредитный договор, облигации, векселя), а в обмен получит от «Продавца» сумму долга плюс все оставшиеся до даты погашения проценты. «Покупателем» обычно является банк, который сам берет кредиты для своих операций. В обеспечение своих кредитов (или иных обязательств) он теперь может предложить гарантию уплаты в форме ранее приобретенного дефолтного свопа. Это резко понижает необходимость требовать дополнительные формы гарантий, например, в форме залога или операций РЕПО. В рамках данного исследования была построена схема функционирования дефолтного свопа (рис. 3).

[1] URL : www.structuredretailproducts.com/help_product_view.php#wrappertype.

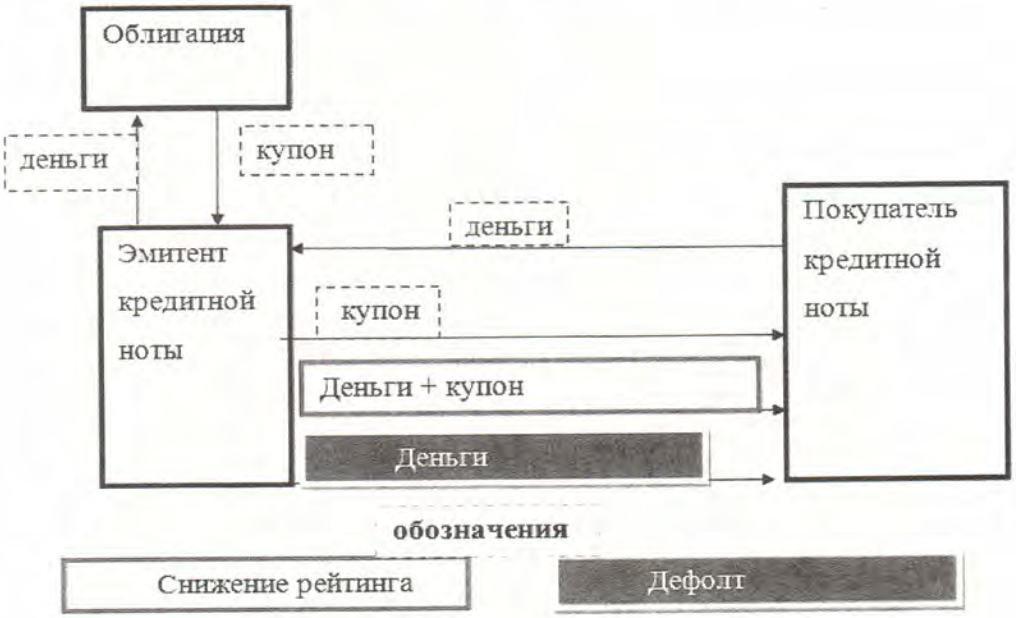


Рис. 3. Механизм функционирования кредитного дефолтного свопа[1]

Кредитный дефолтный своп в форме ценной бумаги, которую можно перепродавать, решает сразу несколько задач:

– кредитные риски отделяются от возможности получать проценты по выданным кредитам;

– так как риск взят на себя другой структурой, размораживаются банковские резервы на случай невозвратов, такие резервы теперь вообще можно не создавать;

– стоимость дефолтных свопов меньше, чем традиционный страховой полис, так как у страховых организаций законодательство требует создания соответствующих резервов, а для продавцов дефолтных свопов таких требований нет;

– продавцами могут выступать не только страховые компании и хеджевые фонды, но и желающие подзаработать банки, пенсионные и инвестиционные фонды, просто крупные компании и даже частные лица.

Дефолтные свопы как производные инструменты структурированного типа появились около 10 лет назад. Эти бумаги предназначены для защиты держателей облигаций от рисков неплатежеспособности. Однако за 2008 г. рынок дефолтных свопов впервые в истории сократился на 12%. Банкротство Lehman Brothers Holdings, национализация страховщика American International Group (AIG), выпустившего таких контрактов на 400 млрд долл., связаны со спекуляцией с CDS. За 7 лет страховые компании, хедж-фонды и отдельные инвесторы увеличили общий объем контрактов в 100 раз. Многие страховщики оказались не в состоянии компенсировать потери клиентов, что явилось одной из причин развития мирового финансового кризиса.

Структурированные продукты данного типа призваны предотвращать множественные риски (рыночные и кредитные) путем объединения инструментов, связанных с этими рисками. В этом случае коммерческие бумаги поддерживаются облигациями, кредитами, ипотечными закладными, векселями. Создаваемые ими денежные потоки делятся на транши, получаемые теми или иными владельцами. Платежи из этого пула доходов осуществляются владельцам траншей в особом порядке. Сверхвысокие и высокие транши формируются таким образом, чтобы рейтинговые агентства квалифицировали их на уровне «ААА», означающем низкую вероятность неполучения дохода. Верхние транши – наименее рискованны, нижние – наиболее. В случае неплатежа владельцы нижних траншей первыми несут убытки. Если платежи в пуле сокращаются и далее, следующий ряд владельцев ценных бумаг полностью не получает платежи.

[1] Составлено автором.

Структурированные финансовые продукты подобного рода создаются для решения ряда проблем. Во-первых, дифференциация рисков – владельцы высших траншей в большей степени застрахованы от потерь, чем владельцы низших. Во-вторых, у инвесторов появляются варианты вложения финансовых ресурсов в зависимости от степени риска. Страховые компании, хеджевые фонды и другие финансовые компании приобретают различные части структуры финансовых продуктов. В-третьих, структурированные финансовые продукты с наиболее надежными рейтингами оплачивались выше, чем государственные или корпоративные ценные бумаги, имеющие такой же рейтинг. В-четвертых, структурированные финансовые продукты расширили сферу для осуществления забалансовых операций, что позволяет банкам уменьшить размер регулирующего капитала и выдавать большее количество кредитов[1].

Различаются «кондуиты коммерческих бумаг» и структурированные инвестиционные модели. Все они относятся к забалансовым операциям *off-balanced-sheet entities* (OBSE). Хотя кондуиты коммерческих бумаг и структурированные инвестиционные модели тесно связаны, структура их балансовых ведомостей отличается. Модели имеют более диверсифицированный состав и в большей части включают векселя с длительным периодом реализации, они составлены из более сложных торгуемых активов, чем кондуиты. Кроме того, для них характерно большее использование залогов при кредитовании.

Одна из наиболее распространенных в мире форм структурированных продуктов – структурированные фонды, представляющие собой фонды, гарантирующие выплаты, привязанные определенным образом к различным переменным. Общее устройство подобного фонда ничем не отличается от классической схемы. Основное отличие состоит в том, что фонд инвестирует средства вкладчиков не в акции и облигации, а в структурированные продукты, которые выпускаются специально для этих целей отдельной инвестиционной компанией. Фонд, таким образом, не занимается реальным структурированием продукта, а выступает всего лишь посредником между инвесторами и инвестиционной компанией, выпускающей ноты.

Следует отметить, что управляющая компания и компания, выпускающая структурированные ноты для фонда, часто не совпадают. Более того, в некоторых случаях паи фонда могут продаваться третьей компанией. Например, один из структурированных фондов, предлагаемых к инвестированию люксембургской компанией PanEuroLife, – PanEuroLife 2000 IDX, – управляется французским банком Societe Generale, при этом все средства фонда инвестируются в ноты, выпускаемые инвестиционной компанией Dexia Funding Netherlands NV[2].

Для продажи структурированного продукта может также создаваться специальная компания с ограниченным сроком действия (closed-ended investment company). При создании компании собираются средства инвесторов, после чего полученный капитал используется для формирования структурированного продукта. В некоторую заранее определенную дату компания продает сформированный портфель, выплачивает инвесторам оговоренные денежные потоки и прекращает свое функционирование.

Существует и такая форма структурированного продукта, как структурированный депозит (в РФ также известен, как индексируемый или инвестиционный), – депозит, который функционирует следующим образом. Инвестор открывает в банке депозит, вносит на него некоторую сумму, а по истечении срока депозита получает обратно инвестированную сумму и дополнительный доход, привязанный, например, к росту фондового индекса за срок депозита. Механизм формирования структурированного депозита показан на рисунке 4.

---

[1] Чибриков Г. Г. Содержание и арифметика финансового кризиса // Банковское дело. – 2008. – № 12. – С. 24.

[2] URL : www.paneurolife.lu/images/fundsheet/fundsheet_34.pdf.

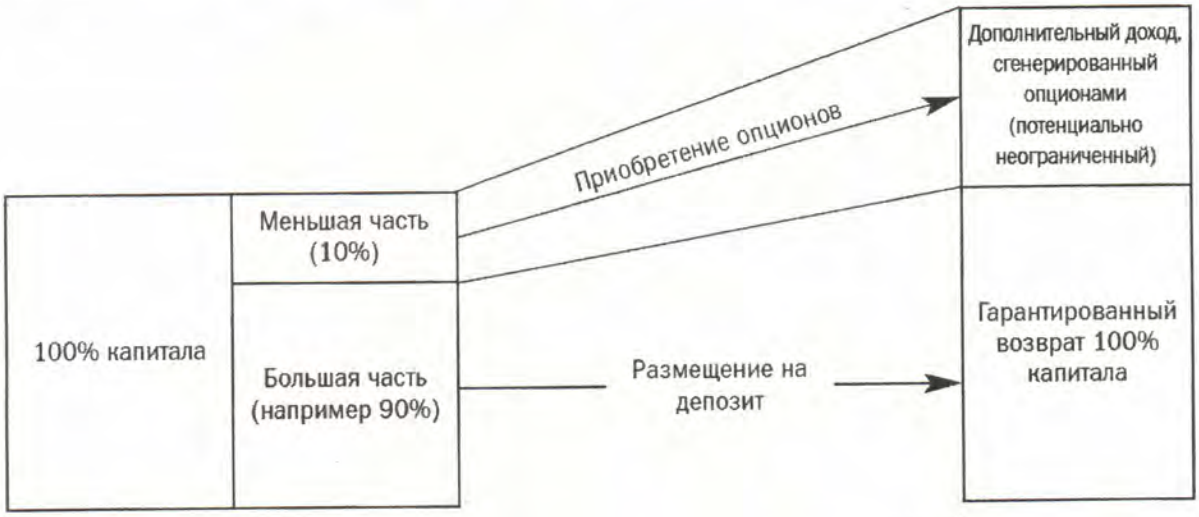


Рис. 4. Механизм формирования структурированного депозита[1]

В форме депозитов обычно могут существовать только продукты, гарантирующие возвратность 100% инвестированного капитала. Это требование во многих странах диктуется законодательством. Одно из достоинств структурированных депозитов заключается в том, что такие депозиты подпадают под законодательство о страховании банковских вкладов. Таким образом, инвесторы оказываются защищенными от возможного неисполнения банком своих обязательств.

Наконец, достаточно большое количество структурированных продуктов распространяется в форме продуктов страхования жизни. Например, аннуитет, привязанный к фондовому рынку, представляет собой договор особого рода, заключаемый между страхователем и страховой компанией. В течение периода накопления страхователь производит либо единовременный платеж или набор платежей, а страховая компания начисляет доходность, привязанную к доходности фондового индекса. Обычно страховая компания гарантирует некоторую минимальную доходность, размер которой может быть различным. После периода накопления страховая компания начинает производить периодические платежи страхователю согласно условию контракта[2]. Существуют такие формы страховых продуктов, являющихся по своей сути продуктами структурированными, как облигация страхования жизни, страховая инвестиция и некоторые другие.

В частности, аннуитет, привязанный к фондовому рынку, – одна из наиболее распространенных форм структурированных продуктов в США, на которую пришлось почти 36% от общего объема выпущенных в 2007 году структурированных продуктов[3].

Распространение отдельных форм структурированных продуктов значительно различается по странам. В частности, в Бельгии и Франции большинство структурированных продуктов имеют форму фонда. В Швеции, Дании, Германии, Нидерландах, Италии структурированные продукты чаще всего выступают в форме ценных бумаг. В Ирландии наиболее распространена такая форма структурированных продуктов, как депозит. Данную ситуацию иллюстрирует таблица 1.

[1] Глухов М. Структурированные продукты: что внутри? // Рынок ценных бумаг. – 2005. – № 15. – С. 27.
[2] URL : www.sec.gov/investor/pubs/equityidxannuity.htm.
[3] URL : www.structuredretailproducts.com/module.php?moduleID=1&sectionID=20&pageID=51.

Таблица 1

Основные формы структурированных продуктов на финансовых рынках европейских государств в 2007 г. (%)[1]

Страна	*Ценная бумага*	*Фонд*	*Депозит*	*Страховой продукт*	*Другая форма*
Бельгия	15,65	65,10	-	19,25	-
Франция	0,19	56,58	0,10	41,01	2,13
Германия	99,97	0,03	-	-	-
Ирландия	0,22	6,18	77,26	7,06	9,27
Италия	63,15	0,10	0,07	36,68	-
Дания	98,83	0,78	0,39	-	-
Нидерланды	85,70	13,77	0,53	-	-
Швеция	100,00	-	-	-	-
Испания	0,88	47,86	43,40	5,28	2,58
Великобритания	7,18	0,11	34,56	19,15	38,99

Первое место по объему выпуска структурированных продуктов среди европейских стран занимает Италия, на долю которой приходится почти 20% континентального рынка данных инструментов. Наиболее же быстрыми темпами данный рынок развивается в Германии и Бельгии, что иллюстрирует рисунок 5.

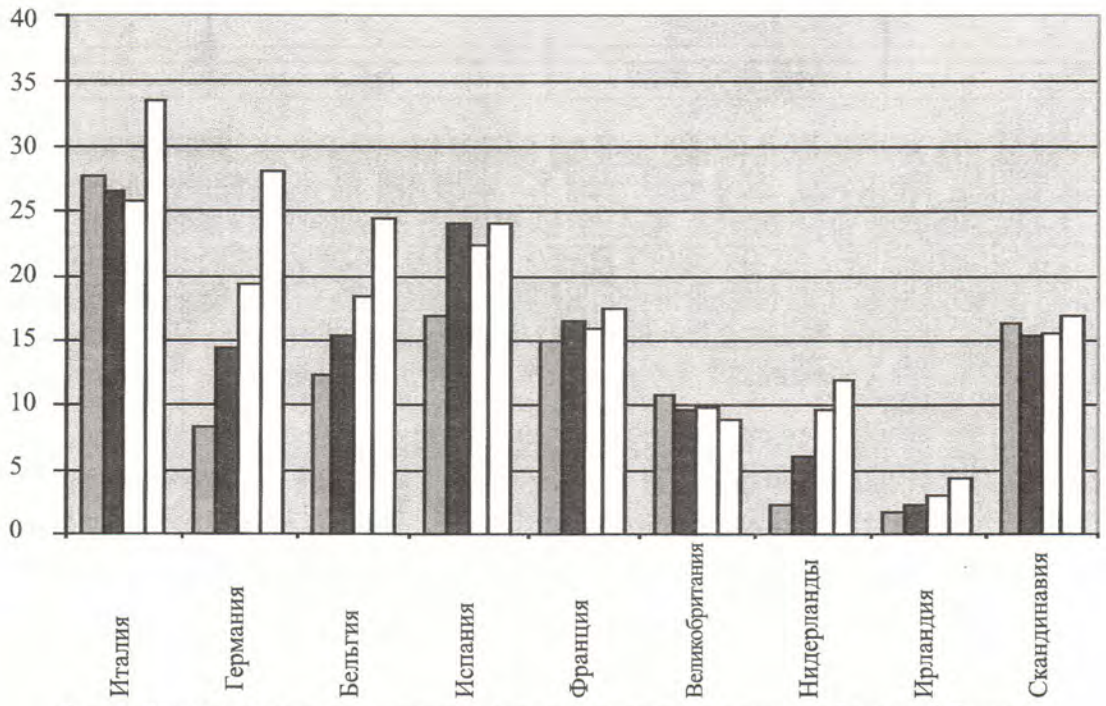


Рис. 5. Динамика выпуска структурированных продуктов в странах Западной Европы в 2004–2007 гг.[2]

Таким образом, на долю стран, входящих в первую пятерку по объему выпуска структурированных продуктов, – Италии, Испании, Германии, Бельгии, Франции – приходится приблизительно 75% европейского рынка этих продуктов.

Данные по выпуску структурированных продуктов на финансовом рынке США отражает таблица 2.

[1] Маковская Н. Эпоха великих комбинаторов // Прямые инвестиции. – 2009. – № 4. – С. 87.
[2] Составлено по данным www.structuredretailproducts.com/module.php?moduleID=1&sectionID=7.

Таблица 2

Выпуск структурированных продуктов на финансовом рынке США в 2007 г.[1]

Вид продукта	*Объем выпуска (млрд долл.)*	*Доля на рынке (%)*
Аннуитеты, привязанные к фондовому рынку	27	35,9%
Взаимные фонды	18	23,9%
Незарегистрированные ноты	15	19,9%
Зарегистрированные внебиржевые ноты	10	13,3%
Зарегистрированные биржевые ноты	4,2	5,6%
Депозитные сертификаты	1	1,3%
Итого	75,2	100,0%

Данные по основным андеррайтерам структурированных продуктов на мировом рынке приведены в таблице 3.

Таблица 3

Основные андеррайтеры структурированных продуктов на мировом рынке в 2007 г.[2]

Место	*Андеррайтер*	*Доля рынка*	*Сумма (млн долл.)*
1	Citigroup	14,4	18,479
2	Merrill Lynch	10,1	12,994
3	Morgan Stanley	9,1	11,686
4	JP Morgan	6,4	8,194
5	Deutsche Bank	6,3	8,128

Американский финансовый рынок являлся одним из лидеров по степени развития сектора структурированных продуктов, но в 2007–2008 гг., несмотря на постоянные предупреждения со стороны государственных регуляторов, частные инвесторы продолжали увеличивать объем принимаемых посредством данных инструментов рисков. Органы регулирования имели неполную и недостоверную информацию и не обладали достаточным влиянием, чтобы остановить распространение переоцененных ценных бумаг. Как и во время предыдущих кредитных кризисов, наблюдались ослабление требований к заемщикам и ухудшение кредитных стандартов, что и стало причиной основного объема потерь[3].

Даже в случае невозможности внутренних систем адекватно оценить риски по инвестиционному продукту 41% компаний принимали положительные решения по инвестированию в данные инструменты, в том числе полагаясь на внешние рейтинги[4]. В то же время, согласно исследованию Morgan Stanley, за период с января по апрель 2008 г. произошло 4485 снижений рейтингов CDOs, из них около тысячи случаев снижения рейтингов по инструментам CDOs класса AAA[5]. Система, которая десятилетиями служила одним из главных ориентиров для определения риска дефолта по инструменту, дала сбой. Многие внутренние системы управления рисками компаний ориентированы на использование международных рейтингов как единственного мерила риска инвестиционных продуктов.

Таким образом, характеризуя тенденции развития мирового рынка структурированных продуктов в современных условиях преодоления последствий финансового кризиса, можно отметить, что ответом на обозначенные проблемы становится неизбежное изменение как

---

[1] Составлено по данным www.structuredretailproducts.com/module.php?moduleID=1&sectionID=20&pageID=51.

[2] По данным Bloomberg.

[3] Шевелев И. В. Институциональные механизмы мирового финансового кризиса // Финансы и кредит. – 2008. – № 32. – С. 13.

[4] Beyond the credit crises: impact and lessons learnt for investment managers // KPMG, July 2008.

[5] Тютюник А., Машонская К. Кредитный кризис: ошибки и последствия для инвестиционной сферы // Слияния и поглощения. – 2008. – № 9. – С. 31.

подходов к формированию финансовых продуктов, так и пересмотр отношения к их параметрам и методам оценки. Форма этого изменения может быть различна, проявляясь, в том числе, в создании новых видов финансовых инструментов и перераспределении спроса на существующие.

Литература:

1. Глухов М. Структурированные продукты: что внутри? / М. Глухов // Рынок ценных бумаг. – 2005. – № 15.

2. Тютюник А. Кредитный кризис: ошибки и последствия для инвестиционной сферы / А. Тютюник, К. Машонская // Слияния и поглощения. – 2008. – № 9.

3. Маковская Н. Эпоха великих комбинаторов / Н. Маковская // Прямые инвестиции. – 2009. – № 4.

4. Чибриков Г. Г. Содержание и арифметика финансового кризиса / Г. Г. Чибриков // Банковское дело. – 2008. – № 12. – С. 24.

5. Шапиро Л. Рынок структурных продуктов в России / Л. Шапиро // Биржевое обозрение. – 2008. – № 4. – С. 20.

6. Шевелев И. В. Институциональные механизмы мирового финансового кризиса / И. В. Шевелев // Финансы и кредит. – 2008. – № 32. – С. 13.

7. Beyond the credit crises: impact and lessons learnt for investment managers // KPMG, July 2008.

8. Structured Retail Products for Retail and Private Banking. Global Overview. – P. : BNP Paribas, 2007.

9. Режим доступа : www. URL : www.Bloomberg.com www.bloomberg.ru/news/rss/.

10. Режим доступа : www. URL :www.structuredretailproducts.com.

11. Режим доступа : www. URL :www.sec.gov/.

12. Режим доступа : www. URL :www.structuredretailproducts.com/.

13. Режим доступа : www. URL :www.paneurolife.lu/.

Бондарец Маргарита Сергеевна,
аспирант кафедры региональной экономики,
предпринимательства и теории рынка
Института управления, бизнеса и права,
г. Ростов-на-Дону,
e-mail:tgp-skags@yandex.ru

Стратегии развития профучастников на фондовом рынке в условиях финансового кризиса
Development strategy of professional participants at the stock market under Financial Crisis Conditions

В статье исследуются стратегии участников фондового рынка в условиях ужесточения конкурентной среды за потенциальных клиентов и финансового кризиса.

The article deals with the strategy of participants of the stock market under conditions of stiffening competitive environment for potential customers and financial crisis.

Ключевые слова: стратегия, фондовый рынок, конкурентная борьба, котировка.

Key words: strategy; stock market; competitive struggle; Price Quotation.

Все участники фондового рынка столкнулись с проблемой поддержания бизнеса в условиях протекающего финансового кризиса. Несмотря на то что конкурентная борьба на рынке не является чем-то новым, обострились ее проявления, изменились форма и методы.

В период взрывного роста основная борьба шла путем расширения клиентской базы за счет холодной зоны. Большинство потенциальных клиентов не знали о предложениях и не были вовлечены в орбиту продавцов (уровень проникновения услуги составлял не более 2%). Основной задачей становилось расширение клиентской базы за счет первичной информированности потребителей. Основным источником и каналом доставки были рекламные проекты в контекстных масс-медиа. На этом этапе можно отметить широкую прессу о фондовом рынке и его профучастниках в газетах и прочих рекламных носителях (инвестиционные компании РФ никогда не могли себе позволить полноценного ТВ покрытия).

Однако с развитием кризиса и относительно широкого распространения знания о фондовом рынке отдача от рекламных источников начала падать. Произошла переориентация. Первоначально компании переключились с простого ознакомления инвесторов на направленную работу в части популяризации и просветительства, для чего большинство компаний организовали системы семинаров и курсов, направленных на снижение тревожности инвестора, его позиционирование и повышение лояльности к торговой марке.

На текущем этапе углубления фондового кризиса и перехода его в вялотекущую общеэкономическую рецессию (1 кв. 2010 г.) можно констатировать переход на следующий этап конкурентной борьбы. При изучении стратегий в отрасли на этапе антикризисного управления в 2010 г. мы выделили следующие тренды:

1. Борьба на рынке труда.
2. Борьба предложения.
3. Борьба спроса.
4. Использование административного рычага.
5. Переориентация.

При этом на региональном уровне можно констатировать конкретные проявления этих стратегий.

Борьба на рынке труда происходит по причине резкого удешевления рабочей силы в отрасли. Можно утверждать, что последние события сделали предпочтительным выкуп целых направлений и миграции штата. В частности, компании «Финам» и «Атон» проводят как стратегию формирования новой клиентской базы, так и перекупания клиентов отделов продаж у конкурентов за счет переманивания сотрудников. Получение специалиста отдела продаж передает в руки нового хозяина не только технологии продаж конкурента, но и непосредственно клиентскую базу. В условиях низких заработных плат по отрасли такая стратегия позволяет получить не только квалифицированную рабочую силу, но и часть клиентской базы гораздо дешевле, чем в системе рекламы. Перераспределение уже существующих клиентов внутри системы среди нескольких участников негативно сказывается на макроэкономических показателях отрасли.

Борьба предложения происходит за счет формирования новых продуктов. Данное направление проявляется в расширении существующих предложений и формировании новых. В частности, банковские структуры проводят обширную работу по формированию новых продуктов на базе опционно-депозитных стратегий (структурные продукты). Создание новых продуктов, расширение предложения происходит и в системе коллективных инвестиций за счет увеличения номенклатуры фондов. В то же время в условиях кризиса предложение в брокеридже, наоборот, сокращено за счет ограничений на короткие позиции и ужесточения лимитов маржинальных сделок. Данное направление имеет положительное влияние на финансовую систему, поскольку развивает ее инфраструктуру и инструментарий.

Стоит отметить отдельно, что в силу простоты функций трансмиттера котировок (брокер, паевой инвестиционный фонд, негосударственный пенсионный фонд) основная конкурентная борьба разворачивается за количественные показатели. Распространенное мнение о том, что показателем успешности брокера или ПИФа является количество привлеченных активов, неверно, поскольку этот показатель – производный от основного. Основным показателем эффективности трасмиттера котировок является размер формируемых привлеченными активами комиссионных, которые являются производными от показателей оборотов и величины изъятий.

При этом сами изъятия находятся как в зоне прямых отчислений, так и в зоне косвенных/скрытых издержек (особенно актуально для ПИФов).

С учетом вышесказанного вопрос конкурентных преимуществ компаний-трансмиттеров котировок тоже распадается на составляющие:

1) экстенсивный путь – преимущества, ориентированные на спрос: повышающие привлекательность услуги и увеличивающие валовый приток инвестиций;

1.1) привлечение большего числа потребителей;

1.2) привлечение потребителей с большим портфелем;

2) конкурентные преимущества в цепочке создания стоимости[1] (также концепция по Портеру), увеличивающие извлекаемые комиссионные на привлеченный рубль, повышающие, таким образом, эффективность использования привлеченных ресурсов (рентабельность привлеченного капитала), что происходит:

2.1) путем увеличения оборотов торговли инвестора;

2.2) путем увеличения суммарного объема портфеля (маржинальное кредитование, актуально для брокериджа);

3) дополнительные услуги:

3.1) кредитование (в реальном секторе);

3.2) образование;

3.3) аналитическая поддержка.

Во всех пунктах поставщики и реинженеры имеют общую характеристику свойств, однако состав их будет различен.

Для экстенсивного направления развития трансмиттеров главным (и достаточным) можно выделить стоимость услуги: величину издержек в брокеридже, стоимости владения в коллективных инвестициях. Совершенно очевидно, приняв во внимание аксиому рационального поведения участников, можно утверждать, что уменьшение стоимости услуг трансмиттерами ведет к увеличению привлекательности.

«Цепочку создания стоимости» необходимо рассматривать отдельно. В определенном смысле такая ориентация может считаться интенсивной стратегией развития доходной базы. Составляющие стратегий интенсификации следующие:

2.1) увеличение оборотов торговли, которое достигается путем поиска потребителей, ориентированных на спекуляции с краткосрочным инвестиционным горизонтом или за счет формирования таковых предпочтений у потребителя (предпочтения формируются с помощью направленных курсов и семинаров во взаимодействии с п. 3.2);

2.2) увеличение совокупного портфеля с помощью заемных средств, что создает базу для дополнительных отчислений в форме маржинальной комиссии за пользование денежными средствами и ценными бумагами;

3.1) кредитование в реальном секторе позволяет получить дополнительные активы с пассивной части клиентской базы, ориентированной на формирование долгосрочных портфельных инвестиций с одновременным потреблением в реальном секторе экономики (актуально как для кредитования под акции на сете депо, так и под паи);

3.2) образование служит формированию инвестиционных предпочтений потребителя «профиль клиента», ориентирует его на краткосрочные спекуляции с высоким уровнем маржи, вторичной функцией является получение доходов;

3.3) аналитическая поддержка, как и «образование», способствует в первую очередь созданию необходимого профиля клиента, во вторую – сообщает последнему большие информационные возможности, что в теории может повысить доходность деятельности конечного потребителя.

Конкурентными преимуществами трансмиттеров котировок, таким образом, становятся различные факторы, увеличивающие клиентскую базу или эффективность ее использования.

---

[1] Porter M. E. What is strategy? The value chain / Harvard Business Review, November-December, 1996.

Если поставить вопрос необходимых ресурсов для достижения цели: увеличения объема клиентской базы (экстенсификация) или эффективности ее использования (интенсификация), можно утверждать два направления такого расширения.

Первым, достаточно простым путем увеличения совокупных портфелей клиентов является привлечение новых клиентов, вторым путем является увеличение размеров портфелей уже существующих клиентов. Примечательно, что и первый, и второй способы в своей основе требуют единого условия: роста котировок. Учитывая, что малая часть игроков на рынке получает большую часть доходов и в число победителей редко входят мелкие инвесторы, можно утверждать, что увеличение портфелей (как в системе коллективных инвестиций, так и брокериджа) поставлено в зависимость от общего роста рынка, на котором выигрывает большее количество участников. С другой стороны, как возможность привлечения инвесторов, так и потребность в маржинальном кредитовании появляются с ростом котировок, поскольку инвесторы склонны к риску и вовлечению в условиях эйфории и общего растущего тренда с потенциальной надеждой к быстрому обогащению. С другой стороны, привлечение инвесторов и их агрессивное маржинальное поведение затруднены в условиях падения котировок и общей депрессии, что позволяет сделать вывод о важнейшем ограничении для трансмиттеров котировок – затрудненности эффективного развития в условиях снижающегося тренда.

Борьба спроса состоит в ценовой конкуренции. Эффект равновесия Нэша[1] низвел ценовую конкуренцию до минимальной. На настоящем этапе стоимость владения в системе коллективных инвестиций, а также комиссии в брокеридже близки. Больший ценовой разброс отмечается в относительно новых для российского рынка структурных продуктах, а также закрытых паевых фондах сегмента недвижимости. Теоретически борьба за спрос оказывает положительное воздействие на рынок, поскольку может развивать его инфраструктуру, создавать дополнительные возможности для инвестора, демократизирует процессы входа на рынок. Однако данный фактор упирается в возможности инвестиционных институтов, сформировавшийся равновесный уровень цен, а потому не является значимым резервом для конкурентной борьбы.

Использование административного рычага является однозначно негативным фактором для конкурентной среды в любой отрасли. В инвестиционной области фондового рынка влияние государства как одного из участников процесса минимально: на рынке не представлено предприятий с государственным участием ни в отрасли брокериджа, ни в сегменте коллективных инвестиций, что можно считать положительным фактором для отрасли, поскольку позволяет ей развиваться в равноудаленности от центра. Некоторые отрасли российской экономики в свою очередь страдают от определенных перекосов и диспропорций, в частности это касается автомобильной, энергетической, добывающей, банковской и многих других отраслей. Так, в истории современной России существуют множественные примеры недружественных акций в банковском секторе. Однако отсутствие государственных профучастников на рынке не отменяет активного участия государства как инвестиционного агента. В этом отношении необходимо сказать об активном и негативном влиянии государства в ходе первичных размещений государственных активов, особенно показательными в этом отношении можно считать размещения Роснефти, Сбербанка и особенно ВТБ. В последнем случае государственные чиновники, включая президента, использовали государственные медиаканалы и трибуны для создания иллюзий гарантии и эффективности этих инвестиций у широких слоев населения, что позволило разместить активы на 30–60% дороже их справедливой стоимости. Все это негативно сказалось на IPO как процессе размещения активов и на инвестиционной среде в части доверия граждан к фондовому рынку.

Переориентация является наиболее радикальной стратегией и являет собой признание текущего направления развития компании неверным, что глобально меняет парадигму ее развития. Такая перестановка приоритетов делает необходимой не только реструктуризацию компании, но делает большую часть предыдущих инвестиций утопленными, т. е. не участвующими в создании новой стоимости и потерянными в связи с переориентацией компании. Таким при-

[1] Дюсуше О. М. Статичное равновесие Курно-Нэша и рефлексивные игры олигополии: случай линейных функций спроса и издержек // Экономический журнал ВШЭ. – 2006. – № 1 (Т. 10). – С. 3-32.

мером в российском инвестиционном бизнесе является компания «Алор», которая начиная с 2004 г. реализовывала сначала стратегию финансового супермаркета (продажа паев широкой выборки управляющих компаний в одной точке), переросшую в концепцию «Цивилизация»: продажа широкого ассортимента паевых, производных, долговых и прочих инструментов фондового и финансового рынков в одном месте. С течением кризиса данная стратегия была признана бесперспективной, и в настоящее время компания переориентирует свою деятельность на управление собственным портфелем средств. При этом используются дешевые кредитные ресурсы ОАО «Газпром», аффилированной организацией которого является «Алор». Таким образом, компания перешла от стратегии широкого ритейла инвестпродуктов населению в плоскость управления активами, становясь инвестиционным банком российского образца.

Суммируя ход исследования стратегий на рынке, можно утверждать, что с точки зрения уровня конкуренции (которая высока) отрасль малопривлекательна, то есть создание и ведение бизнеса в столь конкурентной среде уменьшает его доходность и увеличивает вероятность разорения. При этом кризис явился катализатором изменений не только количественных, связанных с объемами привлечения, но и качественных, выразившихся в поиске новых подходов к ведению инвестиционно-посреднического бизнеса на фондовом рынке.

Литература:

1. Портер Майкл. Конкуренция / Майкл Портер. – М. : Вильямс, 2006.
2. Дюсуше О. М. Статичное равновесие Курно-Нэша и рефлексивные игры олигополии: случай линейных функций спроса и издержек / О. М. Дюсуше // Экономический журнал ВШЭ. – 2006. – № 1 (Т. 10).
3. Porter M. E. What is strategy? The value chain / Harvard Business Review, November-December, 1996.

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

Семикина Елена Сергеевна,
аспирант кафедры экономики и управления
Волгоградского института бизнеса,
ведущий методист по инновационным технологиям
Волгоградского колледжа газа и нефти,
ОАО «Газпром»,
e-mail: E.Semikina@vcgo.ru

Методологические основы формирования систем качества предприятий нефтегазовой отрасли
Methodological background of the forming system of the quality of the enterprise of oil and gas sphere

В статье рассматриваются методологические основы создания систем управления качеством в нефтегазовой отрасли, особое внимание уделено интегрированным системам качества в ОАО «Газпром». Анализ эффективности от внедрения и постоянного улучшения системы менеджмента позволил автору выделить преимущества использования на предприятиях нефтегазовой отрасли моделей СМК на базе международных и отраслевых стандартов.

The article deals with the methodological background of the creation of the system of the quality management in oil and gas sphere. The authors of the paper focus their attention on the integrated quality system in OAO Gazprom. Cost-effectiveness analysis of implementation and continuous improvement of management system lets the author point out the advantages of the use of the models for Quality Management Systems based on international industry standards in oil and gas sphere.

Ключевые слова: управление качеством; система менеджмента качества; интегрированная система менеджмента; ОАО «Газпром»; нефтегазовая отрасль; международные стандарты ИСО серии 9000; отраслевые стандарты СТО Газпром серии 9000.

Key words: Quality Management; Quality Management System; integrated management system; OAO Gazprom; oil and gas sphere; International Standard ISO 9000; Industry Standard of corporate standards STO Gazprom 9000 .

На современном этапе развития экономики наличие сертифицированной системы менеджмента предприятия является непременным условием успешного ведения бизнеса.

Существует расхожее мнение, что положительный эффект для бизнеса организации имеют внедрение системы менеджмента качества (СМК) и ее последующее постоянное улучшение. Сам же сертификационный аудит якобы является лишь подтверждением соответствия или несоответствия, в результате чего-либо выдается, либо не выдается сертификат. Однако сама процедура сертификации может положительным образом повлиять на бизнес проверяемой организации. Это обеспечивается правильным применением схемы сертификации.

Актуальной и в то же время весьма сложной в решении является проблема эффективного внедрения систем менеджмента качества в промышленном секторе экономики. В частности, в нефтегазовой отрасли сформировать систему менеджмента качества, не допустив при этом серьезных просчетов, которые могут необратимым образом повлиять на уже сложившуюся систему. Необходимость внедрения СМК ставит своей стратегической целью создание благоприятного инвестиционного климата в нефтегазовой отрасли, а также повышение уровня промышленной безопасности и конкурентоспособности.

Усиление конкуренции требует высокой организации управления предприятием. Нельзя останавливаться на создании системы менеджмента качества по общеизвестному стандарту ИСО 9001.

В 2006 г. появились первые версии корпоративных стандартов ОАО «Газпром» на системы менеджмента качества – СТО Газпром серии 9000. Стандарт ОАО «Газпром» на сис-

темы менеджмента качества СТО Газпром 9001-2006 устанавливает совместно с ГОСТ Р ИСО 9001 требования к системам менеджмента качества организаций, являющихся внутренними и внешними поставщиками ОАО «Газпром». В соответствии с положениями ст. 13 и 17 Федерального закона Российской Федерации «О техническом регулировании» стандарт имеет статус стандарта организации.

Стандарт СТО Газпром 9001 разработан в целях:

– более полного удовлетворения требований потребителей (как непосредственных, так и конечных) по всей цепи поставок;

– повышения эффективности деятельности поставщиков в интересах потребителей и в своих собственных интересах;

– создания механизмов объективной оценки функционирования систем менеджмента качества организаций второй и третьей сторонами[1].

Модель СМК, соответствующая СТО Газпром 9001-2006, обеспечивает постоянное улучшение с акцентом на предупреждение дефектов и снижение отклонений и нерациональных затрат. Выполнение требований СТО Газпром 9001-2006 существенно снижает для потребителей риски получить некачественную продукцию и услугу или не получить ее вовремя.

В 2008–2009 гг. ООО «Газпром развитие» в рамках выполнения функций уполномоченной организации сформировало работы по развитию деятельности, связанной с внедрением комплекса стандартов ОАО «Газпром» на системы менеджмента качества и оценке систем качества в дочерних обществах и организациях ОАО «Газпром» и на предприятиях-поставщиках услуг (работ) для ОАО «Газпром», в частности:

– для результативного и эффективного внедрения корпоративных стандартов на системы менеджмента качества и оценки СМК предприятий-поставщиков сформировалась необходимая инфраструктура, состоящая из признанных компетентными двух учебных центров, восьми консалтинговых организаций, пяти нотифицированных органов по сертификации СМК и двадцати пяти аттестованных экспертов-аудиторов по СТО Газпром 9001;

– на постоянной основе осуществляется информирование организаций о корпоративных стандартах на системы менеджмента качества, порядке их внедрения, подготовке к сертификации, этапах и последовательности организации работ по оценке систем менеджмента качества; при необходимости (запросах) проводится разъяснение отдельных требований стандартов, а также оказывается помощь при выборе компетентных консалтинговых организаций и нотифицированных органов по сертификации в соответствии с заявленной областью распространения СМК;

– в рамках сотрудничества с учебными центрами специалисты уполномоченной организации участвуют в процессе обучения, а также проводят экспертизы учебных программ различных категорий слушателей: учебными центрами за 2008–2009 гг. обучено требованиям корпоративных стандартов на системы менеджмента качества более 220 специалистов;

– проводится работа по нотификации органов по сертификации СМК и признанию компетентности консалтинговых организаций и учебных центров на право внедрения и проведения работ по сертификации систем менеджмента качества дочерних обществ и организаций ОАО «Газпром» и предприятий-поставщиков услуг (работ) для ОАО «Газпром» на соответствие требованиям СТО Газпром 9001-2006;

– осуществляется мониторинг хода внедрения стандартов дочерними обществами и организациями ОАО «Газпром» и предприятиями-поставщиками услуг (работ) для ОАО «Газпром»;

– ведутся реестры сертифицированных на соответствие требованиям СТО Газпром 9001-2006 организаций, выданных сертификатов на систему менеджмента качества, нотифицированных органов по сертификации, консалтинговых организаций и учебных центров.

Динамика внедрения СТО Газпром 9001-2006 дочерними обществами и организациями ОАО «Газпром» и предприятиями-поставщиками услуг (работ) для ОАО «Газпром» представлена на рисунке 1.

---

[1] СТО Газпром 9001-2006. Системы менеджмента качества. Требования. Часть I. Общие требования. – М., 2006. – 42 с.

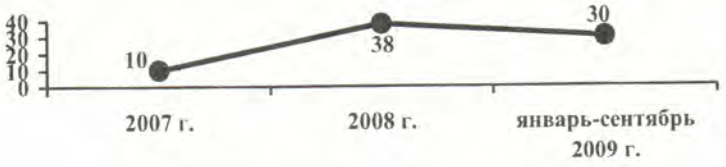


Рис. 1. Динамика внедрения и сертификации на соответствие СТО Газпром 9001-2006 дочерними обществами и организациями ОАО «Газпром» и предприятиями-поставщиками услуг (работ) для ОАО «Газпром»[1]

Большинство дочерних обществ ОАО «Газпром» имеют многолетнюю историю работы в газовой промышленности и в системе ОАО «Газпром». В связи с этим в дочерних обществах существуют устоявшиеся структуры и схемы управления, особый менталитет людей, собственная культура управления, традиции. Следует также отметить разный уровень информатизации производственных процессов дочерних обществ и организаций, поэтому внедрение системы менеджмента качества, соответствующей требованиям СТО Газпром 9001-2006, необходимо осуществлять очень осторожно, чтобы не вызвать у сотрудников чувства неприятия к новому укладу. То, что подойдет для одного дочернего общества, для другого будет неприемлемо и труднореализуемо. Необходимо отметить, что в соответствии с п. 5.2 СТО Газпром 1.1-2005, «стандарты ОАО «Газпром», утвержденные в установленном порядке <...>, являются обязательными для структурных подразделений, дочерних обществ и организаций ОАО «Газпром».

При разработке систем менеджмента в дочерних обществах следует максимально использовать уже работающие и зарекомендовавшие себя схемы управления, действующие регламентирующие документы, показатели деятельности, плановые и отчетные документы. Особенно ответственно надо подойти к выбору подразделения, ответственного за разработку, внедрение, функционирование, повышение результативности и улучшение системы менеджмента дочернего общества и организации. Это актуально в связи с тем, что нормативы численности дочерних обществ не предусматривают в штатном расписании выделенного подразделения для выполнения этих функций. Поэтому зачастую эти функции налагаются дополнительно на выбранное подразделение. Как правило, это технический отдел или информационно-технический отдел. Это подразделение наделяется соответствующими полномочиями. Эти функции и полномочия, в соответствии с трудовым законодательством Российской Федерации, должны быть оформлены соответствующим образом: в виде приложения к трудовому контракту (раздел 5.5.1 СТО Газпром 9001-2006) или дополнительных положений, регламентирующих ту или иную сферу деятельности в рамках СМК.

Можно сделать вывод о том, что не стоит рассматривать внедрение системы менеджмента, как коренную переделку существующей системы управления дочерним обществом, а надо рассматривать предстоящую работу, как деятельность по улучшению управления дочерним обществом, с учетом выполнения обязательных требований, предусмотренных СТО Газпром 9001-2006.

Необходимо развитие и других подсистем общего управления организацией, обеспечивающих эффективное участие заинтересованных лиц в решении стратегических задач повышения конкурентоспособности и жизнеспособности предприятия. Любое предприятие (или организация) должно вводить в свою производственную практику стандарты социальной ответственности, которые предполагают сбалансированный подход, позволяющий решать экономические, социальные и экологические проблемы.

---

[1] Чурилова Е. В. О результатах и опыте работ по внедрению комплекса стандартов ОАО «Газпром» на системы менеджмента качества и оценке систем менеджмента качества в дочерних обществах и организациях ОАО «Газпром» и на предприятиях-поставщиках услуг (работ) для ОАО «Газпром» // Техническое регулирование в газовой и нефтяной промышленности : материалы XI российской науч.-практ. конф., 20–22 октября 2009 г., г. Анапа. – Анапа, 2009. – С. 99–100.

Например, конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность предприятия напрямую зависят от степени положительного влияния результатов его деятельности на общественное сознание с точки зрения охраны окружающей среды и потребления энергетических ресурсов. Предприятия нефтегазовой отрасли не могут находиться вне природной сферы, а значит, должны управлять своим воздействием на нее, используя систему экологического менеджмента, соответствующую требованиям стандарта ИСО 14001.

Для обеспечения эффективности природоохранной деятельности, ее координации на всех уровнях и во всех сферах производства в Газпроме создана и функционирует Система экологического управления. В настоящее время эта Система объединяет усилия двух тысяч специалистов по охране окружающей среды и рациональному использованию природных ресурсов. Организация работ по реализации экологической политики ведется во всех подразделениях Группы Газпром.

В Газпроме центральным координирующим органом является Управление энергосбережения и экологии, которое осуществляет координацию деятельности структурных подразделений администрации и экологических служб дочерних обществ и организаций ОАО «Газпром», методическое обеспечение и регулирование вопросов охраны окружающей среды в деятельности предприятий Группы Газпром.

Следуя обязательствам принятой экологической политики, дочерние подразделения ОАО «Газпром» внедряют системы экологического управления, соответствующие требованиям международных стандартов ИСО 14000.

Динамика внедрения ИСО 14001 дочерними обществами и организациями ОАО «Газпром» представлена на рисунке 2.

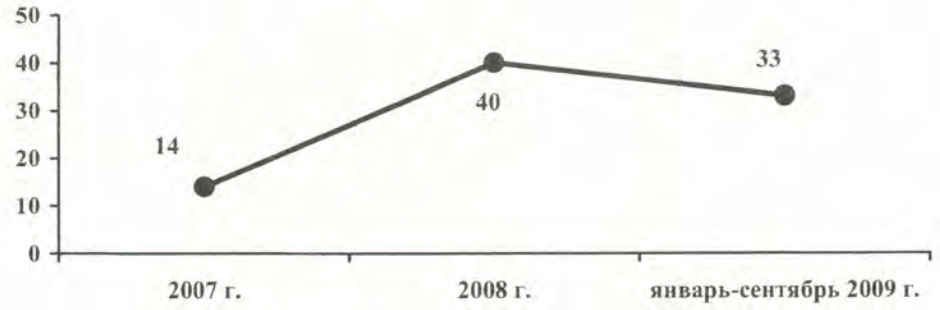


Рис. 2. Динамика внедрения ИСО 14001 дочерними обществами и организациями ОАО «Газпром»[1]

Одним из способов минимизации затрат на улучшение деятельности дочерних обществ и организаций ОАО «Газпром» является внедрение интегрированной системы менеджмента (ИСМ). Создание интегрированных систем менеджмента стало предметом заинтересованного обсуждения в конце 90-х гг. прошлого столетия в связи с разработкой систем, отвечающих требованиям нескольких международных стандартов на системы менеджмента. К таковым относятся: стандарты ИСО серии 9000 на системы менеджмента качества, серии 14000 на системы экологического менеджмента, стандарты OHSAS серии 18000 на системы менеджмента промышленной безопасности и охраны труда, стандарт SA 8000 на системы социального и этического менеджмента.

Организационно-методическим фундаментом для создания интегрированных систем должны служить стандарты ИСО серии 9000. Это обусловлено тем, что базовые понятия и принципы, сформулированные в этих стандартах, в наибольшей мере соответствуют понятиям и принципам общего менеджмента. Немаловажно и то, что введение в действие стандартов

[1] Дочерние компании ОАО «Газпром» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www. URL : http://www.gazprom.ru/subsidiaries/ (дата обращения 17.12.2009).

ИСО серии 9000 в исторической ретроспективе предшествовало введению в действие других международных стандартов на системы менеджмента и во многом предопределило методологию их построения. На предприятиях нефтегазовой отрасли целесообразно при разработке и внедрении ИСМ добавлять к вышеперечисленным стандартам корпоративные стандарты СТО Газпром 9001-2006. Из таблицы видно большое совпадение структуры и состава объектов стандартизации в стандартах ИСО 9001, СТО Газпром 9001, ИСО 14001 и OHSAS 18001, а также частичное совпадение с SA 8000. Общим для ИСО 9001, СТО Газпром 9001, ИСО 14001 и OHSAS 18001 стало использование цикла управления PDCA, установленного в теории качества.

Таблица 1

Соответствие между СТО Газпром 9001-2006, МС ИСО 9001:2008, ИСО 14001:2004, OHSAS 18001:2007 и SA 8000:2001

Объекты стандартизации	*Разделы и пункты стандартов*				
	СТО Газпром 9001	*ИСО 9001*	*ИСО 14001*	*OHSAS 18001*	*SA 8000*
Документирование системы:					
Создание документации	4.2, 4.2.1, 4.2.2, 4.2.2.1	4.2, 4.2.1	4.4.4	4.4.4	9.1
Управление документацией	4.2.3, 4.2.3.1, 4.2.3.2, 4.2.3.3, 4.2.3.4	4.2.2	4.4.4	4.4.5	
Управление записями	4.2.4, 4.2.4.1	4.2.4	4.5.3	4.5.3	9.14
Ответственность руководства:					
Политика	5.3, 5.3.1	5.3	4.2	4.2	9.1
Цели	5.4.1, 5.4.1.1	5.4.1	4.3.3	4.3.3	
Планирование	5.4.2	5.4.2	4.3.3	4.3.1	9.5
Ответственность и полномочия	5.5.1, 5.5.1.1	5.5.1	4.4.1	4.4.1	9.5
Представитель руководства	5.5.2, 5.5.2.1	5.5.2	4.4.1	4.4.1	9.3
Внутреннее информирование	5.5.	5.5.3	4.4.3	4.4.3	
Анализ со стороны руководства	5.6	5.6	4.6	4.6	
Менеджмент ресурсов	6.1-6.4.1	6.1-6.4	4.4.1, 4.4.2, 4.3, 4.4	4.4.2	
Определение требований, относящихся к	продукции 7.2.1, 7.2.1.1	продукции 7.2.1	охране окружающей среды 4.3.1, 4.3.2	промышленной безопасности и охране труда 4.3.2	
Управление основной деятельностью	7.5	7.5	4.4.6	4.4.6	
Управление	несоответствующей продукцией	несоответствующей	действиями в аварийных ситуа-	действиями в аварийных ситуациях	

Объекты стандартизации	*Разделы и пункты стандартов*				
	СТО Газпром 9001	*ИСО 9001*	*ИСО 14001*	*OHSAS 18001*	*SA 8000*
	8.3	продукцией 8.3	циях 4.4.7	4.4.7	
Мониторинг и измерения	8.2	8.2	4.5.1	4.5.1	
Внутренний аудит	8.2.2, 8.2.2.1, 8.2.2.2, 8.2.2.3	8.2.2	4.5.4	4.5.4	
Корректирующие и предупреждающие действия	8.5.2, 8.5.3	8.5.2, 8.5.3	4.5.2	4.5.1, 4.5.2	9.11
Постоянное улучшение	8.5.1	8.5.1	4.3.4	4.3.4	9.1

Итак, суммируя эффект от внедрения, сертификации и постоянного улучшения системы менеджмента качества, можно выделить следующие ключевые преимущества:

- постоянное улучшение качества продукции/услуги;
- постоянное улучшение удовлетворенности требований потребителей;
- повышение лояльности потребителей, ведущее к повторению сделок и хорошим отзывам;
- постоянное увеличение удовлетворенности требований общества и поставщиков;
- увеличение гибкости и быстроты согласованных совместных откликов на изменения рынка между организацией и поставщиками;
- использование процессного и системного подходов, которые наилучшим образом приводят к достижению желаемых результатов;
- постоянное улучшение качества процессов и повышение производительности;
- постоянное снижение затрат и ресурсов, их оптимизация и сокращение времени цикла за счет эффективного использования ресурсов;
- возросшее конкурентное преимущество благодаря улучшению возможностей организации и завоевание международного признания;
- предотвращение (минимизация) непредвиденных финансовых и моральных потерь в случае форс-мажорных обстоятельств;
- повышение производственной и финансовой дисциплины;
- вовлечение персонала в работу по качеству, увеличение его приверженности идее качества;
- большее стремление работников участвовать и вносить свой вклад в постоянное улучшение качества продукции, процессов и систем менеджмента;
- улучшение взаимосвязи между персоналом и руководством и др.

Для успешного достижения поставленных перед дочерними обществами и организациями ОАО «Газпром» целей создаются интегрированные системы менеджмента, соответствующие требованиям СТО Газпром 9001-2006, ИСО 9001:2008 и ИСО 14001:2004.

Динамика внедрения интегрированных систем менеджмента дочерними обществами и организациями ОАО «Газпром» представлена на рисунке 3.

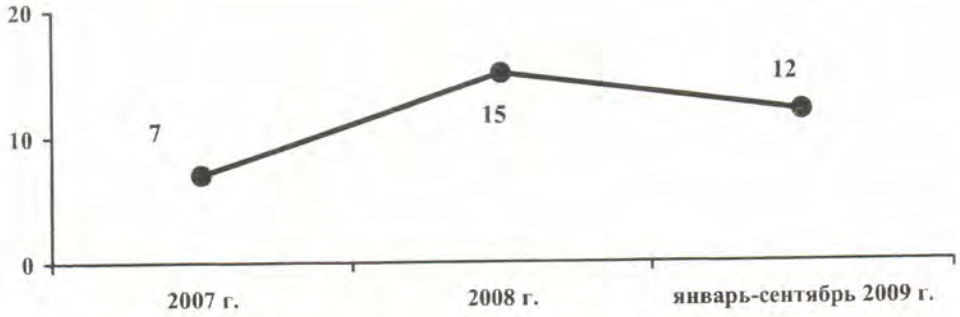


Рис. 3. Динамика внедрения интегрированных систем менеджмента дочерними обществами и организациями ОАО «Газпром»[1]

С учетом требований всех трех стандартов, которым соответствует интегрированная система менеджмента дочерних обществ и организаций ОАО »Газпром», их специфики, сходства и различия, были выявлены моменты, требующие поиска новых оптимальных решений, направленных на минимизацию затрат, связанных с поддержанием и совершенствованием системы управления. Одним из таких вопросов является вопрос проведения внешних аудитов (аудит третьей стороны) на соответствие ИСМ требованиям вышеупомянутых стандартов. Картина планирования внешних аудитов ИСМ в дочерних обществах и организациях ОАО «Газпром» показывает, что установленная различными стандартами цикличность приводит к необходимости проведения двух, а в некоторые годы трех аудитов в год. Помимо этого в соответствии с требованиями стандартов в обществах проводятся циклы внутренних аудитов. Ситуация, вызванная процессом постоянного проведения аудитов, инициирует сложности в организации планомерной работы по функционированию системы менеджмента и затрат на использование человеческих и временных ресурсов.

Поэтому в целях оптимизации этих работ предлагается реализовывать механизм проведения комплексного аудита интегрированной системы менеджмента. При развитии и распространении практики проведения комплексных аудитов целесообразно рассмотреть необходимость разработки специальных процедурных механизмов.

Система стандартизации ОАО «Газпром» – это совокупность организационно-технических и экономических мер, направленных на разработку и применение в ОАО «Газпром» документов в области стандартизации в целях достижения оптимальной степени упорядочения деятельности ОАО «Газпром» в сферах производства и обращения продукции, повышения конкурентоспособности выпускаемой организациями и дочерними обществами продукции, выполняемых работ или оказываемых услуг.

Литература:

1. СТО Газпром 9001-2006. Системы менеджмента качества. Требования. Часть I. Общие требования. – М., 2006. – 42 с.

2. Чурилова Е. В. О результатах и опыте работ по внедрению комплекса стандартов ОАО «Газпром» на системы менеджмента качества и оценке систем менеджмента качества в дочерних обществах и организациях ОАО «Газпром» и на предприятиях-поставщиках услуг (работ) для ОАО «Газпром» / Е. В. Чурилова // Техническое регулирование в газовой и нефтяной промышленности : материалы XI Российской науч.-практ. конф., 20–22 октября 2009 г., г. Анапа. – Анапа, 2009. – С. 99–100.

3. Дочерние компании ОАО «Газпром» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www. URL : http://www.gazprom.ru/subsidiaries/ (дата обращения 17.12.2009).

[1] Дочерние компании ОАО «Газпром» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www. URL : http://www.gazprom.ru/subsidiaries/ (дата обращения 17.12.2009).

ЭКОНОМИКА ТРУДА

Попов Виктор Павлович,
д. и. н., проф., председатель Совета директоров ссузов Волгоградской области, директор Волгоградского технологического колледжа,
e-mail: Vtk@tele-kom.ru

Человеческие ресурсы региона: актуальные вопросы подготовки и трудоустройства специалистов среднего звена
Human resources of the Region: actual questions of training and employment of the specialists who have intermediate vocational education

В статье автором обосновывается необходимость расширения возможностей профессионального обучения в системе непрерывного профессионального образования, определены факторы, сдерживающие развитие данных процессов в России. Рассматривается ситуация в области социального партнерства, а также проблемы становление данного механизма в России, определены области взаимодействия социальных партнеров на федеральном и региональном уровнях. Выявлены внутренние и внешние причины отсутствия действенного механизма функционирования.

The paper discusses the necessity to enlarge possibilities of vocational education for the system of continuous vocational education. The factors constraining the given development process in Russia are defined. The situation in the sphere of social partnership, and the problems of development of the given mechanism in Russia are considered. The areas of interaction of social partners at federal and regional levels are defined. The internal and external reasons of absence of an effective mechanism of functioning are revealed.

Ключевые слова: профессиональное образование, непрерывное образование, социальное партнерство.

Keywords: vocational education, continuous education, social partnership.

Основная задача системы профессионального образования, как бы ни были важны прочие её задачи, – это постоянное возобновление трудовых ресурсов общества. В современном мире её можно решить только на основе реализации системы непрерывного профессионального образования и обучения в течение всей жизни, а именно такова тенденция развития профессионального образования (НПОО) в международной практике, которая включает в себя формальное, неформальное и спонтанное обучение и предполагает повышение ответственности граждан за собственное обучение. Формирование системы непрерывного профессионального образования вызвано необходимостью расширения возможностей профессионального обучения, что требует отказа от традиционного подхода, основанного на наличии различных, часто изолированных уровней профессионального образования и создания широкого спектра возможностей обучения и переобучения на различных этапах трудовой деятельности граждан. Это связано, прежде всего, с тем, что очень быстро устаревают знания, умения и возникает необходимость обучаться в течение всей жизни.

Важнейшим условием эффективного развития непрерывного профессионального образования и обучения является усиление децентрализации управления системой,

обеспечивающее вовлечение в процесс принятия решений и ведения переговоров всех субъектов НПОО и, прежде всего, социальных партнеров[1].

Россия относится к странам, где доминирует так называемый рынок профессионалов, т.е. для трудоустройства принципиальным требованием является наличие профессиональных квалификаций, закрепленных в соответствующих дипломах и свидетельствах об образовании. В этой связи формальное обучение взрослых граждан направлено, прежде всего, на повышение квалификации, получение дополнительных сертификатов и дипломов об образовании и обучении, а не на корективное образование или постепенное освоение новых квалификаций, необходимых в современном обществе.

В настоящее время в значительной мере нарушена связь между сферой образования и рынком труда, что вызвано неразвитостью системы социального партнерства в сфере профессионального образования. В этой связи одной из важнейших функций непрерывного профессионального образования и обучения должно явиться регулирование практического опыта и практики трудовой деятельности.

Формирование системы непрерывного профессионального образования не означает пересмотр традиционной структуры системы профессионального образования. Оно требует лишь создания большей вариативности форм обучения, включая обучение на рабочем месте на основе перехода на модульные программы, основанные на компетенциях, и гибкой системы единиц квалификаций с возможностью их накопления.

Предпосылки к развитию вариативности форм заложены имеющимся опытом учебных заведений, реализующих программы по контрактам с предприятиями, службами занятости или на договорной основе с гражданами.

Однако в настоящее время развитие непрерывного профессионального образования и обучения в России сдерживается целым рядом факторов, а именно:

– негибкостью действующих законов, регулирующих деятельность образовательных учреждений, а также отсутствием нормативно-правовой базы для формирования многоуровневых диверсифицированных моделей непрерывного образования и реализации преимуществ открытых систем (свободное поступление, открытое планирование обучения, возможность выбора времени, места и темпов обучения и т.д.);

– жесткими лицензионными нормами, сдерживающими развитие сетей обучающих структур, негосударственных образовательных учреждений и открытых форм образования;

– жесткой зависимостью между формами и продолжительностью курсов обучения и свидетельствами об обучении, отсутствием законодательно закрепленного многообразия форм получения образования и обучения;

– отсутствием возможности официального признания ранее полученного образования и обучения и неформального обучения;

– отсутствием единой системы общегосударственных квалификационных требований и профессиональных стандартов;

– неразвитостью социального партнерства в сфере профессионального образования и, как следствие, низкой степенью участия предприятий в обучении как действующих, так и будущих работников.

Социальное партнерство в сфере среднего профессионального образования в России находится в процессе становления. Еще не в полной мере осознана всеми участниками этого процесса сама его суть, цели и задачи. Часто социальное партнерство понимается только как взаимодействие учебных заведений профессионального образования с работодателями и службами занятости. А иногда, наоборот, в категории социальных партнеров включают все структуры и организации, с которыми учебные заведения взаимодействуют в ходе осуществления своей деятельности (военкоматы, комитеты по делам молодежи и спорту, комитеты по культуре, органы МВД и т.д.). Такое искаженное понимание социального

---

[1] Олейникова О.Н. Реформирование профессионального образования за рубежом. – М. : Центр изучения проблем профессионального образования, 2003.

партнерства бытует не только на уровне учебных заведений, но, к сожалению, и на более высоком уровне[1].

В международной практике понятие социального партнерства в сфере профессионального образования уже устоялось и понимается как взаимодействие с субъектами экономической жизни и сферы труда в целях повышения эффективности профессионального образования и удовлетворения спроса на умения и компетенции рабочей силы на рынке труда. Очевидно, и нам нужно исходить из мировой практики и привести наше понимание в соответствие с международным[2].

В настоящее время значимость социального партнерства еще не вполне осознана самими социальными партнерами профессионального образования по ряду причин:

– отсутствие должного интереса работодателей и их мотива, недостаточно высокий престиж самого сектора профессионального образования, особенно среднего профессионального образования среди работодателей, которые часто предпочитают нанимать выпускников с дипломами высшего образования, больше доверяя их профессионализму;

– недостаточно высокий уровень практической подготовки выпускников также подрывает доверие работодателей к выпускникам и объясняет их нежелание сотрудничать с учебными заведениями;

– общая ситуация на рынке труда с высоким уровнем безработицы позволяет работодателям выбирать требуемых работников из числа безработных на своих условиях;

– непонимание социальными партнерами реальной пользы от взаимодействия с сектором профессионального образования. Отсутствие мотивации у социальных партнеров – предприятий и профсоюзов – можно также объяснить и тем, что они не участвуют в распределении средств, выделяемых профессиональному образованию бюджетами различных уровней.

Естественно, что период экономического спада 90-х годов прошлого века в стране не способствовал развитию социального партнерства, поскольку предприятия были заняты вопросами собственного выживания, мало интересуясь стратегическим планированием своего развития, а профсоюзы занимались вопросами борьбы с невыплатами зарплаты и сохранения рабочих мест, также игнорируя вопросы перспективного развития.

В начале 2000-х гг. наметилась экономическая стабилизация, однако это не привело к росту осознания среди основной части работодателей и их организаций необходимости развития социального партнерства с профессиональным образованием, что связано с их недостаточной активностью в области самоорганизации. Это особенно касается занятого населения и малых и средних предприятий[3]. Экономический кризис, продолжающийся в настоящее время, только обострил ситуацию.

Существующие объединения, такие как торгово-промышленные палаты, ассоциации промышленников и предпринимателей, как на федеральном, так и региональном уровне также еще не уделяют достаточного внимания вопросам подготовки рабочей силы. Очевидно, именно сектор профессионального образования и сами учебные заведения должны проявлять большую инициативность и активность в установлении продуктивного взаимодействия с субъектами экономической жизни и рынка труда, поскольку в профессиональном образовании (на уровне учебных заведений профессионального образования) уже произошло осознание необходимости такого взаимодействия для повышения эффективности и конкурентоспособности учебных заведений.

На ситуацию в области социального партнерства оказывает влияние общее состояние рынка труда, а также социальные и правовые факторы. Развитие социального партнерства и предоставление определенных гарантий выпускникам профессионального образования

---

[1] Олейникова О.Н. Социальное партнерство в сфере профессионального образования. – М. : Центр изучения проблем профессионального образования, 2001.

[2] Олейникова О.Н. Процесс европейской интеграции и его влияние на профессиональное образование в России: материалы Всероссийского совещания директоров ссузов. – Волгоград, 2005.

[3] Попов В.П. Сфера сервиса и Волгоградский технологический колледж – 50 лет вместе // Сфера сервиса: поиск и опыт : сб. ст. – Волгоград, 2000.

возможно только при стабильном развитии предприятий и их рентабельности. Распад в начале 1990-х гг. многих крупных предприятий и создание большого количества малых и средних предприятий в достаточно непредсказуемой экономической ситуации не могли способствовать развитию социального партнерства с учебными заведениями, поскольку приоритеты лежали в экономическом выживании.

На сегодня продуктивному развитию социального партнерства в сфере профессионального образования мешает наличие нерешенных макроэкономических проблем, хотя следует признать, что с 2000 г. (начало стабилизации) оно заметно активизировалось, но по мере нарастания кризисных явлений вновь практически вернулось к уровню конца 1990-х гг.

И в настоящее время лишь только небольшая доля предприятий (немногим более 5%) перешли на реализацию стратегии активной адаптации и развития, кадрового потенциала. При этом часто даже рентабельные предприятия, реализующие стратегию развития производства, не проявляют интереса к налаживанию связей с учебными заведениями профессионального образования, имея возможность набора требуемой рабочей силы из числа безработных граждан.

Негативное влияние оказывает и нарушение традиционных связей предприятий с учебными заведениями. Наблюдаются даже такие факты, когда предприятия требуют у учебных заведений плату за предоставление рабочих мест для прохождения студентами производственной практики. Особую озабоченность вызывает и тот факт, что новые малые и средние предприятия практически не вовлечены в орбиту социального партнерства.

Таким образом, для развития социального партнерства в сфере профессионального образования необходимо уделять особое внимание формированию мотивационного поля, разъясняя работодателям и их объединениям и профсоюзам необходимость и перспективность взаимодействия с сектором профессионального образования в целом и с учебным заведениями профессионального образования в частности.

Как показывает накопленный опыт, эффективным способом привлечения социальных партнеров к взаимодействию является совместное проведение анализа рынка труда для установления потребности в умениях и существующего несоответствия между потребностью и фактическим наличием умений и компетенций выпускников учебных заведений профессионального образования.

В профессиональном образовании и обучении Евросоюза определены четыре области социального партнерства:

– развитие непрерывного профессионального образования;

– профориентация молодежи и взрослого населения;

– разработка профессиональных квалификаций, включая прогнозы и анализ спроса и предложения, и взаимное признание квалификаций и их прозрачность;

– ресурсы и финансирование.

Социальное партнерство в сфере профессионального образования – это развитие с участием социальных партнеров высококачественного профессионального образования в интересах рынка труда, экономики и граждан[1].

Основной акцент социального партнерства – региональная политика, региональное развитие, субъектом которого являются учреждения профессионального образования.

Социальные партнеры в области профессионального образования на федеральном и региональном уровнях конкретно могут:

– разрабатывать профессиональные стандарты и стандарты профессионального образования;

– участвовать в разработке политики в области профессионального образования;

– проводить анализ рынка труда;

– прогнозировать спрос и предложение образовательных услуг профессионального образования и умений;

---

[1] Олейникова О.Н. Процесс европейской интеграции и его влияние на профессиональное образование в России: материалы Всероссийского совещания директоров ссузов. – Волгоград, 2005.

– определять условия и цели развития профессиональных квалификаций и базовых умений;

– участвовать в разработке стратегии регионального экономического развития;

– осуществлять сбор и анализ информации о развитии сферы труда;

– разрабатывать содержание программ обучения и требований к оценке компетенций и участвовать в оценке учебных заведений (самооценке) и итоговой оценке выпускников (на уровне учебного заведения);

– осуществлять предоставление мест для производственной практики, организовывать стажировки и повышение квалификации преподавателей профессионального образования на предприятиях, развивать систему переподготовки и/или повышения квалификации работников предприятий в учебных заведениях (на региональном уровне и уровне учебного заведения);

– осуществлять профориентационную работу (для усиления связей между общим и профессиональным образованием);

– развивать обучение на предприятии (на рабочем месте);

– лоббировать соответствующие интересы в рамках классической модели плюрализма интересов;

– осуществлять мобилизацию ресурсов и контроль за их использованием;

– участвовать в управлении учебными заведениями.

Механизмы:

– создание советов на уровне региона, учебного заведения, федерального консультативного совета по вопросам профессионального образования;

– реализация совместных проектов (на региональном и местном уровне), например, по обучению работы на новом оборудовании или по использованию новых технологий.

Если привести понимание явления социальное партнерство в Российской Федерации в соответствие с европейским пониманием, то основные задачи, решаемые социальными партнерами в системе среднего профессионального образования Российской Федерации, приведены в следующей таблице:

Таблица 1

Категория социальных партнеров ссузов	*Перечень основных задач*
1. Заказчики и «потребители» выпускников ссузов (производственные предприятия, организации, работодатели)	формирование заявок с профессионально-квалификационными требованиями на подготовку кадров, финансирование заказа; создание условий для организации и проведения производственной практики и квалификационной аттестации студентов, стажировки и повышения квалификации педагогических работников; содействие ссузам в совершенствовании учебно-материальной и информационно-технической базы профессиональной подготовки специалистов; оказание помощи в разработке профессионального компонента ГОС и профессионально-образовательных программ, в организации и проведении профориентационных, спортивно-оздоровительных и культурно-массовых мероприятий; оценка качества профессиональной подготовки специалистов; материальное стимулирование студентов, педагогических работников и выпускников ссузов; решение вопросов трудоустройства выпускников
2. Органы управления образованием, трудовыми ресурсами (региональные, местные), их методические службы	формирование государственных заказов на подготовку специалистов среднего звена с учетом потребностей рынка труда и перспектив социально-экономического развития региона; ресурсное обеспечение ссузов; содействие трудоустройству выпускников ссузов; разработка программы развития среднего профессионального образования и занятости населения; обеспечение методиками оценки качества профессиональной

Категория социальных партнеров ссузов	*Перечень основных задач*
	подготовки специалистов; прогнозирование потребности в специалистах среднего звена (в том числе новых), определение квалификационных требований и национально-регионального компонента ГОС на основе изучения и анализа рынка труда
3. Коллегиальные органы общественно-государственного характера (совет директоров ссузов, попечительский совет)	содействие развитию СПО и повышению качества подготовки специалистов среднего звена, участие в разработке ГОС и профессионально-образовательных программ; объединение усилий юридических и физических лиц в осуществлении финансовой и иных видов поддержки ссузов; участие в формировании заказа на подготовку специалистов среднего звена, востребованных современным рынком труда; содействие в проведении различных конкурсов, олимпиад, соревнований и других массовых студенческих мероприятий; поддержка инновационной и научно-исследовательской деятельности ссузов; оказание материальной помощи социально незащищенной категории студентов (дополнительные дотации на питание, лечение, приобретение учебной литературы и т.д.); материальная поддержка в виде персональных стипендий студентов, имеющих особые успехи в учебной и научно-технической деятельности; содействие совершенствованию учебно-материальной базы ссузов и обеспечению учебно-программной документацией и учебно-методической и другой литературой вновь вводимых специальностей.
4. Общественные организации СПО (профильные ассоциации среднего профессионального образования, ассоциация «Производственные предприятия – ссузы», профсоюзы)	оказание финансовой помощи в издании учебно-методической, дидактической и другой литературы, созданной педагогическими работниками ссузов; содействие совершенствованию материально-технической, учебно-лабораторной базы ссузов, формированию профессионального компонента ГОС; развитие творческой и культурной компетентности студентов и на этой основе формирование активной личности в социальном окружении путем вовлечения студентов в смотры-конкурсы творческих работ, молодых талантов, художественной самодеятельности, в олимпиады по учебным дисциплинам, в спортивные соревнования и т.д.; материальное поощрение призеров, лауреатов, лучших студентов и педагогических работников ссузов; социальная защита студентов и выпускников; содействие развитию международных связей по профессиональному и культурному обмену
5. Другие профессиональные образовательные учреждения (профессиональные училища, лицеи, вузы)	выполнение совместных проектов; оказание помощи в организации и проведении учебно-творческих работ, культурно-массовых и других мероприятий, в трудоустройстве
6. Частные инвесторы (родители и другие физические лица)	оказание финансовой поддержки на выполнение социальных проектов

К наиболее распространенным областям социального партнерства относятся:
– анализ рынка труда и потребностей в обучении;
– разработка содержания обучения;
– прогнозы развития рынка труда (по конкретным отраслям и специальностям);

– предоставление мест для прохождения студентами производственной практики на предприятии;

– участие работников предприятия в проведении семинаров;

– трудоустройство выпускников;

– профориентация и консультирование;

– участие работодателей в определении требований к выпускникам, в части умений и компетенций;

– оценка качества выпускников;

– стажировки преподавателей на предприятиях;

– предоставление материалов и оборудования учебным заведениям и иные формы материальной помощи (редко);

– учреждение стипендий для студентов.

Следует, однако, отметить, что все вышеперечисленные формы социального партнерства в комплексе довольно редко наблюдаются на уровне одного учебного заведения, поскольку социальное партнерство не носит системного характера.

Одним из способов систематизации данного процесса может быть внедрение в практику учебных заведений модели тотального качества Европейского фонда управления качеством, которая предполагает системное взаимодействие с социальными партнерами. Исходя из вышеизложенного, представляется необходимым осуществить ряд мер для придания социальному партнерству в сфере профессионального образования системного характера.

На федеральном уровне:

– разъяснение сути и форм социального партнерства в сфере профессионального образования;

– обобщение и анализ практики социального партнерства на региональном уровне и на уровне учебных заведений для распространения наиболее эффективных моделей;

– повышение мотивации социальных партнеров;

– улучшение информационной поддержки социального партнерства в сфере профессионального образования;

– развитие нормативно-правовой базы социального партнерства в области профессионального образования.

На региональном уровне:

– более активное привлечение профсоюзов;

– создание эффективных мотивационных механизмов;

– участие социальных партнеров и учебных заведений профессионального образования в разработке стратегии регионального развития, анализе рынка труда, анализе потребностей в обучении и т.д.;

– усиление взаимодействия между учебными заведениями для координации областей подготовки;

– разработка необходимой региональной нормативно-правовой базы;

– активная информационная поддержка;

– формирование консультативных органов социального партнерства;

– разработка и внедрение программ модульного обучения, основанных на компетенциях, и механизмов их оценки.

На уровне учебного заведения профессионального образования:

– внедрение модели тотального управления качеством и эффективных маркетинговых стратегий;

– разработка планов стратегического и оперативного партнерства;

– реализация совместных проектов (в области работы на новом оборудовании или использования новых материалов);

– активизация привлечения социальных партнеров к управлению учебными заведениями профессионального образования.

Анализ региональных программ развития среднего профессионального образования показывает, что в них недостаточно реализованы аспекты взаимодействия ссузов с предприятиями, организациями, работодателями. В результате в регионах отсутствует должное взаимодействие между органами управления образованием, службой занятости, региональными и муниципальными органами власти, общественными организациями среднего профессионального образования и объединениями, заметна разобщенность работодателей.

Причины возникновения этих проблем – отсутствие действенного механизма функционирования социального партнерства, слабая информационная деятельность по вопросам рынков труда и образовательных услуг, слабое методическое обеспечение организации социального партнерства и другие.

Наиболее острая проблема на уровне ссузов и производственных предприятий, организаций – заключение долгосрочных и целевых договоров с предприятиями на подготовку специалистов. Основные причины этого следующие: во-первых, реальными клиентами рынка образовательных услуг в настоящее время претендует быть лишь небольшое число предприятий; во-вторых, отсутствует нормативно-правовая база, определяющая основные направления партнерских отношений; в-третьих, партнерствующие стороны не обеспечены рекомендациями по заключению договоров и адаптации к кадровым потребностям рыночной экономики.

Из анализа рассмотренных выше внешних проблем вытекает следующий основной вывод: в целях дальнейшего развития социального партнерства в сфере среднего профессионального образования и для успешного решения насущных проблем взаимодействия ссузов и производственной сферы необходимо:

– объединение усилий государственной власти, местного самоуправления, кооперативных и частных структур, общественных организаций посредством формирования координирующих органов;

– усиление мер для широкого информирования населения о ситуации на рынках труда и образовательных услуг, профессионально-квалификационной структуре спроса, проблемах трудоустройства выпускников ссузов и рейтинге образовательных учреждений и т.д.;

– разработка долгосрочной (стратегической) программы развития среднего профессионального образования региона на основе анализа особенностей и оценки устойчивости ключевых отраслей экономики региона, оценки образовательного потенциала среднего профессионального образования и емкости рынка труда, анализа профессионально-квалификационной структуры специалистов среднего звена, мониторинга состояния качества подготовки кадров на рынке образовательных услуг;

– выделение конкретных хозяйствующих субъектов для установления стратегического партнерства с образовательными учреждениями среднего профессионального образования;

– обеспечение этого процесса соответствующими методическими рекомендациями.

К числу внутренних проблем организации социального партнерства относятся те аспекты, которые напрямую зависят от самого образовательного учреждения (ссуза), его готовности осознать и принять собственное положение на рынке образовательных услуг, новую парадигму развития среднего профессионального образования, ориентированного, в первую очередь, на удовлетворение потребностей рынка труда, готовности инициативно включиться в процесс налаживания двусторонних и многосторонних связей с субъектами рынка труда, формирования организационных структур социального партнерства.

Основной проблемой внутреннего порядка для образовательных учреждений (в том числе и ссузов) является неготовность значительного большинства «старых кадров» принять «новые правила игры». Встроиться (включиться) в систему рыночных отношений – задача довольно непростая и требующая этапности. Для начала необходимо, чтобы хотя бы руководители образовательных учреждений среднего профессионального образования осознали простую истину: сегодня любое государственное образовательное учреждение – такой же субъект рыночных отношений, как и предприятие, коммерческая фирма и т.п. Характер рыночных отношений однозначно требует от всех участников рынка ориентации исключительно на

потребности своего клиента. Это непременное условие выживания, жизнеспособности образовательного учреждения. Поэтому сегодня важнейшим элементом организации деятельности ссузов является проведение таких работ, как изучение рынка труда, уточнение квалификационных требований конкретных работодателей, поиск совместных взаимовыгодных проектов, уяснение конкретных интересов своих социальных партнеров и путей их реализации, наращивание творческого потенциала педагогического коллектива с тем, чтобы повысить конкурентоспособность учебного заведения на рынке образовательных услуг.

Деятельность учебного заведения должна быть нацелена на конечный результат – подготовку конкурентоспособных специалистов и трудоустройство выпускников. Этому должны быть подчинены все поиски и мероприятия.

Старые механизмы подготовки специалистов и распределения выпускников уже не вписываются в новую экономическую ситуацию. Необходимо создавать и внедрять новые механизмы формирования заказа на подготовку специалистов и контроль качества их профессиональной подготовки. Какую-то часть этой работы учебные заведения могут и должны взять на себя, чтобы выстоять и укрепить свои позиции на рынке образовательных услуг. Только действуя в рамках социально значимых, обоюдно выгодных отношений, только в совместных действиях видим мы перспективы реального решения всё возрастающей в современном мире проблемы возмещения трудовых человеческих ресурсов.

Литература

1. Ващенко А.А. Образование: государственно-частное партнерство или противостояние / А.А. Ващенко // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2008. – № 6.

2. Кучмиева С. И. Качество кадров – основной закон учебного заведения / С.И. Кучмиева // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2008. – № 7. – С. 9.

3. Ларина Е.В. Бизнес-образование и стратегии развития человеческих ресурсов / Е.В. Ларина // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2008. – № 8. – С. 121.

4. Мигаев В.И., Смирнов А.А. Региональная модель профессионального образования. – М., 1998.

5. Митрохин В.И. Модернизация отечественного высшего образования: семь заблуждений и иллюзий / В.И. Митрохин // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2008. – № 6. – С. 45.

6. Новиков П.Н. Среднее профессиональное образование и занятость: проблемы взаимодействия и партнерства. – М. : ИПР СПО, 2000.

7. Олейникова О.Н. Процесс европейской интеграции и его влияние на профессиональное образование в России: материалы Всероссийского совещания директоров ссузов. – Волгоград, 2005.

8. Олейникова О.Н. Реформирование профессионального образования за рубежом. – М. : Центр изучения проблем профессионального образования, 2003.

9. Олейникова О.Н. Социальное партнерство в сфере профессионального образования. – М. : Центр изучения проблем профессионального образования, 2001.

10. Олейникова О.Н. Среднее профессиональное образование как основа непрерывного профессионального образования в современном обществе : сб. науч. тр. – М., 2003.

11. Олейникова О.Н. Техническое и профессиональное образование и обучение в XXI веке. – М. : Центр изучения проблем профессионального образования, 2003.

12. Попов В.П. Информация о работе секции «Среднее профессиональное образование» на пленарном заседании Всероссийского совещания работников образования // Среднее профессиональное образование. – 2000. – № 3.

13. Попов В.П. Обеспечение сферы услуг Волгоградской области кадрами – наша основная задача // Сфера сервиса: поиск и опыт : сб. ст. – Волгоград, 2000.

14. Попов В.П. Организация и координация работы по подготовке и переподготовке кадров для бытового обслуживания населения, повышение их квалификации // О состоянии и развитии бытового обслуживания населения Волгоградской области : сб. ст. – Волгоград, 1999.

15. Попов В.П. Организация кадрового обеспечения сферы услуг Волгоградской области. – М., 2000.

16. Попов В.П. Основные этапы развития и становления сферы сервиса Волгоградской области и история развития Волгоградского технологического колледжа // Опыт инновационных преобразований в педагогической науке и практике: сб. ст. – Волгоград, 2000.

17. Попов В.П. Очерки истории среднего профессионального образования России в XX веке. – М., 2002.

18. Попов В.П. Среднее профессиональное образование в системе непрерывного профессионального образования и обучения в России / В.П. Попов, М.В. Потехин // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2008. – № 6. – С. 116.

19. Попов В.П. Сфера сервиса и Волгоградский технологический колледж – 50 лет вместе // Сфера сервиса: поиск и опыт : сб. ст. – Волгоград, 2000.

20. Среднее профессиональное образование в регионе: проблемы, поиски, решения. – Казань, 1996.

Орлова Светлана Васильевна,
аспирант кафедры экономики и управления
Волгоградского института бизнеса,
преподаватель специальных дисциплин,
председатель цикловой комиссии
организационно-управленческих дисциплин
Волгоградского колледжа газа и нефти ОАО «Газпром»
e-mail: Liamenson@mail.ru

К вопросу о стратегии кадровой политики крупных промышленных корпораций нефтегазовой отрасли (на примере опыта ОАО «Газпром»)

The strategy of personnel policy of large industrial corporations of oil and gas sphere (based on OAO Gazprom)

В статье рассматриваются некоторые важные стратегические аспекты кадровой политики ОАО «Газпром». Обзор наиболее значимых аспектов кадровой политики позволил автору сделать вывод о том, что в ОАО «Газпром» создана гибкая система управления персоналом, ориентированная на работу в рыночных условиях. Залогом надежной работы газовой промышленности было и остается наличие кадров высокого профессионального уровня. Одним из основных научных направлений в области управления человеческими ресурсами является разработка стратегии управления персоналом.

The paper discusses some important strategic aspects of personnel policy of OAO Gazprom. The survey of most significant aspects of personnel policy of OAO Gazprom let the author draw a conclusion that there is a flexible system of personnel policy management focused on the work at market conditions in OAO Gazprom. The pledge of the reliable service of gas industry has always been highly qualified professionals. One of the main scientific directions in the sphere of human resources management is the development of management personnel strategy.

Ключевые слова: стратегия кадровой политики; открытая и закрытая кадровая политика; «фирменная» кадровая политика; социальная политика; стратегическая цель кадровой политики; стратегии управления персоналом.

Key words: personnel policy strategy; open and closed personnel policy; personnel policy of the company; social policy; strategic purpose of the personnel policy; management personnel strategy.

ОАО «Газпром» – крупнейшая газовая компания в мире. Основные направления деятельности – геологоразведка, добыча, транспортировка, хранение, переработка и реализация газа и других углеводородов. Государство является собственником контрольного пакета акций Газпрома – 50,002%.

Газпром видит свою **миссию** в максимально эффективном и сбалансированном газоснабжении потребителей Российской Федерации, выполнении с высокой степенью надежности долгосрочных контрактов по экспорту газа. **Стратегической целью** является становление ОАО «Газпром» как лидера среди глобальных энергетических компаний, посредством освоения новых рынков, диверсификации видов деятельности, обеспечения надежности поставок. Газпрому принадлежит крупнейшая в мире система транспортировки газа – Единая система газоснабжения России[1].

Масштабы деятельности ОАО «Газпром» таковы, что имеют стратегическое значение для развития всей экономики страны, затрагивают интересы огромного количества людей. Отсюда вытекает ряд важнейших принципов в деятельности Группы Газпром: относиться внимательно к интересам общества, всецело содействовать социально-экономическому развитию российских регионов, созданию в них благоприятного делового климата, поддержанию достойных условий труда, социального и духовного благополучия людей.

В этой связи компания стремится обеспечить устойчивое развитие своего бизнеса, уделяя повышенное внимание не только экономической, но и социальной составляющей. Газпром неуклонно следует принципам социальной ответственности, которыми являются: создание новых рабочих мест, реализация социальных программ для персонала, спонсорство и благотворительность, проведение экологических и образовательных акций, уплата налогов и др.

Из года в год Газпром наращивает свое участие в проектах, направленных на повышение социальной поддержки населения, создавая новые рабочие места, оказывая помощь малообеспеченным и малоимущим, военнослужащим, ветеранам и инвалидам Великой Отечественной войны, реализуя программы социальной поддержки народов Крайнего Севера, вкладывая средства в строительство объектов производственной и социальной инфраструктуры в регионах Российской Федерации. Особое внимание по-прежнему уделяется поддержке детей-инвалидов, сирот и воспитанников детских домов. Ежегодно компания выделяет средства на строительство жилых домов, детских садов, поликлиник и др.[2]

В отличие от многих российских компаний, ОАО «Газпром» имеет разработанную еще в начале его деятельности концепцию кадровой политики, которая постоянно уточняется и совершенствуется.

17 февраля 1993 г. Постановлением Правительства РФ во исполнение Указа Президента РФ от 5 ноября 1992 г. Государственный газовый концерн «Газпром» был преобразован в Российское акционерное общество «Газпром». В 1998 г. РАО «Газпром» было преобразовано в открытое акционерное общество. Учредителем является Правительство Российской Федерации.

Основные положения концепции кадровой политики и управления персоналом РАО «Газпром» представлены на рисунке.

Кадровая политика – это система правил и норм, приводящих человеческий ресурс в соответствие со стратегией фирмы.

Основная цель кадровой политики – внести эффективный вклад в осуществление стратегии предприятия и привить персоналу социальную ответственность перед предприятием и обществом[3].

Переход на рыночные экономические отношения обусловил существенные изменения в организации работы с кадрами. В Газпроме разработана собственная **«фирменная» кадровая политика,** направленная на достижение высокой эффективности труда каждого работника, по-

---

[1] О компании : «Газпром» сегодня [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www. URL : http://old.gazprom.ru/ articles/article2378.shtml (дата обращения 20.11.2009).

[2] О компании : инновационная деятельность [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www. URL : http://old.gazprom.ru/articles/article21685.shtml (дата обращения 20.11.2009).

[3] Дятлов В. А. Актуальные вопросы управления персоналом : монография. – М. : Изд-во РГУ им. И. М. Губкина, 2000.

вышение роли личности на основе экономических и моральных стимулов и социальных гарантий, позволяющая вести прогнозирование потребности и развитие персонала. Кадровая политика общества неразрывно связана с его корпоративной философией, основа которой – забота о сотрудниках.

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЦЕЛЬ КАДРОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Создание в газовой промышленности системы управления кадрами, базирующейся в основном не на административных методах, а на экономических стимулах и социальных гарантиях, ориентированных на сближение интересов РАО (предприятия) с интересами работников в достижении высокой производительности труда, повышении эффективности производства, получении наилучших экономических результатов предприятиями и отраслью в целом.

⇩

ПРИОРИТЕТНЫЕ ЗАДАЧИ КАДРОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Разработка единых принципов стратегического управления и развития персонала в отрасли.
2. Интеграция кадровой политики при стратегическом планировании предприятия с учетом кадровой работы на всех уровнях управления.
3. Внедрение новых методов и систем подготовки и переподготовки персонала.
4. Проведение скоординированной единой тарифной политики и оплаты труда.
5. Разработка экономических стимулов и социальных гарантий.
6. Защита прав и гарантий каждого работника РАО, работа с представителями трудовых коллективов и профсоюзов.
7. Исследование проблем в области развития человеческих ресурсов.
8. Подготовка нормативных и методических материалов в целях обеспечения высокого уровня управления кадрами.

⇩

ПЕРВООЧЕРЕДНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

Создание гибкой системы управления персоналом, охватывающей:	**Реализация приоритетных направлений кадровой работы:**
1. Организационные вопросы кадровой работы. 2. Вопросы мотивации труда и заработной платы работников предприятия. 3. Вопросы социальной защищенности работников предприятия. 4. Создание комфортного морально-психологического климата в коллективе.	1. Планирование развития кадров. 2. Формирование единой системы непрерывного обучения кадров. 3. Оценка и аттестация кадров. 4. Подготовка резерва кадров на выдвижение, управление карьерой. 5. Оптимизация системы оплаты труда. 6. Формирование системы социального обеспечения и гарантий. 7. Подготовка нормативных и методических материалов.

⇩

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КАДРОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Основные технико-экономические показатели деятельности РАО «Газпром» и предприятий.
2. Динамика количественного и качественного состава кадров РАО «Газпром» и предприятий.

Рис. 1. Основные положения концепции кадровой политики и управления персоналом РАО «Газпром»[1]

[1] Охота за головами: кафедра управления трудом и персоналом РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www. URL : http://www.kutp.gubkin.ru/scienc.htm (дата обращения 20.11.2009).

Хорошо известно, что в основе процветания и конкурентоспособности любой фирмы, да и всего государства в целом, лежит в конечном итоге труд конкретных людей. Сильной стороной ОАО «Газпром» являются кадровый потенциал, навыки и опыт его персонала. Центральным моментом управления компанией является управление персоналом, управление конкретными людьми. Газпром на всех этапах своего развития уделяет большое внимание работникам. Председатель Правления А. Б. Миллер отметил, что руководство компанией одной из главных своих задач считает «заботу о сотрудниках, создание всех необходимых условий для реализации их профессиональных возможностей».

Известно, что одним из оснований для формирования кадровой политики является принципиальная ориентация на собственный персонал или на внешний персонал, степень открытости по отношению к внешней среде при формировании кадрового состава.

Открытая кадровая политика характеризуется тем, что организация прозрачна для потенциальных сотрудников на любом уровне, организация готова принять на работу любого специалиста соответствующей квалификации без учета опыта работы в других организациях. Такая кадровая политика может быть адекватна для новых организаций, ведущих агрессивную политику завоевания рынка, ориентированных на быстрый рост и стремительный выход на передовые позиции в своей отрасли.

Закрытая кадровая политика характеризуется тем, что организация ориентируется на включение нового персонала только с низшего должностного уровня, а замещение происходит только из числа сотрудников организации. Такая кадровая политика характерна для компаний, ориентированных на создание определенной корпоративной атмосферы, формирование особого духа причастности[1].

Кадровая политика компании переживает серьезные изменения. Во второй половине 1990-х гг. в Газпроме сформировался механизм проведения закрытой кадровой политики (ориентированной на набор персонала во внутренней среде).

После смены высшего руководства компании кадровая политика стала более открытой. В частности, сам факт, что «первый менеджер» Газпрома был сменен «человеком со стороны», ранее не работавшим в данной системе, говорит о развитии новых тенденций в кадровой и корпоративной политике компании. Наем на высшие управленческие должности специалистов извне – непременный атрибут открытой кадровой политики. В начале XXI в. на многих предприятиях Газпрома на вышестоящие должности аппарата управления были привлечены менеджеры, ранее в компании не работавшие.

Таким образом, начался синтез элементов закрытой и открытой кадровой политики, направленный на динамику моделей кадровой политики, соответствующей внутренним потребностям и традициям Газпрома, развитию отрасли в целом.

ОАО «Газпром» приветствует появление в своих рядах специалистов, чья энергия и профессиональные знания будут способствовать достижению Газпромом своих амбициозных целей.

На сегодняшний день в Газпроме работает около 400 тысяч человек. Компания уделяет значительное внимание созданию максимально комфортных условий для их труда, обеспечению их комплексом социальных гарантий, льгот и компенсаций.

В Газпроме приняты Генеральный коллективный договор, регулирующий социально-трудовые отношения в Обществе, ряд других документов, затрагивающих сферу образования и сопровождения кадровой работы, а также медицинского обеспечения сотрудников и их семей. Среди важнейших документов, регулирующих аспекты кадровой политики являются:

1. Положение о системе непрерывного фирменного профессионального образования руководителей и специалистов. В 2008 г. в рамках корпоративной системы непрерывного профессионального образования повысили квалификацию и получили профессиональную переподготовку более 44 тыс. руководителей и специалистов, из них за рубежом – около 800 человек,

[1] Охота за головами: кафедра управления трудом и персоналом РГУ нефти и газа им. И. М. Губкина [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www. URL : http://www.kutp.gubkin.ru/scienc.htm (дата обращения 20.11.2009).

различными формами профессионального обучения было охвачено также около 70 тыс. рабочих дочерних обществ и организаций Газпрома[1].

2. Положение о работе с молодыми специалистами с высшим и средним профессиональным образованием и их стажировке в дочерних обществах и организациях ОАО «Газпром». Важнейшим приоритетом в этом вопросе является развитие управленческого резерва. Еще одно актуальное направление – подготовка персонала для стратегических проектов. К ним относятся: освоение шельфа, проектирование, строительство и эксплуатация подводных трубопроводных систем, работа на рынке СПГ и использование малолюдных технологий в добыче газа. Как правило, именно с учетом этих направлений формируется пакет учебных программ, реализуемых в сотрудничестве с зарубежными партнерами.

В течение многих лет совместно с партнерами из E.ON и Wintershall успешно организуются стажировки молодых перспективных сотрудников Газпрома на объектах в Германии. Одновременно специалисты из Германии и Франции стажируются на производственных площадках Газпрома[2].

3. Положение о психологическом сопровождении кадровой работы в ОАО «Газпром».

4. Положение о медицинском обеспечении работников, неработающих пенсионеров ОАО «Газпром» и членов их семей и др.

5. Одной из важнейших социальных гарантий является дополнительное пенсионное обеспечение бывших работников, осуществляемое через Негосударственный пенсионный фонд «ГАЗФОНД»[3].

Вовлечение ОАО «Газпром» в процессы глобализации газового бизнеса и усиление его позиции в условиях либерализации рынков, реструктуризация в вертикально-интегрированную энергетическую компанию – все это требует активизировать поиск перспективных технологий и нестандартных решений для обеспечения значимых конкурентных преимуществ.

В целях формирования единых принципов организации в ОАО «Газпром» процессов создания, учета и рационального использования объектов интеллектуальной собственности постановлением Правления ОАО «Газпром» от 17 июня 2005 г. № 29 утверждена Концепция управления интеллектуальной собственностью ОАО «Газпром».

Эффективное управление объектами интеллектуальной собственности необходимо рассматривать как один из важных элементов деятельности ОАО «Газпром», обеспечивающих реализацию стратегического курса государственной политики по переходу к инновационному развитию страны и направленных на улучшение экономических и финансовых показателей Общества.

Функции по координации деятельности в области управления интеллектуальной собственностью, а также изобретательской и рационализаторской деятельности в ОАО «Газпром» и его дочерних обществах возложены на Управление инновационного развития Департамента стратегического развития[4].

Газпром предоставляет широкие возможности для раскрытия собственного потенциала и карьерного роста своих сотрудников. Газпром – это команда профессионалов, которая реализует стратегическую цель – становление как одного из лидеров среди глобальных мировых компаний.

Готовность и способность персонала плодотворно работать, развиваться, учиться новому – залог долгосрочного успеха Газпрома. Поэтому компания уделяет серьезное внимание повышению профессионального уровня коллектива. Кроме того, Газпром сотрудничает с ведущими российскими вузами для подготовки молодых специалистов, в частности, с Российским государственным университетом нефти и газа имени И. М. Губкина.

---

[1] Касьян Е. Б. Человеческий фактор // Газпром : корпоративный журнал. – 2009. – № 3. – С. 32.

[2] Там же. – С. 32–33.

[3] О компании : социальная ответственность [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www. URL : http://old.gazprom.ru/articles/article20155.shtml (дата обращения 20.11.2009).

[4] О компании : инновационная деятельность [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www. URL : http://old.gazprom.ru/articles/article21685.shtml (дата обращения 20.11.2009).

В Газпроме хорошо понимают, что коллектив компании – ее основная ценность. Поэтому в своей деятельности Газпром следует высоким международным стандартам по вопросам социальной и кадровой политики. Серьезное содействие в формировании социально-трудовых отношений между компанией и работниками оказывает Межрегиональная профсоюзная организация ОАО «Газпром» (МПО ОАО «Газпром»)[1].

Социальная политика – это один из основных аспектов кадровой политики ОАО «Газпром», направленная на усиление связи работника с компанией, сближение их интересов, улучшение микроклимата в коллективах и формирование уверенности работников в завтрашнем дне, стимулирующая персонал к работе с высокой степенью отдачи.

Важным механизмом реализации социальной политики ОАО «Газпром» является повышение эффективности решения социальных вопросов, создание и реализация мероприятий, направленных на закрепление в газовой отрасли профессиональных кадров и привлечение молодежи, развитие современной корпоративной культуры в компаниях «Газпрома».

В последние годы в Газпроме совершенствуется кадровая политика, отвечающая новым, рыночным экономическим отношениям, позволяющая успешно решать стратегические задачи компании и учитывать социально-экономические изменения в стране и мировые тенденции в управлении человеческими ресурсами.

В современных условиях дальнейшее уверенное развитие Газпрома обусловлено экономической и социальной мотивацией труда: успешным подбором, подготовкой и развитием персонала, его социальной защищенностью, совершенствованием механизмов страхования, пенсионного и медицинского обеспечения, системой социальных льгот и услуг работникам.

Среди приоритетных качеств персонала, необходимых для реализации стратегии бизнеса и достижения стратегических целей компании, определены высокий профессионализм, направленность на достижение конечных результатов бизнеса, ориентированность на использование и продвижение инноваций, способность к быстрому обучению, инициативность, приверженность корпоративным ценностям, – сообщает пресс-служба ОАО «Газпром».

Потребность ОАО «Газпром» в персонале требуемого качества удовлетворяется, главным образом, за счет обучения персонала, развития у работников необходимых навыков и компетенции, переподготовки персонала для эффективной работы в новых сферах деятельности. Реализация обучения осуществляется посредством функционирующей и интенсивно развивающейся системы непрерывного корпоративного обучения. Содержание обучения основывается на стратегии развития компании, бизнес-планах предприятий, перспективах развития техники и технологии газовой промышленности.

Администрацией ОАО «Газпром» и руководством его дочерних предприятий уделяется большое внимание подготовке молодых специалистов. Главная цель обучения резерва – подготовить новый тип руководителя, в совершенстве владеющего знаниями, которые необходимы для успешной и эффективной работы в условиях рыночной экономики, при сохранении и приумножении лучших традиций подготовки руководителей отечественной газовой промышленности. Для достижения этой цели в Газпроме была создана Школа резерва кадров руководителей.

Уже говорилось, что **стратегическая цель кадровой политики ОАО «Газпром»** – создание системы управления персоналом, базирующейся на экономических стимулах и социальных гарантиях, ориентированных на сближение интересов компании с интересами работников. Это нашло свое отражение в разработанной и утвержденной Правлением в августе 2003 года **Программе повышения социальной престижности работы в ОАО «Газпром»**[2].

Программа повышения социальной престижности работы в ОАО «Газпром» эффективно реализуется во всех дочерних и иных организациях Газпрома. В частности, в НОУ СПО «Волгоградский колледж газа и нефти» ОАО «Газпром» с 2004 года функционирует система менеджмента качества (СМК) в соответствии с требованиями МС ИСО. Одной из важнейших процедур данной системы является мониторинг удовлетворенности потребителей. В ходе анализа мониторингов удовлетворенности потребителей (**абитуриентов**) за период

[1] URL : http://gazprom.ru/career/ (дата обращения 20.11.2009).
[2] URL : http://www.nakanune.ru/news/2003/12/09/gazprom_sovershenstvuet_kadrovuju (дата обращения 20.11.2009).

с 2005 по 2007 уч. гг. было выявлено, что наиболее весомый признак, по которому абитуриенты выбирают учебное заведение, – фирменное образование ОАО «Газпром», другими значимыми признаками являются актуальность и престижность профессий[1].

Если кратко сформулировать **стратегическую цель кадровой политики ОАО «Газпром»** на современном этапе, то это **профессионализм и молодость**.

Ежегодно на работу в Группу «Газпром» принимается более 1,5 тыс. молодых специалистов. Для них предусмотрен ряд специальных учебных программ, способствующих адаптации к условиям работы в компании, выявлению и развитию их профессиональных качеств.

В целях оказания поддержки работникам дочерних обществ, получающим послевузовское профессиональное образование в аспирантурах и докторантурах, компания на конкурсной основе предоставляет ежегодные именные гранты ОАО «Газпром» (один грант для обучения в докторантуре и четыре – для обучения в аспирантуре).

Сегодня более чем в 30-ти дочерних обществах компании созданы Советы молодых специалистов, основная цель которых – привлечение молодежи к активному участию в производственной и научной деятельности предприятий. Советы осуществляют общественный контроль за соблюдением прав и интересов молодых ученых и специалистов. Раз в два года «Газпром» совместно с РГУ нефти и газа им. И. М. Губкина проводит Всероссийскую конференцию молодых ученых, специалистов и студентов по проблемам газовой промышленности России.

Молодые специалисты компании регулярно принимают участие в конкурсе молодежных разработок среди предприятий и организаций топливно-энергетического комплекса, проводимом общероссийской общественной организацией «Национальная система развития научной, творческой и инновационной деятельности молодежи России "Интеграция"» совместно с Министерством энергетики Российской Федерации при поддержке ОАО «Газпром»[2].

Начальник Департамента по управлению персоналом ОАО «Газпром» Е. Б. Касьян, отвечая на вопросы корпоративного журнала «Газпром», сообщила, что одним из аспектов по оптимизации количества и качества персонала ОАО «Газпром» (это один из основных показателей совершенствования кадровой деятельности) на ближайшую перспективу будет работа по снижению трудозатрат за счет оптимизации организационных структур управления, разработки и внедрения прогрессивных норм труда, рационального использования трудовых ресурсов и рационализации рабочих мест. К примеру, оснащение производственных объектов современными средствами автоматизации создало объективные условия для внедрения новых форм организации труда, основанных на принципах малолюдных технологий.

Также Е. Б. Касьян заверила, что, несмотря на все еще продолжающийся экономический кризис, в настоящее время Газпром не планирует каких-либо конкретных мероприятий по сокращению численности персонала. В то же время политика в области управления персоналом будет проводиться с учетом сложившейся экономической ситуации.

Елена Борисовна Касьян сообщила, что практически все мероприятия и задачи кадровой политики, в частности социальные обязательства Генерального коллективного договора на 2007–2009 гг., в основном были выполнены. Работникам оказывалась материальная помощь (к ежегодному отпуску и в связи с особыми событиями в их жизни), производилась доплата до среднего заработка сверх максимального размера пособия по временной нетрудоспособности, предоставлялось медицинское обеспечение, санаторно-курортное и восстановительное лечение, решались жилищные вопросы и т. д. Пенсионерам также выдавали различные виды материальной помощи; кроме того, осуществлялось дополнительное пенсионное обеспечение бывших ра-

---

[1] Орлова С. В. Оценка привлекательности корпоративной культуры как важный показатель отношения целевой аудитории к организации (на примере опыта НОУ СПО «Волгоградский колледж газа и нефти» ОАО «Газпром») // Россия периода реформ: компетентностный подход к формированию корпоративной модели менеджмента : материалы XII Междунар. отрасл. науч.-практ. конф., г. Волгоград, 21–24 мая 2008 г. / Департамент по упр. персоналом ОАО «Газпром» ; Комитет по образованию администрации Волгогр. обл. ; НОУ СПО «Волгогр. колледж газа и нефти» ОАО «Газпром» ; Междунар. акад. авторов науч. открытий и изобрет. ; редкол. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2008.

[2] Касьян Е. Б. Человеческий фактор // Газпром : корпоративный журнал. – 2009. – № 3. – С. 33.

ботников через «Газфонд». Пенсионерам, не получающим негосударственную пенсию из «Газфонда», выплачивались ежемесячные доплаты к трудовым пенсиям. Ежегодно дочерние общества, взявшие на себя обязательства по Генеральному коллективному договору, расходуют на различные виды материальной помощи около 7 млрд рублей, на медицинское обеспечение и санаторно-курортное лечение – около 4 млрд рублей, на решение жилищных вопросов – около 4 млрд рублей.

Что касается текущего года, то, несмотря на сложную экономическую ситуацию в стране, компания приложит усилия для сохранения достигнутого уровня социальной защищенности газовиков, членов их семей и неработающих пенсионеров. В бюджетах ОАО «Газпром» и его дочерних обществ предусмотрены необходимые для этого средства[1].

Обобщая изложенное, необходимо отметить, что определяющим фактором, влияющим на конкурентоспособность, экономический рост и эффективность производства, является наличие на предприятии человеческих ресурсов, способных профессионально решать поставленные производственные задачи. Для эффективного управления персоналом предприятие нуждается в целостной системе работы с кадрами, позволяющей управлять ими от момента приема на работу до завершения карьеры.

В ОАО «Газпром» создана гибкая система управления персоналом, ориентированная на работу компании в рыночных условиях. Залогом надежной работы газовой промышленности было и остается наличие кадров высокого профессионального уровня, а главной ценностью ОАО «Газпром» – люди, их знания, навыки, опыт, компетентность, преданность.

Однако нехватка квалифицированных кадров уже сейчас, по данным многочисленных исследований, является основной проблемой и стратегическим вызовом всех без исключения мировых компаний. Не исключение и Россия, где дефицит профессионально подготовленного персонала не просто является ключевым барьером на пути развития, но и имеет, к сожалению, тенденцию ухудшения.

По прогнозам специалистов на протяжении следующих десяти лет некоторые мировые нефтяные гиганты, в том числе и Газпром, столкнутся с проблемой нехватки профессиональных кадров на фоне замены стареющей рабочей силы. Большинство компаний уже указали на дефицит высококвалифицированных кадров как на наиболее масштабную проблему, угрожающую развитию их деятельности[2].

ОАО «Газпром» уже проводит ряд мероприятий, направленных на решение данной проблемы. В частности, на период 2009–2012 гг. в Генеральный коллективный договор, регулирующий социально-трудовые отношения в Обществе, внесен ряд изменений.

Ученые кафедры управления трудом и персоналом РГУ нефти и газа им. И. М. Губкина, обобщив предложения предприятий нефтегазового комплекса России (НГК), считают, что одним из основных научных направлений в области управления человеческими ресурсами на современном этапе является разработка стратегии управления персоналом.

Разработка стратегии управления персоналом предполагает на основании кадровой политики предприятия, внутренних особенностей и внешней среды выработку стратегии работы с персоналом, включающей изменения функции управления человеческими ресурсами (УЧР), от выполнения фрагментальных кадровых функций к вовлечению линейного управления в УЧР и помощи руководителям, профессионализации функции УЧР, акцент на управление изменениями и инновациями, расширение и углубление социального партнерства и трудовых отношений, существенное изменение принципов и систем мотивации. На базе системного анализа выработка концептуального подхода к стратегическому управлению

---

[1] Касьян Е. Б. Человеческий фактор // Газпром : корпоративный журнал. – 2009. – № 3. – С. 32–33.

[2] Орлова С. В. Критериальная оценка подготовленности выпускников отраслевых учебных заведений к реальным трудовым условиям как способ выявления кадровых проблем инновационного развития отрасли // Россия периода реформ: формирование модели рыночно-ориентированной организации как элемент антикризисного управления ОАО «Газпром» : материалы XIII Междунар. отрасл. науч.-практ. конф., г. Волгоград, 20–22 мая 2009 г. / Департамент по упр. персоналом ОАО «Газпром» ; Комитет по образованию администрации Волгогр. обл. ; НОУ СПО «Волгогр. колледж газа и нефти» ОАО «Газпром» ; Междунар. акад. авторов науч. открытий и изобрет. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2009. – С. 248.

персоналом, включающего интеграцию политики, адаптацию к конкретным особенностям организации, признание аморфности границ и согласования долгосрочных и краткосрочных целей[1].

Литература:

1. Харский К. Благонадежность и лояльность персонала : монография / К. Харский. – СПб. : Питер, 2003.

2. Дятлов В. А. Актуальные вопросы управления персоналом : монография / В. А. Дятлов. – М. : Изд-во РГУ им. И. М. Губкина, 2000.

3. Касьян Е. Б. Человеческий фактор / Е. Б. Касьян // Газпром : корпоративный журнал. – 2009. – № 3. – С. 32–33.

4. Орлова С. В. Критериальная оценка подготовленности выпускников отраслевых учебных заведений к реальным трудовым условиям как способ выявления кадровых проблем инновационного развития отрасли / С. В. Орлова // Россия периода реформ: формирование модели рыночно-ориентированной организации как элемент антикризисного управления ОАО «Газпром» : материалы XIII Междунар. отрасл. науч.-практ. конф., г. Волгоград, 20-22 мая 2009 г. / Департамент по упр. персоналом ОАО «Газпром» ; Комитет по образованию администрации Волгогр. обл. ; НОУ СПО «Волгогр. колледж газа и нефти» ОАО «Газпром» ; Междунар. акад. авторов науч. открытий и изобрет. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2009. – С. 248-253.

5. Орлова С. В. Оценка привлекательности корпоративной культуры как важный показатель отношения целевой аудитории к организации (на примере опыта НОУ СПО «Волгоградский колледж газа и нефти» ОАО «Газпром») / С. В. Орлова // Россия периода реформ: компетентностный подход к формированию корпоративной модели менеджмента : материалы XII Междунар. отрасл. науч.-практ. конф., г. Волгоград, 21-24 мая 2008 г. / Департамент по упр. персоналом ОАО «Газпром» ; Комитет по образованию администрации Волгогр. обл. ; НОУ СПО «Волгогр. колледж газа и нефти» ОАО «Газпром»; Междунар. акад. авторов науч. открытий и изобрет.; редкол. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2008.

6. Дятлов В. А. Роль и значение психологического сопровождения управления персоналом в свете кадровой политики ОАО «Газпром» / В. А. Дятлов // Кадры газовой промышленности : науч.-метод. сб. – 2003. – № 7. – С. 5.

7. О компании : «Газпром» сегодня [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www. URL : http://old.gazprom.ru/articles/article2378.shtml (дата обращения 20.11.2009).

8. Охота за головами: кафедра управления трудом и персоналом РГУ нефти и газа им. И. М. Губкина [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www. URL : http://www.kutp.gubkin.ru/scienc.htm (дата обращения 20.11.2009).О компании : социальная ответственность [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www. URL : http://old.gazprom.ru/articles/article20155.shtml (дата обращения 20.11.2009).

9. О компании : инновационная деятельность [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www. URL : http://old.gazprom.ru/articles/article21685.shtml (дата обращения 20.11.2009).

10. Газпром : карьера [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www. URL : http://gazprom.ru/career/ (дата обращения 20.11.2009).

11. Газпром совершенствует кадровую политику [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www. URL : http://www.nakanune.ru/news/2003/12/09/gazprom_sovershenstvuet_ kadrovuju (дата обращения 20.11.2009).

[1] Охота за головами: кафедра управления трудом и персоналом РГУ нефти и газа им. И. М. Губкина [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.URL : http://www.kutp.gubkin.ru/scienc.htm (дата обращения 20.11.2009).

Казакова Анна Федоровна,
аспирант кафедры финансов и кредита,
преподаватель экономики Камышинского филиала
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: afkazakova@gmail.com

Современные предпосылки модернизации профессионального образования в РФ
Modern factors of the modernization of professional education in RF

В статье автором рассматриваются необходимость и факторы модернизации профессионального образования. Влияние процессов модернизации на формирование многоуровневой системы профессионального образования.

The author discusses the necessity and factors of the modernization of professional education. The influence of modernization on the formation of multilevel system of professional education.

Ключевые слова: профессиональное образование; модернизация; многоуровневое образование.

Key words: professional education; modernization; multilevel education.

В современных условиях развития социума значение профессионального образования как основного фактора перехода экономики и общества на новый качественный уровень увеличивается вместе с ростом влияния человеческого капитала. Кроме того, в современном социуме проявились такие глобальные проблемы человечества, как экологические, гуманитарные, информационные, и другие угрозы. Глобализация может рассматривать в качестве своего объекта все структуры социальности, все социокультурные институты, а значит, и систему профессионального образования. В системе профессионального образования достаточно четко прослеживается динамика последовательного усвоения и очевидного усложнения основных социальных трансформаций. В соответствии со спецификой осуществления системных преобразований, определенная часть процессов адаптации проходит как стихийная подстройка; при этом необходимо, чтобы этот процесс обновления стал объектом целенаправленных действий в пределах организационного и научно-методического обеспечения профессионального образования, а также его последовательной модернизации. Актуальность современной ситуации предполагает также появление в условиях глобализации тенденции к доступности прежде закрытых обширных территорий для мировой информационной сети, тенденции к унификации, стандартизации и формализации профессионального образования. Реализация такого подхода приводит не к целостному развитию человека, а к гипертрофированному совершенствованию некоторых его способностей, отвечающих требованиям того или иного разделения труда. Таким образом, цель модернизации профессионального образования, прежде всего, состоит в создании устойчивого и динамично развивающегося социально-экономического механизма, который может обеспечить развитие системы профессионального образования в соответствии с потребностями общества, проявляющееся в согласовании отечественного рынка труда и соответствующего рынка образовательных услуг[1].

Производственно-экономическая и социально-культурная модернизация общества опирается на систему профессионального образования как на системообразующий фактор, характер которого проявляется в том, что при наличии эффективной системы профессионального образования значительно усиливается эффективность всех процессов модернизации, обеспечивающих устойчивость развития социума. Таким образом, система профессионального образования становится решающим фактором модернизации российского общества, а развитие и модернизация самой системы профессионального образования выступают в качестве приоритетов государственной политики России в долгосрочной перспективе.

---

[1] Зборовский Г. Е., Шуклина Е. А. Профессиональное образование и рынок труда // Социологические исследования. – 2003. – № 4.

Подобный подход к выделению предпосылок модернизации профессионального образования основан на допущении, что в случае рассмотрения «модернизации» как основной задачи развития того или иного социума на определенном этапе истории, эта задача не может рассматриваться без соответствующего развития экономики, политики и системы профессионального образования. Связано это с тем, что система профессионального образования реализует важные цели и задачи социума, поскольку является эффективным инструментом подготовки такого социально обусловленного типа личности, который нужен данному социуму для его успешного функционирования, единственным социально-культурным институтом, способствующим развитию такого типа профессионального работника, который необходим экономической системе данного государства. Более того, необходимо рассматривать систему профессионального образования как эффективное средство обновления социума, поскольку все процессы модернизационного и инновационного характера в экономике, политике, культуре всегда начинаются с модернизации профессионального образования; осуществление любых инновационных преобразований в обществе предполагает целенаправленную подготовку индивида, способного осуществлять эти преобразования. Уровни образования и профессиональной подготовки непосредственных участников модернизации являются теми ресурсами развития, которыми обладает социум как система, от возможности их мобилизации и эффективного использования во многом зависит жизнеспособность всей социальной системы[1].

Осуществление современных процессов модернизации профессионального образования обусловлено действием следующих факторов (рис. 1).

Во-первых, рост потребности в квалифицированных кадрах для экономической системы. В последнее время сформировалось устойчивое понимание того факта, что необходимо подготовить новое поколение профессионалов, которое будет способно принимать решения по всем сложнейшим в условиях глобализации проблемам и ключевым вопросам политики, экономики, финансов, идеологии, культуры.

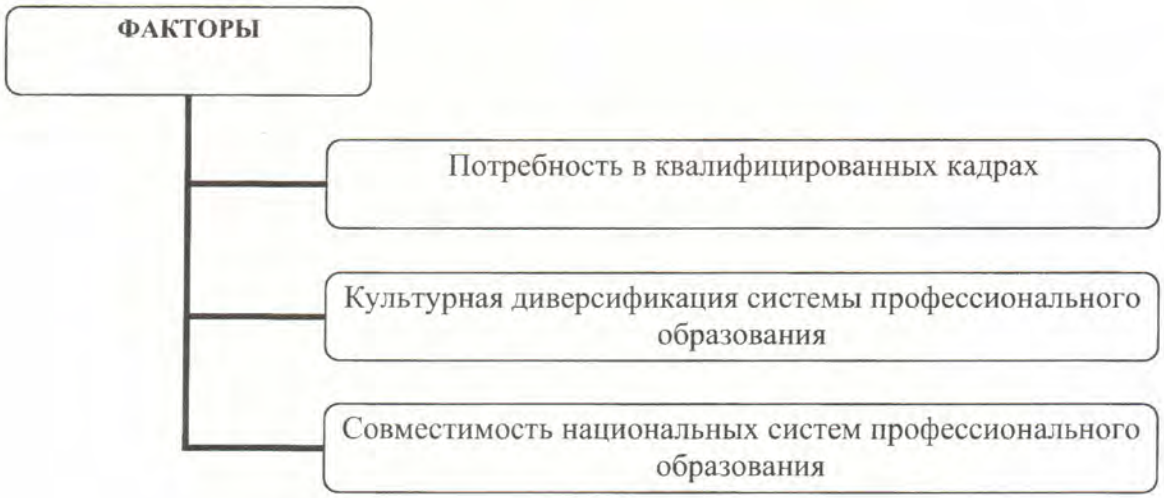


Рис. 1. Факторы модернизации профессионального образования

Во-вторых, рост открытости и взаимопроникновения национальных и региональных культур, национальных систем профессионального образования. Этому способствует современный уровень развития телекоммуникационных и информационных технологий, который обеспечивает доступность любой информации, создает информационно-технические возможности для трансляции знаний и обучения из ведущих мировых центров.

В-третьих, активизирующаяся совместно с интернационализацией социально-культурная диверсификация системы профессионального образования. Российская Федерация

[1] Жураковский В., Федоров И. Модернизация высшего образования: проблемы и пути их решения // Высшее образование в России. – 2006. – № 3.

интегрируется в европейское образовательное пространство, которое получило формальное выражение в известном Болонском процессе. Задачи, сформулированные Болонской декларацией на период первого десятилетия XXI в., – это создание системы сопоставимых дипломов и степеней, в том числе и приложений к дипломам; создание системы, базирующейся на двух основных циклах обучения (двухуровневая подготовка); создание системы накопления и взаимного зачета учебных кредитов; содействие мобильности студентов, преподавателей, научно-исследовательских работников; содействие сотрудничеству в управлении качеством образования; усиление европейского измерения в высшем образовании.

Таким образом, процессы социально-культурной диверсификации и интернационализации профессионального образования взаимодополняют друг друга, определяя развитие профессионального образования и внося свой вклад в достижение высоких стандартов образования в каждом государстве при сохранении уникального национального своеобразия[1].

Существующие в разных социумах системы профессионального образования складывались исторически под влиянием социально-экономических процессов развития общественной жизни, исторических факторов, национальных различий для достижения всеобщей профессионализации социума, удовлетворения потребностей в дифференцированных профессиональных образовательных услугах как средство формирования, развития и самоутверждения личности. Из всего многообразия систем профессионального образования можно выделить многоуровневую (многоступенчатую) систему образования и более консервативную моноуровневую.

Сформировавшаяся в СССР система профессионального образования была преимущественно моноуровневой – обучающийся не мог завершить свое профессиональное образование на каком-то промежуточном этапе, избрать свою индивидуальную траекторию обучения, поскольку образовательные программы были жестко унифицированы по срокам обучения, по выдаваемым выпускникам документам, а образовательные учреждения были связаны с жесткими учебными планами, разработанными централизованно. Такая система была ориентирована на массовую подготовку специалистов, готовых главным образом к нерасширенному воспроизводству информации; такие специалисты оказывались слабо подготовленными к творческой профессиональной деятельности, у них не формировалась потребность к постоянному самообразованию после окончания учебного учреждения.

Осуществление в мировой и отечественной социально-экономических системах коренных изменений, связанных с ростом использования достижений мировой науки, техники и технологии, а также с прогрессирующей информатизацией экономической и социально-культурной жизни, привело к тому, что существовавшая система профессионального образования перестала отвечать требованиям времени. Поэтому модернизация системы профессионального образования в Российской Федерации явилась закономерным процессом, призванным преодолеть недостатки существовавшей системы, сделать ее более многообразной, более приспособленной к внутренним потребностям социума и государства, к изменениям в экономической и социальной жизни, а также с целью интегрировать ее в мировую систему образования. Так, видный исследователь процессов модернизации профессионального образования В. Г. Кинелев отмечает, что «реформы вызваны в жизнь необходимостью повышения социальной защищенности и благосостояния граждан России через формирование условий, в которых естественно и свободно развивались бы творческие и профессиональные способности каждого человека… Это означает, что реформирование должно пройти через все звенья системы образования: структуру и содержание образовательных и профессиональных программ, систему образовательных учреждений и органов управления образованием»[2].

Модернизация системы профессионального образования должна обеспечить построение многоуровневой системы с возможностью дифференцированного обучения, усилением индивидуального подхода к обучающимся, воспитанием личности, самостоятельно контролирующей свою образовательную и профессиональную деятельность. Структурная организация профессионального

---

[1] Модернизация российского образования: ресурсный потенциал и подготовка кадров. – М., 2002. – С. 223-224.

[2] Кинелев В. Г., Миронов В. Б. Образование, воспитание, культура в истории цивилизации. – М. : Владос, 1998. – 519 с.

образования теряет жестко унифицированные рамки как следствие разнообразия спроса обучающихся на образовательные услуги. В современных социально-экономических условиях становится необходимой и возможной многовариантность профессионального образования по срокам, набору дисциплин, квалификации, приобретаемым знаниям. При этом следует заметить, что многоуровневая система подготовки есть форма обновления профессионального образования и не означает изменения его существа, которое заключается в том, чтобы обеспечить получение обучающимися соответствующей квалификации и знаний, адекватных требованиям времени и индивидуальным запросам личности. В современных условиях общей социальной и экономической модернизации появляется острая необходимость в такой системе подготовки специалистов, которая могла бы оперативно и адекватно реагировать на изменения рыночной конъюнктуры. Кроме того, по мере развития техники и технологии, используемых социумом, по мере усложнения отношений участников общего трудового процесса объективно растут требования со стороны производства и сферы услуг к адекватному уровню профессиональной подготовки специалистов, их мобильности, способности самостоятельно и эффективно обновлять массив профессиональных знаний и опыта. Как показывают социально-экономические исследования, ежегодно обновляется 5% фундаментальных и 20% профессиональных знаний[1].

Альтернативой существовавшей дискретной системе образования выдвигается непрерывное образование как социально и экономически обусловленный инструмент удовлетворения потребностей индивида в постоянном накоплении и обновлении знаний с повышением образовательного уровня или степени квалификации и получении профессионального образования для изменения сферы профессиональной деятельности. Смысл непрерывности заключается «в постоянном удовлетворении развивающихся потребностей личности и общества в образовании, всеохватывающем по полноте, индивидуализированном во времени, темпам и направленности; в предоставлении каждому возможностей реализации собственной системы получения образования»[2].

Основная цель непрерывного профессионального образования – квалификация не только как «приспособление» к профессии, но и как основание для успешной адаптации к условиям жизни в постоянно меняющемся социуме и, таким образом, реализация адаптивной функции профессионального образования. При этом концепция непрерывного профессионального образования подразумевает возможность и необходимость для всех индивидов, независимо от возраста и уровня первоначальной подготовки, обновлять и дополнять ранее приобретенные знания и умения, постоянно расширять свой кругозор, получать новую профессию или специальность и совершенствоваться в ней. Таким образом, непрерывное профессиональное образование как механизм расширенного социально-культурного воспроизводства обеспечивает обогащение и увеличение совокупного интеллектуального, культурного и экономического потенциала социума.

Литература:

1. Зборовский Г. Е. Профессиональное образование и рынок труда / Г. Е. Зборовский, Е. А. Шуклина // Социологические исследования. – 2003. – № 4.

2. Жураковский В. Модернизация высшего образования: проблемы и пути их решения / В. Жураковский, И. Федоров // Высшее образование в России. – 2006. – № 3.

3. Кинелев В. Г. Образование, воспитание, культура в истории цивилизации / В. Г. Кинелев, В. Б. Миронов. – М. : Владос, 1998. – 519 с.

4. Модернизация российского образования: ресурсный потенциал и подготовка кадров. – М., 2002. – С. 223-224.

5. Леднев В. С. Содержание образования: сущность, структура, перспективы / В. С. Леднев. – М. : Высшая школа, 1991. – 223 с.

6. Федотова Е. Е. Подготовка выпускников школ к занятости: современный зарубежный опыт / Е. Е. Федотов. – Томск : Изд-во ТГУ, 2002. – 279 с.

---

[1] Федотова Е. Е. Подготовка выпускников школ к занятости: современный зарубежный опыт. – Томск : Изд-во ТГУ, 2002. – 279 с.

[2] Леднев В. С. Содержание образования: сущность, структура, перспективы. – М. : Высшая школа, 1991. – 223 с.

Беликова Екатерина Владимировна,
аспирант кафедры финансов и кредита,
старший преподаватель кафедры финансов и кредита
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: polabel@mail.ru

Взаимодействие социального и производственного потенциала сельского населения с социальной инфраструктурой
The interaction between social and productive potential of rural population and social infrastructure

Рассмотрены понятия социального и производственного потенциала сельского населения, проанализированы обеспеченность сельского населения жильем и функционирование жилищно-коммунального хозяйства.

The article deals with the notions of social and productive potential of rural population. The author analysis the provision of accommodation in rural communities and the functioning of housing and public utility sector.

Ключевые слова: социальный потенциал; производственный потенциал; сельское народонаселение; инфраструктура; сельские поселения.

Key words: social potential; productive potential; rural population; infrastructure; rural communities.

Одним из важнейших факторов социального характера является обеспеченность сельского населения жильем и функционирование жилищно-коммунального хозяйства. Необходимо отметить специфику формирования сельских поселений и реализации функций сельской семьи.

Сельская семья по сравнению с городской выполняет и производственную функцию по ведению личного подсобного хозяйства. Сельский дом помимо создания необходимых бытовых условий должен способствовать процессу воспитания детей, организации досуга, организации мест хранения запасов и заготовок, то есть необходимо учитывать как общественные, так и внутрисемейные формы жизнедеятельности[1].

Итак, можно выделить следующие черты формирования и использования потенциала жилищного строительства на селе: размеры сельского жилища должны удовлетворять не только санитарным нормам, но и производственным функциям, осуществляемым сельской семьей. Для этого необходимы дополнительные хозяйственные постройки, назначение и количество которых зависит от состава и направления личного подсобного хозяйства. Также необходимы дополнительные бытовые помещения для хранения запасов и заготовок, хранения инструментов и инвентаря.

Большие расстояния и, как правило, отсутствие общественного транспорта и развитой дорожной инфраструктуры подразумевают дополнительные помещения для хранения средств передвижения (велосипед, мопед, автомобиль и т. д.)

Важной характеристикой сельского жилища является наличие земельного участка, он выполняет экономическую функцию по обеспечению семьи сельскохозяйственными продуктами питания и получению дополнительного дохода от продажи излишков выращенной сельскохозяйственной продукции[2].

В современных условиях также остро стоит вопрос обеспечения сельского жилища услугами жилищно-коммунального хозяйства: водоснабжение, отопление, газоснабжение, канализация.

Общая площадь жилых помещений в сельской местности, приходящаяся в среднем на одного жителя (на конец года), – 21,9 м^2. Особенностью сельского жилищного фонда является преобладание индивидуальных частных домов. В 2008 г. 67 % сельских жителей проживают в индивидуальном доме, доля проживающих в отдельной квартире снизилась на 1,9% по

[1] Сельская экономика : учебник / под ред. С. В. Киселева. – М. : ИНФРА-М, 2008. – С. 67.
[2] Там же. – С. 90.

сравнению с 2006 г.[1] Строительство индивидуальных домов было начато в 1960-х гг. государственными предприятиями и колхозами. Индивидуальные дома сельских жителей имеют как преимущества, так и недостатки. К преимуществам сельского индивидуального дома можно отнести наличие приусадебного участка, возможность перепланировки и перестройки дома. Выраженными недостатками сельского жилищного фонда являются проблемы с электрификацией, газификацией, водо- и теплоснабжением жилого дома. Проблемы благоустройства приусадебного участка, дорожная инфраструктура, дороги внутри сельского поселения также являются недостатками сельского жилищного фонда.

Социальный и производственный потенциал сельского населения связан и с социальной инфраструктурой села, включающей в себя систему торговли и бытового обслуживания. Торговля на селе – это связь между производством продукции и личным потреблением, она обеспечивает доведение товаров от производителя до потребителя и удовлетворение их покупательского спроса. Особенностью сельской торговли является то, что сельские жители выступают как в роли производителей, так и в роли покупателей.

Таблица 1

Распределение оборота розничной торговли по формам собственности[2]
(в фактически действовавших ценах)

	1992	*1995*	*2000*	*2001*	*2002*	*2003*	*2004*	*2005*	*2006*	*2007*
	Млрд руб. (до 2000 г. – трлн руб.)									
Оборот розничной торговли – всего	5,1	512	2352	3070	3765	4530	5642	7041	8712	10853
в том числе по формам собственности:										
государственная и муниципальная	2,9	61	99	117	132	141	149	155	186	195
частная	1,5	383	1950	2594	3237	3914	4867	6078	7507	9275
потребительской кооперации			41	51	62	70	83	91	107	124
другие формы собственности	0,7	68	262	308	334	405	543	717	912	1259
В процентах к итогу										
Оборот розничной торговли – всего	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
в том числе по формам собственности:										
государственная и муниципальная	56	12	4	4	4	3	3	2	2	2
частная	30	75	83	85	86	86	86	86	86	85
потребительской кооперации			2	2	2	2	2	1	1	1
другие формы собственности	14	13	11	9	8	9	9	11	11	12

Из данных статистики видно, что розничный товарооборот неуклонно растет. Развитие торговли в сельской местности осуществляется в различных организационно-хозяйственных формах. Это частная форма торговли, потребительская кооперация, государственная и муниципальная. Как видно из таблицы 1, доля государственной и муниципальной розничной торговли неуклонно снижается с 56% в 1992 г. до 2% в 2007 г. Доля частной торговли в 2007 г. составляет 85%, снижается доля потребительской кооперации до 1% в 2007 г.[3]

[1] Россия в цифрах. 2008 : краткий статистический сборник / Росстат. – М., 2008.
[2] Россия в цифрах. 2008 : краткий статистический сборник / Росстат. – М., 2008.
[3] Там же.

Исходя из вышесказанного необходимо отметить, что сельская торговля – важный социальный фактор, имеющий двухстороннюю направленность, как от производителя к потребителю, так и от потребителя к производителю, и осуществляющий экономические связи между городом и селом.

Уровнем развития такой социальной сферы, как бытовое обслуживание, является возможность благоустройства сельского быта, домашнего хозяйства. На современном этапе развития этой отрасли в сельских поселениях довольно низкое. Хотя потребность в бытовых услугах, в связи с повышением благосостояния сельского населения, увеличением свободного времени для других видов деятельности, снижению престижности многих видов домашних работ, довольно высока. Эта потребность в том числе возникает в связи с тем, что ведение личного приусадебного хозяйства намного увеличивает трудовую нагрузку сельских жителей. Эта проблема также актуальна, так как трудовая нагрузка на сельское женское население постоянно возрастает. Развитие сферы бытового обслуживания на селе способствует повышению трудовой активности, снижению загруженности женского населения, стабилизации квалифицированных кадров на селе[1].

Таким образом, под социальной инфраструктурой понимается система организаций, обеспечивающих на территории региона условия воспроизводства рабочей силы, социализации и социальной защиты населения, сохранение и развитие демографического, трудового и духовного потенциала общества. Важнейшим условием эффективности сельской социальной инфраструктуры является сочетаемость, комплексность размещения ее объектов на территории сельских муниципальных образований. Структуру социальных объектов следует рассматривать как необходимое средство жизнеобеспечения сельских жителей, реалиями жизни которых является относительная ограниченность пространственной мобильности и возможности потребления социальных услуг за пределами муниципального образования, что связано с неравномерностью производственной нагрузки сельского населения в течение года, большим удельным весом пожилых людей в составе населения, относительно невысоким уровнем доходов.

Необходимы усилия по развитию инженерной и социальной инфраструктуры. Так, в инженерном обустройстве домов преобладает централизованный подход, который намного дороже решений автономного обеспечения отдельных домов и групп домов.

Литература:

1. Сельская экономика : учебник / под ред. С. В. Киселева. – М. : ИНФРА-М, 2008.
2. Экономика народонаселения : учебник / под ред. В. А. Ионцева. – М. : ИНФРА, 2007.
3. Экономика народонаселения и демография : учеб.-метод. материалы / под ред. В. А. Ионцева. – М. : Изд-во МГУ им. М. В. Ломоносова, 2002.
4. Россия в цифрах. 2008 : краткий статистический сборник / Росстат. – М., 2008.

[1] Экономика народонаселения : учебник / под ред. В. А. Ионцева. – М. : ИНФРА, 2007. – С. 167.

Тихомирова Елена Викторовна,
аспирант кафедры экономики и управления,
менеджер кафедры экономики и управления
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: mir1207@mail.ru

Человеческие ресурсы, основные понятия
Main notions of human resources

В статье автор рассматривает различные подходы к трактовке данного понятия. Анализирует подходы к оценке данной категории.

The author presents different approaches to the interpretation of this notion. The author analyses the approaches to the evaluation of this category.

Ключевые слова: ресурсы; конкурентоспособность; человеческие ресурсы; человеческий капитал.

Key words: resources; competitiveness; human resources; human capital assets.

Государство называется конкурентоспособным, если на международных рынках оно конкурирует системно, т. е. по всем направлениям мировой цивилизации одновременно. Такое государство может обеспечить поддержку конкурентоспособности всех своих ресурсов.

К числу признаваемых ресурсов относятся:

1. Финансовые ресурсы: размеры золотовалютных резервов и международное признание их ценности и организационных инструментов для управления ими.

2. Сырьевые ресурсы: природные ископаемые, энергоносители, продукты сельского хозяйства, почва (гумус), питьевая вода, леса.

3. Информационные ресурсы: архивные документы, данные археологии, этнографии, исторические исследования, подтверждающие право народа занимать свою территорию и именоваться государством. Библиотеки закономерностей природы и общества и технологий применения этих закономерностей для создания конкурентоспособных продуктов. Результаты исследований, опережающих глобальные изменения в мире для внесения инновационных изменений в качество своих конкурентоспособных ресурсов.

4. Научные ресурсы: инновационные сведения, опережающие аналогичные сведения конкурентов по всему спектру глобальных изменений: в научной картине мира, в фундаментальной и прикладной науке, определяющей уровень производства конкурентоспособных ресурсов и социальной жизни.

5. Технологические ресурсы: знания, умения и навыки производства всего спектра товаров и материалов для жизнеобеспечения страны на современном инновационном уровне. Наличие необходимого оборудования, системы подготовки профессиональных кадров для преобразования инновационных знаний, умений и навыков в материализацию конкурентоспособных ресурсов[1].

В развитии государства, его конкурентоспособности вышеперечисленные ресурсы имеют большое значение, но все эти ресурсы вторичны, т.к. они являются результатом деятельности человека. В связи с этим первоначально необходимо развитие человеческих ресурсов. Под человеческими ресурсами понимается: количество и качество людей, пригодных по своим биологическим, психологическим, интеллектуальным, культурным, профессиональным параметрам для конкурентной борьбы. Определяются восприимчивостью к инновационным знаниям, умениям и навыкам. Обеспечиваются государственной концепцией конкурентоспособного инновационного человека, технологиями его воспроизводства и специалистов по воспроизводству человеческих ресурсов.

---

[1] Юрьев А. И. Конкурентоспособность страны: ресурсы, структура, функции [Электронный ресурс] // Интернет-газета «Протестант». – Режим доступа : www. URL : http:\\www.gazetaprotestant.ru.

Для правильного и эффективного управления человеческими ресурсами необходимо определить значение самого термина «человеческие ресурсы» или «человеческий капитал».

Теодор Шульц, экономист, получивший Нобелевскую премию в 1979 году, предложил следующее определение: «Все человеческие ресурсы и способности являются или врожденными, или приобретенными. Каждый человек рождается с индивидуальным комплексом генов, определяющим его врожденный человеческий потенциал. Приобретенные человеком ценные качества, которые могут быть усилены соответствующими вложениями, мы называем человеческим капиталом».

Человеческие ресурсы определяют так же, как человеческий капитал. Говоря о бизнесе, можно описать человеческий капитал как комбинацию следующих факторов:

– качества, которые человек привносит в свою работу: ум, энергия, позитивность, надежность, преданность;

– способность человека учиться: одаренность, воображение, творческий характер личности, смекалка («как делать дела»);

– побуждения человека делиться информацией и знаниями: командный дух и ориентация на цели[1].

Считается также, что понятие человеческого капитала дает возможность сделать более справедливой оплату труда. Проблема, однако, видится в том, что уровень заработной платы на российских предприятиях во многом или произволен и действительный уровень квалификации не принимается во внимание, или же, напротив, формализован в рамках тарифной или квазитарифной системы оплаты труда. Пока можно говорить о тенденции к преобладанию прямых требований административного плана к уровню образования (квалификационные нормативы; должностные инструкции и так далее, предусматривающие занятие должностей определенного уровня только лицами с высшим образованием), а также к периодичности прохождения дополнительного профессионального образования (аттестация на вышестоящую должность, выдвижение в резерв). Проблема в том, что насколько формальны пока во многих случаях эти требования, настолько же формален и процесс повышения квалификации.

В отношении обесценивания человеческого капитала надо отметить, что, как и в случае страхования финансового капитала от инфляционного воздействия, человеческий капитал также должен быть застрахован от обесценения в результате научно-технического прогресса. Это одна из функций образования, своего рода «страховая». Например, бухгалтер может быть прекрасным специалистом в своем деле, но если не освоит информационные технологии, окажется вне современного процесса обработки информации, его «личный» капитал обесценится. Образование позволяет не только избежать девальвации интеллектуального капитала, но и увеличить его.

С другой стороны, понятие человеческого капитала имеет и важный побочный эффект с позиций оценки эффективности работников (производительность труда, отдача от обучения). Оно показывает возможность относительно реального измерения вклада человеческих ресурсов в производство материализованной продукции, стоимость предоставления услуг.

Более того, сложилась точка зрения о наличии товаров, созданных исключительно путем вложения профессиональных или интеллектуальных ресурсов (типичный пример – компьютерные программы). Любой интеллектуальный процесс сопровождается или завершается материализацией конечного продукта при участии традиционных ресурсов (использование электроэнергии, амортизация компьютерной техники при разработке программных продуктов; оплата труда сотрудников; перенос результатов творческого процесса на материальные (печать, книги) или электронные (размещение текстов в Интернете) носители; содержание офиса и другие сопутствующие издержки).

То есть в подавляющем большинстве случаев целесообразнее говорить о преимущественно (преобладающе) интеллектуальном или преимущественно (преобладающе) материальном характере производства тех или иных продуктов человеческого труда.

---

[1] Астахов Т. Человеческий ресурс и человеческий капитал: разница понятий или подходов управления? // Управление человеческим потенциалом. – 2006. – № 4.

При наличии преимущественно интеллектуального производства достаточно определенно может быть оценен и человеческий капитал. Очень важно особенно в современных условиях, что зачастую концепция человеческого капитала рассматривается расширительно. Речь идет не только о капиталовложениях работодателя в своего нынешнего работника или человеческие ресурсы в целом, а еще и об инвестициях человека в самого себя (оплата своей более качественной профессиональной подготовки за счет совмещения учебы и работы, оплата обучения и воспитания детей, забота о своем здоровье, накоплении профессиональных знаний – например, регулярное получение изданий по своей специальности, информации о рынке труда, профессиональных правах и обязанностях).

Необходимы инвестиции (то есть затраты в ожидании будущих выгод) в человеческие ресурсы в целях повышения их производительности. Применяются стандартные инвестиционные критерии, существуют понятия обесценивания по аналогии с физическим капиталом. Однако человеческий капитал, естественно, не может быть продан, невозможно распределить и связанные с ним риски, хотя представляется, что риск лежит скорее на предприятии, которое не может в таком случае диверсифицировать свой риск. Одна из целей получения образования для индивида – это, по сути, и есть диверсификация рисков. Причем это происходит и в том случае, если он получает более разностороннее образование (назовем это прямой диверсификацией) или же образование более высокого уровня (качественная диверсификация). Имея в запасе квалификацию более низкого уровня, он добавляет к ней и более высокую, расширяя, диверсифицируя возможности своего трудоустройства. К инвестициям в человеческий капитал относят плату за среднее и высшее образование, обучение без отрыва от производства, повышение квалификации, профессиональную переподготовку. Подобный вариант, вполне приемлемый с точки зрения российской практики, целесообразно толковать все же не с ориентацией лишь на экономический подтекст и считать инвестициями именно в развитие человеческих ресурсов.

Причем надо сразу составить и четкое представление о том, что можно считать такими инвестициями. Ведь, скажем, западные исследователи зачастую склонны приравнивать инвестиции в человеческие ресурсы (по некоторым оценкам – более 15% ВВП) и оплату труда, затраты на персонал, ссылаясь на высокий удельный вес оплаченных трудозатрат в стоимости чистого произведенного продукта (в промышленности США – до 60–70%). Но эти понятия не тождественны. Стоимость оплаты труда в США, конечно, высока как в абсолютном, так и относительном (по сравнению со стоимостью продукции) исчислении, особенно по российским стандартам. Однако стоит разделять структуру прямых выплат и расходы, косвенно связанные с развитием человеческих ресурсов. Это довольно сложно сделать без ситуационного анализа, и, тем не менее, некоторые отдельные обобщения (не экономико-статистического, а скорее политико-экономического плана) вполне доступны[1].

Концепция человеческого капитала по своей сути не новая в теории, хотя и получила свою полную разработку, современное содержание и название только в 60-х гг. XX в. Как отмечает О.А. Козлов, еще в XVII веке родоначальник английской классической политэкономии Уильям Петти попытался оценить денежную стоимость производительных свойств человеческой личности: «Ценность основной массы людей, как и земли, равна двадцатикратному годовому доходу, который они приносят... стоимость каждого жителя Англии около 80 фунтов стерлингов». Ученый отмечал, что богатство общества зависит от характера занятий людей и их способности к труду. В 1812 г. в России Людвиг Якоб высчитал сравнительные издержки от найма вольного работника и крепостного в пудах и четвертях ржи, через понятие недополученного или упущенного дохода. Беккер уже в наше время предпринял попытку подсчета экономической эффективности образования на основе разницы полученных в течение трудовой карьеры заработков лиц, окончивших высшие и средние учебные заведения (принимая во внимание, что получение высшего образования заняло несколько лет). В итоге он получил цифры в 12–14% годовой прибыли. В начале 60-х гг. XX в. Э. Флэмхольцем была предложена концепция

[1] Заречкин Е. Ю. Развитие человеческих ресурсов и понятие человеческого капитала в контексте корпоративного образования [Электронный ресурс] / Е. Ю. Заречкин // Образование и общество : научный, информационно-аналитический журнал. – Режим доступа : www. URL : http:\\www.edukation.ru.

«расчета человеческих ресурсов» – Human Resources Accounting – для оценки в денежной форме эффективности работников (в ее разработке участвовали М. Александер, Р. Германсон, Р. Вудраф, Д. Боуэрс и др.).

Представляется, что человеческий капитал есть по сути человеческие ресурсы, определяемые как экономическая категория, относительно поддающаяся математической и стоимостной оценке.

Практическая деятельность каждой компании на рынке связана с постоянным стремлением сохранить и приумножить свои позиции: предложить лучший товар, увеличить продажи, получить прибыль, превзойти конкурентов. Указанных целей можно добиться, в том числе, и на основе организации и управления человеческими ресурсами. Основными тенденциями в развитии бизнеса на современном этапе являются:

– глобализация (ужесточение мировой конкуренции за потребителя, ресурсы, инвестиции);

– необходимость оперативного принятия сложных решений, обеспечения рациональности и эффективности действий, высокий риск принятия кризисного решения;

– ограниченность кадровых ресурсов по уровню работоспособности, количеству, неравномерность их распределения;

– высокий уровень инновационности, конвергентности, технологичности и автоматизации бизнес-процессов.

Эти тенденции прямо и косвенно диктуют изменения в содержании труда, способах и методах управления человеческими ресурсами.

Персонал, как известно, главная производительная сила, главный ресурс достижения бизнес-целей, он определяет результат, получаемый бизнесом, обеспечивает успех в конкуренции. Поэтому многие решения вышеуказанных проблем бизнеса лежат в плоскости работы с персоналом:

– его подбор и развитие;
– разработка кадровой стратегии;
– комплексный и системный характер организации и управления трудом;
– использование различных приемов воздействия на личности работников и т. д.

Актуальным подходом является переход от управления кадрами к управлению человеческими ресурсами. Разница заключается в отношении к роли персонала в бизнесе (от «винтика» к партнерству) и вытекающей из этого необходимости пристального внимания работодателей ко всем сторонам обеспечения эффективности деятельности персонала, к тому, как этот основной ресурс целей участвует в создании продуктивности и стоимости конкретного бизнеса[1].

В управлении человеческие ресурсы – самый обременительный из всех активов. Почти безграничное разнообразие и непредсказуемость людей делают их невероятно сложными для оценивания. Тем не менее люди – единственный элемент, обладающий способностью производить стоимость. Все остальные переменные – деньги, кредит, сырье, заводы, оборудование и энергия – могут предложить лишь инертные потенциалы. По своей природе они ничего не прибавляют и не могут добавить, пока человек, будь то рабочий самой низкой квалификации, искуснейший профессионал или руководитель высшего звена, не используют человеческий потенциал, заставив его работать.

Следуя «экономическому образу мышления», Россия все силы бросает на создание золотовалютных резервов и повышение конкурентоспособности своего природного сырья, в чем, несомненно, достигла существенных успехов. Но усилиями умного конкурента золотовалютные резервы можно обесценить в считанные дни. Территория страны, как ни велика и богата ресурсами, не является участником процесса конкуренции. Сама территория вступает в конкуренцию с другими территориями только при наличии достаточного количества людей, постоянно живущих на ней, считающих ее своей Родиной, сформировавшихся на ее культуре и истории. Только такие люди

[1] Солдатов В. В. Некоторые аспекты разработки стратегии управления человеческими ресурсами [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www. URL : http://www.rhr.ru.

способны освоить первичные ресурсы территории и трансформировать их в конкурентоспособные ресурсы более высоких порядков. Поэтому конкурентоспособность населения страны и есть конкурентоспособность государства. Это значит, что при минимальных природных и иных конкурентоспособных ресурсах побеждает в соперничестве та страна, которая имеет более конкурентоспособное население.

Литература:

1. Юрьев А. И. Конкурентоспособность страны: ресурсы, структура, функции [Электронный ресурс] / А. И. Юрьев // Интернет-газета «Протестант». – Режим доступа : www. URL : http:\\www.gazetaprotestant.ru.

2. Астахов Т. Человеческий ресурс и человеческий капитал: разница понятий или подходов управления? / Т. Астахов // Управление человеческим потенциалом. – 2006. – № 4.

3. Заречкин Е. Ю. Развитие человеческих ресурсов и понятие человеческого капитала в контексте корпоративного образования [Электронный ресурс] / Е. Ю. Заречкин // Образование и общество : научный, информационно-аналитический журнал. – Режим доступа : www. URL : http//www.edukation.ru.

4. Солдатов В. В. Некоторые аспекты разработки стратегии управления человеческими ресурсами [Электронный ресурс] / В. В. Солдатов. – Режим доступа : www. URL : http://www.rhr.ru.

Бондаренко Майя Павловна,
к.э.н., доц. кафедры экономики и управления
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: mayya_k@mail.ru

Человеческий капитал как составной элемент человеческих ресурсов и его роль в современном воспроизводственном процессе
The human capital assets as component of human resources and its role in modern reproduction process

В статье освещается сущность понятия «человеческий капитал», позволяющая показать роль социальных институтов, выяснить не только социальные параметры, но и провести экономический анализ влияния социального фактора на рыночную экономику. Представленная группировка многочисленных периодов развития экономической организации человеческого общества с условным подразделением на 5 групп раскрывает основные периоды развития человеческого капитала.

In the article the essence of the notion «human capital» is discussed, allowing us to understand the role of social institutes, to find out not only social parameters, but also to carry out the economic analysis of the influence of a social factor on market economy. The presented grouping of the numerous periods of the development of the economic organization of a human society relatively divided into 5 groups opens the basic periods of the development of the human capital assets.

Ключевые слова: человеческий капитал; человеческие ресурсы; воспроизводственный процесс; человеческий фактор; биологический человеческий капитал; культурный человеческий капитал; социальный человеческий капитал.

Keywords: human capital; human resources; reproduction process; e human factor; biological human capital assets; cultural human capital assets; social human capital assets.

Человек, все его творческие качества, силы и способности, с помощью которых он преобразует себя и окружающий мир, традиционно занимали центральное место в экономических и социальных науках. Вместе с тем ускоренное развитие материально-технической базы производства, связанное с промышленным переворотом, заслонило проблемы развития человека и его производительных способностей, создав иллюзию превосходства физического капитала в обеспечении экономического роста. Как следствие этого – долгие годы производительные

способности человека рассматривались и оценивались как один из количественных факторов производства. Задача состояла лишь в том, чтобы удачно соединить труд, основной и оборотный капитал.

Как показывает исторический анализ, эволюционное развитие общества всегда сопровождалось эволюцией статуса человека в экономической системе общества. Именно труд, представляющий собой осознанную, целенаправленную и результативную деятельность индивидуумов, составляет наиболее существенную часть жизнедеятельности человека, и именно понятие человеческого труда в этой сфере трансформируются наиболее динамично.

Человеческий ресурс – граждане страны, их образованность, культурность, профессионализм, именно это определяет конкурентоспособность всей страны и каждого ее гражданина в отдельности. Поэтому все интриги потенциальных конкурентов всегда сводились к снижению качества людей, прикладывающих усилия для изменения ресурсов страны, которые делают ее более конкурентоспособной. Все войны – «горячие», «холодные», психологические, информационные, экономические – велись только с одной целью: снизить количество и качество человеческих ресурсов конкурента. Именно поэтому все страны мира во все времена направляли доходы от продажи иных ресурсов на воспроизводство человеческих ресурсов: то есть на образование, воспитание своих граждан – главный источник силы своей конкурентности. Именно в человеческом капитале представлены «надежды общества» на будущее.

Не случайно в последнее время специалисты по управлению персоналом пристальное внимание уделяют такой категории, как «человеческий капитал». Организации начинают придавать все большее значение нематериальным характеристикам, например лояльность, способность устанавливать взаимоотношения с потребителями и готовность идти на риск, а также ищут способы их формальной оценки. И понимая, насколько дорогостоящ потенциал таких человеческих качеств, компании преобразуют его в нечто более конкретное – человеческий капитал. Актуальность рассмотрения данной категории объясняется, прежде всего, тем, что становится очевидным первостепенное значение человеческого фактора в успешной работе предприятий различных отраслей народного хозяйства. Именно от развития персонала зависит эффективность функционирования организации.

Корни теории человеческого капитала можно найти в трудах ученых А. Смита, В. Петти, К. Маркса, и многих других крупных экономистов прошлого. Но современная теория человеческого капитала получила развитие в работах Г. Беккера, Д. Минцера, Т. Шульца, Б. Вейсброда, Б. Л. Хансена, Р. Лайкерта и многих других экономистов в 1950–1980-е гг.

Говоря о сущности понятия «человеческий капитал», А. И. Тяжов выделяет как минимум пять основных позиций, с которых можно рассматривать эту категорию[1]. При уподоблении человека основному капиталу, когда, с одной стороны, человек рассматривается как сфера приложения инвестиций, а с другой – понимается как «поток доходов», возмещающих произведенные затраты и обеспечивающих избыток над ними за период трудовой жизни. Следовательно, человеческий капитал можно рассматривать как:

1) объект инвестирования, причем следует заметить, что вложения в человеческий капитал являются наиболее выгодными в долгосрочном плане, чем инвестиции в основной капитал и финансовые активы предприятия;

2) человеческий фактор, который «включает в себя экономический аспект всех свойств человека и всех видов его деятельности», т. е. человеческий капитал – экономический ресурс огромной значимости;

3) совокупность знаний, навыков, квалификации, накопленных индивидуумом и находящихся в относительно пассивном состоянии;

4) все приобретенные полезные способности всех граждан какой-либо страны;

5) одна из экономических форм капитала наравне с другими экономическими факторами или ресурсами.

---

[1] Тяжов А. И. Индивидуальный трудовой потенциал и политико-экономическая концепция человеческих способностей : науч. издание / под ред. В. В. Чекмарёва. – Кострома : Изд-во Костромского госуниверситета им. Н. А. Некрасова, 1999. – С. 99–101.

Однако, принимая во внимание нематериальный характер и многомерность человеческого капитала, различные авторы свободно формулируют понятие человеческого капитала и делают неоднозначный упор на его отдельные составные элементы: одни склонны акцентировать внимание на функциональной стороне человеческого капитала, т. е. на его способности приносить доход, другие дают его сущностную характеристику – как форму личного фактора производства и прибыли.

Практически во всех определениях после 60-х гг. в XX в. соблюдается принцип расширенной трактовки человеческого капитала: не только реализуемые знания, навыки и способности, но и потенциальные (в том числе и возможность их приобретения в будущем); не только внешнее стимулирование, но и внутренняя мотивация работника, что, в сущности, только дополняет экономическое содержания человеческого капитала.

Наиболее полно человеческий капитал можно охарактеризовать следующим образом: это врожденный, сформированный в результате инвестиций и накоплений определенный уровень здоровья, образования, навыков, способностей, мотиваций, энергии, культурного развития как конкретного индивидуума, группы людей, так и общества в целом, которые целесообразно используются в той или иной сфере общественного воспроизводства, способствуют экономическому росту и влияют на величину доходов их обладателя. То есть человеческий капитал в любой форме является частью совокупного капитала и представляет собой сочетание составляющих его элементов – имеет свою особую внутреннюю структуру.

Принимая во внимание большую долю затрат, необходимых на развитие любого индивидуума, многие экономисты формируют структуру человеческого капитала исключительно по затратному принципу, с учетом различных инвестиций. В зависимости от степени обобщенности человеческого капитала в его структуре можно обозначить следующие компоненты: индивидуальный, коллективный и общественный.

Два первых рассматриваются на микроуровне как человеческие капиталы отдельно взятого человека и группы людей, объединенных по определенному признаку: коллектив фирмы, члены социально-культурной группы и т. д. Общественный компонент – это человеческий капитал на макроуровне, он представляет собой весь накопленный обществом человеческий капитал, который, в свою очередь, является частью национального богатства, стратегическим ресурсом и фактором экономического роста.

Концепции человеческого капитала и интеллектуального капитала тесно связаны, и их часто смешивают. Интеллектуальный капитал – это более широкая из двух концепций. Она включает в себя совокупные знания, которыми обладает организация в лице своих сотрудников, а также в виде методологий, патентов, архитектур и взаимосвязей. Человеческий капитал – подмножество этой концепции.

«Человеческий капитал – это все, что касается людей, их интеллекта, знаний и опыта», – считает Джеймс Хетч, директор по кадровым вопросам и управлению персоналом отдела обслуживания человеческого капитала компании Arthur Andersen[1]. Хетч утверждает, что человеческий капитал выходит за рамки знаний и умений, включая в себя и другие качества, такие как лояльность, мотивация и умение работать в команде.

Исследования современной литературы показывают, что чаще всего встречается определение человеческого капитала как имеющегося у человека запаса здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций, которые содействуют росту его производительности труда и влияют на рост доходов (заработков)[2].

Но такая трактовка категории «человеческий капитал» отражает лишь одну из его сущностных характеристик и не является полной и всеобъемлющей. Она не раскрывает «человеческий капитал» в полном объеме с учетом всех специфических особенностей данного понятия.

Наиболее обобщенным подходом к определению составляющих человеческого капитала является следующее:

---

[1] Дейнтри Даффи. Человеческий капитал [Электронный ресурс] / Дейнтри Даффи. – Режим доступа : www. URL : http://www.osp.ru/cio/2000/06/170900/.

[2] Экономическая теория : учебник для вузов / под. ред. А. И. Добрынина, Л. С. Тарасевича. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 1999. – С. 58.

– биологический человеческий капитал – ценностный уровень физических способностей к выполнению трудовых операций, уровень здоровья населения;

– культурный человеческий капитал – совокупность интеллектуальных способностей, образованности, умений, навыков, моральных качеств, квалификационной подготовки индивидуумов, которые используются или могут быть использованы в трудовой деятельности и узаконивают обладание статусом и властью;

– социальный человеческий капитал (коммуникабельность и умение добиваться поставленных целей).

Биологический человеческий капитал можно представить из двух частей: одна часть является наследственной, другая – благоприобретенной. В течение всей жизни индивидуума происходит износ этого капитала, все более и более ускоряющийся с возрастом (смерть необходимо понимать как полное обесценение фонда здоровья). Реализация вложений, связанных с охраной здоровья, способна лишь к строго ограниченному развитию биологического капитала работника. Ее главное предназначение – увеличивать период активной жизнедеятельности индивидуума.

Культурный капитал – это языковая и культурная компетенция человека, богатство в форме знания или идей, которые легитируют статусы и власть, поддерживают установленный социальный порядок, существующую в обществе иерархию. Культурный капитал индивидуума характеризуется следующими показателями:

– интеллектуальная культура (интеллектуальный капитал);
– образовательная культура (образовательный капитал);
– морально-нравственная культура (морально-нравственный капитал);
– символическая культура (символический капитал);
– социальная культура (социальный капитал).

Социальный человеческий капитал выступает неким связующим звеном между биологическим и культурным. Его можно представить в виде индикатора полученных и накопленных знаний в различных областях жизнедеятельности человека. Именно социальный человеческий капитал выступает результатом в подведении итогов любого периода жизни индивидуумов: окончание школы, вуза, смена профессий и компаний, личные достижения и стремления. По его высокому уровню можно судить о развитии города, государства, страны.

Если рассматривать мнения зарубежных ученых-экономистов, то Як Фитценц, доктор философии, основатель и руководитель престижного Института Саратоги (Калифорния), подразделяет понятие «человеческого капитала» на составные элементы, главными из которых он выделяет два основных аспекта: экономический и духовный. Помимо этого он говорит, что «информация, которой владеет человек, и его способность и готовность поделиться ею определяют ценностный потенциал» человеческого капитала[1].

Владимир Краян различает человеческий капитал и структурный капитал компании (являющийся информацией, трансформированной в знания)[2].

Энни Брукинг рассматривает человеческий капитал как составную часть интеллектуального капитала (нематериальных активов предприятия), он представляет его как «качества, присущие людям»[3]. Он выделяет главное отличие человеческого капитала от основного капитала, определяя его как форму интеллектуальной собственности. Это отличие заключается в том, что человеческий капитал не является собственностью компании, а следовательно, требует особого к себе отношения.

А. И. Добрынин понимает под человеческим капиталом имеющийся у человека запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций, которые содействуют росту его производительности труда и влияют на рост доходов (заработной платы). Вместе с С. А. Дятловым, Е. Д. Цыреновой он определяет человеческий капитал как часть совокупного капитала, пред-

---

[1] Фитценц Як. Рентабельность инвестиций в персонал: измерение экономической ценности персонала / под ред. В. И. Ярных. – М. : Вершина, 2006. – С. 27.

[2] Краян В. Знания в контексте стратегии. Информационный менеджмент // Менеджмент и менеджер. – 2002. – № 4. – С. 24–26.

[3] Брукинг Э. Интеллектуальный капитал. – СПб. : Питер, 2001. – С. 34.

ставляющую собой накопленные затраты на общее образование, специальную подготовку, здравоохранение, перемещение рабочей силы.

Виды человеческого капитала экономисты классифицируют по элементам затрат и инвестиций в репродуктивный процесс. Так, И. В. Ильинский выделяет следующие виды человеческого капитала: капитал здоровья, капитал образования и капитал культуры, акцентируя внимание на первом из них[1]. Капитал здоровья (естественный – по наследству и приобретенный) является несущей конструкцией, основой для человеческого капитала вообще. Инвестиции в здоровье продлевают трудоспособную жизнь человека, т. е. время функционирования человеческого капитала.

В течение жизни человека происходит износ человеческого капитала, а инвестиции в здоровье способны замедлить данный процесс. Вместе с тем не всякие инвестиции в человека могут быть признаны вложениями в человеческий капитал, а лишь те, которые общественно целесообразны и экономически необходимы.

Специалисты научных учреждений Минздрава РФ предлагают выделять три компонента человеческого капитала: витальный (генный), социальный и духовный. Витальный капитал есть врожденная составляющая, то «богатство», которое каждый человек получает изначально. Социальный капитал приобретается человеком в течение всей его жизни (расходы на образование, здравоохранение, удовлетворение социальных потребностей и т.п.). Накопление духовного капитала происходит через внутреннюю жизнь человека в процессе его самосовершенствования. В качестве интегрирующего показателя предлагается использовать синтетический индекс развития.

С. Ю. Рощин, Т. О. Разумова человеческий капитал рассматривают как качественную характеристику рабочей силы, способность человека к трудовой деятельности, его знаний[2]. По их мнению, он складывается из природных способностей человека. Авторы считают, что человеческий капитал может быть увеличен в процессе образования, профессиональной подготовки, приобретения опыта работы.

Известный ученый-экономист В. М. Гальперин дает другое определение человеческому капиталу: его величина есть приведенная к данному моменту, посредством дисконтирования, сумма всех ожидаемых доходов от труда (это экономическая оценка человеческого капитала, его способностей)[3].

Из этих трех компонентов понятие «духовный капитал» является на сегодняшний день наименее разработанным и описанным такими человеческими характеристиками, как совесть, порядочность, критическое отношение и мышление, здравый смысл, альтруизм, взаимопомощь, способность и желание к восприятию нового, наличие интеллектуальных интересов, запросов и идеалов и т. д.

В этой связи целесообразным представляется введение в научный оборот понятия «духовно-демографическая детерминация». Выделяя позитивную и негативную духовность, анализируется комплекс факторов духовного неблагополучия, порождающих причины и тенденции сверхсмертности в России. Последовательно рассматривая каждую из трех основных составляющих человеческого капитала, отметим, что в процессе жизни человек расходует свой изначальный запас устойчивости - витальный капитал. Та модель, следствия из которой наиболее соответствуют эмпирическим наблюдениям (из области медицины, социологии, психологии и т.п.), будет наиболее «правильной», «полезной». По мере накопления знаний о человеке его феноменологическая модель совершенствуется.

Витальный капитал – это аккумулированная в человеке свободная энергия в ее информационной форме. Она соотносится с работой, произведенной природой по «конструированию»

---

[1] Ильинский И. В. Инвестиции в будущее: образование в инновационном воспроизводстве. – СПб. : Изд-во СПбУЭФ, 1996. – С. 64.

[2] Рощин С. Ю., Разумова Т. О. Экономика труда: экономическая теория труда : учеб. пособие. – М. : ИНФА-М, 2000. – С. 135.

[3] Гальперин В. М., Игнатьев С. М., Моргунов В. И. Микроэкономика : учебник. – М. : Экономическая школа, 1994. – С. 96.

индивидуума. В экономической трактовке витальный капитал представляет собой изначальную стоимость человека – на момент его появления на свет. И хотя эта величина неизвестна в принципе, можно условиться придать ей определенное значение, опираясь на систему приоритетов социума.

В процессе жизнедеятельности каждый человек совершает некую «полезную» работу. При этом он, образно говоря, «извлекает» свободную энергию из внешних энергопотоков (поступающей в его организм пищи). Процесс этот не самопроизвольный, сопряженный: он невозможен без затрат энергии, производства необходимых работ. Энергетическим источником здесь является витальный капитал индивидуума – аккумулированная в нем свободная энергия. Таким образом, с течением времени витальный капитал человека уменьшается – индивидуум физиологически стареет, а духовный и социальный капиталы со временем растут.

Величина социального компонента определяет качество индивидуума как работника. Она увеличивается с ростом удельных социальных расходов государства, а величина духовного характеризует его как носителя нравственности. Она зависит от ценностных установок индивидуума и его работы по их реализации – процесса его самосовершенствования. В свою очередь, индивидуальные ценности людей во многом определяются национальным менталитетом и политикой государства в социальной сфере.

Не имея возможности дать сейчас обобщенную оценку положительным и отрицательным сторонам проводимых реформ в здравоохранении и медикопроизводственном комплексе страны в целом, отметим лишь следующее: переход России на либеральный путь развития стал причиной резкого уменьшения человеческого капитала, общего ухудшения санитарных и медико-демографических показателей.

Влияние социальной и духовной составляющих человеческого капитала на продолжительность жизни имеет место, если удельная скорость расходования витального капитала не постоянна (как полагалось) и зависит от них. В этом случае между витальным капиталом, с одной стороны, и социальным и духовным, с другой, существует обратная связь.

Имеющееся многообразие точек зрения и сущностных характеристик человеческого капитала, а также его значимость для успешной работы предприятия только повышают интерес к изучению этой категории. Однако не следует забывать, что задолго до появления «человеческого капитала» первоначально возник «человек разумный», «человек экономический» и именно он стал стремиться к развитию, которое как раз и является основой формирования человеческого капитала.

Экономическая теория как наука выделяет в человеческом обществе главным образом то, что является верным решением главной экономической задачи, и объясняет экономическое поведение людей в различных хозяйственных системах при ограниченности ресурсов и безгранично растущих человеческих потребностей.

Конечно, образ «человека экономического» страдает определенной односторонностью, поскольку человек – не только «человек экономический». И тем не менее экономическая деятельность людей – существенная характеристика реализации человеческой личности, условие, основа и предпосылка всех иных сторон жизни как отдельного человека, так и общества в целом.

Немалую роль в развитии экономической деятельности людей сыграли и психологические факторы. Многие, если не все, теоретики прошлого и настоящего при объяснении экономического поведения людей оперируют такими понятиями, как «склонность», «предпочтение», «ожидание», «намерение» и т. д. Наиболее красочным примером может служить используемая в России коммунистическая идеология. Ведь именно она (используя коллективистскую и патерналистскую психологию) оказалась существенной преградой в проведении рыночных реформ, психологической основой которых с необходимостью являются разумный индивидуализм и экономическая обособленность хозяйствующих агентов.

В таблице 1 представлена группировка многочисленных периодов развития экономической организации человеческого общества с условным подразделением на 5 групп.

Таблица 1

Основные периоды развития «человеческого капитала»

№	*Временной интервал*	*Название периода*	*Краткая характеристика*	*Особенности*
1	До н.э. – конец III–начало IV вв.	Античный	«Человеческий капитал» присутствовал преимущественно в виде рабства. Однако деньги начинают рассматриваться как товар и как всеобщее воплощение общественного богатства.	Деление людей на свободных и рабов увязывалось с разделением труда на физический и умственный, труд по исполнению и труд по управлению. Рабство считалось естественным явлением.
2	XVI–XVIII вв.	Маржинально-неоклассический	Личная материальная заинтересованность, главная и единственная мотивация – это деньги.	Начало формирования «экономического рационального поведения» человека
3	XVIII–XIX вв.	Кейсианский	Достижение материальной заинтересованности усложняется возникающими психологическими препятствиями	Выраженный групповой интерес соперничает с «экономическим эгоизмом» с помощью самоорганизации в группы с общими интересами
4	1924–1985	Советский тоталитаризм	Отражают основные черты экономического поведения человека в командно-административной системе хозяйства страны	Доминирует стремление к минимизации трудовых затрат, господствуют иждивенческие настроения, преобладает ожидание гарантированного вознаграждения не за результаты труда, а за само присутствие на рабочем месте
5	XX в. – по н. вр.	Современный	Существенное изменение мотивационной составляющей в деятельности человека (возрастание значения тех или иных составляющих)	Более высокий общеобразовательный и культурный уровень развития позволяет выдвигать на первое место реализацию не столько материальных, сколько духовных потребностей личности

Первый период – *античный.* Экономисты всех школ, начиная с экономических учений древней Азии и древней Греции, стремились выявить причину возникновения добавочного продукта и пояснить, каким образом можно этот добавочный продукт увеличить. Так, в Кодексе законов вавилонского царя Хаммурапи (1792–1750 гг. до н.э.) большое внимание уделялось регулированию отношений найма и размеров оплаты за наемный труд, правовой защите личностей производителей. При этом производитель, а в Древней Греции, например, это, прежде всего, был раб, рассматривался как «говорящее орудие, имеющее низкую производительность труда». Тем не менее признавалось, что и раба нужно материально поощрять за его труд.

Второй период – *маржинально-неоклассический* – представлен английской классической школой, маржинализмом и неоклассицизмом. Хотя Томас Мен (1571–1641 гг.) являлся классическим представителем зрелого меркантилизма, не заботясь об общем благосостоянии нации и являясь представителем купеческого капитала, он признал первым и главным способом снижения издержек ограничение заработной платы наемных рабочих и понижение жизненного уровня народа в целом. Во главу всего ставится эгоистический материальный, прежде всего, денежный интерес, являющийся главным мотивационным стимулом деятельности «экономического человека». «Экономический человек», как предполагается, обладает таким уровнем интеллекта, информированности и компетентности, который в состоянии обеспечить реализацию его целей в условиях свободной конкуренции.

Экономическая система, в которой действует такой человек, выступает как простая совокупность хозяйствующих субъектов, и ничем не деформированная рыночная структура не терпит никакого воздействия извне (со стороны государства, например), кроме такого, которое обеспечивает соблюдение правил свободного рыночного равновесия.

Анализ экономического поведения людей предполагает использование постулата о рациональном поведении людей. В его основе лежит стремление индивидуума получить максимальный результат при минимальных затратах в условиях ограниченности используемых возможностей и ресурсов. При удовлетворении своих субъективных интересов люди везде находятся перед необходимостью выбирать альтернативные способы использования ограниченных экономических благ. Естественно, что для реализации своего рационального поведения индивидуумы должны обладать свободой выбора. С развитием человечества степень свободы выбора экономического поведения увеличивается, что связано с постепенной ликвидацией сословных, кастовых, политических, идеологических, правовых и прочих ограничений этой свободы.

Идея о рациональном экономическом поведении людей в системе рыночного хозяйства очень важна. Ведь строить определенные прогнозы в отношении тех или иных последствий, например, государственной экономической политики возможно только тогда, когда предполагается, что человек будет вести себя экономически рационально.

При этом принято различать полную рациональность экономического поведения, выступающую скорее как теоретическое допущение, и ограниченную рациональность. В первом случае предполагается, что человек наилучшим из возможных образом использует всю имеющуюся информацию и достигает наивысшего разрыва между достигнутыми результатами и произведенными затратами (максимум выгоды при минимуме затрат). Ограниченная рациональность отражает невозможность при принятии хозяйственных решений использовать всю полноту имеющейся информации из-за трудностей в ее сборе и анализе. В этом случае решения принимаются отчасти на основе опыта, интуиции и пр., а чистый выигрыш (т. е. разница между общими выгодами и общими издержками) в данном случае меньше.

Рост положительного экономического поведения людей затрудняется и неэкономическими компонентами в мотивации его деятельности (альтруизм, религиозные установки и др.), т. е. компонентами, удельный вес которых меняется с развитием человеческого общества.

Третий период – *кейсианский* – лучше всего характеризует кейнсианская школа. Человеческое общество, рассматриваемое в рамках этого направления, представляется уже более сложным. В частности, мотивационные стимулы включают в себя не только стремление к материальным, денежным благам, но и определенные элементы психологического характера – милосердие, цели, связанные с традициями, соображениями престижа, использованием свободного времени и др.

Существенно затруднено в такой общественной экономической организации и достижение поставленных целей вследствие недостаточной информированности хозяйствующих субъектов, ограниченной рациональности, несовершенства их интеллекта, эмоциональности, стереотипности поведения в зависимости от привычек, религиозных установок и т.п. В этих условиях представляется невозможным достижение целей хозяйствующих субъектов через посредство свободной конкуренции, тем более что кроме индивидуального здесь возникает еще и выраженный групповой интерес, складывающийся вследствие стремления хозяйственных агентов преодолеть ограниченность «экономического эгоизма» путем самоорганизации в группы с общими интересами.

В этот период общество имеет более сложную структуру, для поддержания которой в состоянии равновесия требуется вмешательство в экономические отношения со стороны государства.

Именно третий период можно охарактеризовать как принципиально новую модель субъектов социально-экономического прогресса, отражающую современные реалии развития человеческих ресурсов. Для этого периода характерно изменение мотивации деятельности в направлении возрастания значения тех или иных составляющих, которые обеспечивают реализацию не столько материальных, сколько духовных потребностей личности (удовлетворенность от са-

мого процесса труда, его социальная значимость, сложность и др.). Этому периоду присущи значительная информированность о мире, в котором люди существуют, более высокий общеобразовательный и культурный уровень, его отличают многообразие и динамизм потребностей, главной из которых является потребность в свободе самовыражения, установления связи с другими людьми, свобода духовного самоопределения, свободного выбора типа культуры и общественно-политических взглядов. Этот период социально-индивидуального человека предполагает общество, основанное на демократических и плюралистических началах с развитыми межгрупповыми связями и размытыми нежесткими общностями.

Четвертый период – *советский тоталитаризм* – заслуживает особого внимания и специфического подхода. Период, уходящий своими корнями в сталинский тоталитарно-репрессивный режим и отражающий основные черты экономического поведения человека в командно-административной системе хозяйства, наиболее полно характеризующий положение человеческих ресурсов в этой системе.

Этот период характеризуется, прежде всего, раздвоенностью целевой функции экономического поведения индивидуума, определяемого стремлением к личному благосостоянию. Труд на государство сопровождался жесткими ограничениями и уравнительностью государственного распределения его результатов в условиях отрыва непосредственного производителя от средств производства. Поэтому здесь доминируют стремления к минимизации трудовых затрат, господствуют иждивенческие настроения, нередки хищения государственного имущества, преобладает ожидание скромного, но твердого гарантированного вознаграждения не за результаты труда, а за само присутствие на рабочем месте. Интеллектуальные способности работника используются специфическим образом, в основном для того, чтобы обезопасить себя от контроля со стороны многочисленных чиновников, начальства, для обхода их указаний, обмана, приписок и др. Взгляды и отношение индивидуумов к труду, к общественной деятельности и создали благоприятную почву для группового эгоизма, противопоставляющего интересы отдельных коллективов государственным, что является естественной реакцией на тотальное огосударствление экономики.

Последующее раздвоение целевой функции «советского экономического общества» не только снизило общую эффективность функционирования советской экономики, но и вызывало губительные нравственные издержки, послужившие снижением качества человеческого капитала. Даже в рамках тоталитарного режима индивидуум стремился минимизировать свои затраты и максимизировать выгоду, а это есть не что иное, как рациональное экономическое поведение, присущее любому человеку.

Осуществляя свой выбор в мире ограниченных ресурсов, человек в любой хозяйственной системе стремился свести к минимуму свои издержки и достичь максимума в получении выгоды. Универсальность этого принципа позволяет применять его не только в рамках экономического общества, но и объяснить мотивы человеческих действий в других, неэкономических сферах жизни.

Представленная в таблице 1 краткая характеристика основных периодов развития общественной экономической организации человеческого общества позволяет сделать следующие выводы: несмотря на то что рассмотренные периоды в целом носят абстрактный характер, они отражают в обобщенной форме основные параметры, присущие «человеческому фактору» в хозяйственном процессе. Именно их знание позволяет не только реально оценивать роль человека в экономике на различных стадиях развития цивилизации, но и реализовывать формирование наиболее оптимальных направлений в экономической политике, прогнозировать с достаточной степенью вероятности последствия тех или иных экономических решений и событий.

Человеческий капитал – это единственный ресурс, стоимость которого возрастает по мере его использования. Именно он представляет собой совокупность коллективных знаний персонала предприятия, их творческих способностей, умений решать проблемы, лидерских качеств, предпринимательских и управленческих навыков. Сюда же включаются психометрические данные и сведения о поведении отдельных личностей в различных ситуациях, например, при командной организации работы или в стрессовых ситуациях.

Нельзя забывать, что процесс создания человеческого капитала начинается в семье, продолжается в школе, профессиональном учебном заведении, охватывает всю систему повышения квалификации, переподготовки и т.п. Человек – это не просто инструмент для выполнения определенной работы. Он является изменяющейся самодостаточной системой, способной с течением времени осваивать разнообразные виды работ. Одной из ведущих и наиболее главных задач хорошего руководителя является создание условий необходимых механизмов, дающих каждому сотруднику возможность полной реализации своего трудового потенциала в рамках предприятия. Человеческий капитал – это качества, присущие людям.

Может показаться бессмысленным вопрос о значимости работника для предприятия, но все же стоит об этом задуматься. Нет такого предприятия, которое могло бы функционировать без хотя бы одного человека. Однако в отличие от машин, станков, механизмов, инфраструктурных активов человеческий капитал не принадлежит предприятию. Из этого должно следовать особое к нему отношение, но, к сожалению, это не всегда так. Нанимать, обучать, обеспечивать условия труда и развития работников – дорогостоящее мероприятие. Они, кроме того, имеют все права на увольнение, болезни, отдых и, более того, могут поломать технику, проявить неосторожность, причинить себе вред в результате работы или различных увлечений и развлечений.

По мере приобретения опыта и квалификации они становятся более ценными работниками. Однако знания, аккумулированные в голове отдельного человека, принадлежат ему, а не предприятию. Поэтому важно распознать, в чем же состоят навыки, знания и умения отдельного человека. Лишь в этом случае становятся очевидными причины и степень ценности конкретного работника, а также отводимая ему роль.

Применение понятия «человеческий капитал» позволяет определить роль социальных институтов, выяснить не только социальные параметры, но и провести экономический анализ влияния социального фактора на рыночную экономику. В XX в. была разработана теория «человеческого капитала». Заложенные до этого методологические основы и главные направления теории «человеческого капитала» были сформулированы такими экономистами, как Г. Беккер, У. Боуэн, Э. Дженисон, Т. Шульц и др.

Суть теории «человеческого капитала» состоит в том, что «одной из главных форм богатства являются материализованные в человеке знания, общие и специальные, его способность к производительному труду», понятие «человеческий капитал» подразумевает, что:

1) есть приобретенный запас знаний, умений, навыков;

2) этот запас целесообразно использовать в той или иной сфере общественной деятельности, и это способствует росту производительности труда и производства;

3) использование данного запаса приводит к росту заработков (доходов) данного работника в будущем путем отказа от части текущего потребления;

4) увеличение доходов способствует заинтересованности работника, и это приводит к дальнейшему инвестированию в человеческий капитал;

5) человеческие способности, дарования, знания и т. д. являются неотъемлемой частью каждого человека;

6) мотивация является необходимым элементом для того, чтобы процесс воспроизводства (формирование, накопление, использование) человеческого капитала носил полностью завершенный характер.

Г. Беккер в своей работе «Человеческий капитал» вводит понятие «специальный человеческий капитал», то есть под этим понимаются только те навыки, которые представляют интерес для какой-либо одной фирмы, какого-либо одного вида деятельности.

О. Тоффлер вводит понятие «символический капитал – знание», который в отличие от традиционных форм неисчерпаем и одновременно доступен бесконечному числу пользователей без ограничений.

Формула человеческого капитала И. В. Ильинского[1]:

$ЧК = Кз + Кк + Ко,$

[1] Ильинский И. В. Инвестиции в будущее: образование в инновационном воспроизводстве. – СПб. : Изд-во СПбУЭФ, 1996. – С. 64.

где ЧК – человеческий капитал;

Ко – капитал образования;

Кз – капитал здоровья;

Кк – капитал культуры.

Капитал здоровья представляет собой инвестиции в человека, осуществляемые в целях формирования, поддержания и совершенствования его здоровья и работоспособности. Капитал здоровья является несущей конструкцией, основой для человеческого капитала вообще. Человеческий капитал классифицируется по формам, в которых он воплощен:

– живой капитал включает в себя знания, здоровье, воплощенное в человеке;

– неживой капитал создается, когда знания воплощаются в физических, материальных формах;

– институциональный капитал представляет собой институты, содействующие эффективному использованию всех видов человеческого капитала.

Производственная подготовка в понимании теоретиков человеческого капитала охватывает как формальное обучение внутри фирм, так и накопление опыта непосредственно в процессе трудовой деятельности. Огромное теоретическое значение имело введенное Г. Беккером различие между специальными и общими инвестициями в человека[1]. Позднее разграничение между общими и специфическими ресурсами легло в основу транзакционной теории фирмы. Специальная подготовка наделяет работников знаниями и навыками, представляющими интерес лишь для той фирмы, где они были получены.

В ходе общей подготовки работник приобретает знания и навыки, которые могут найти применение и на множестве других фирм. Общая подготовка косвенным образом оплачивается самими работниками, когда стремясь к повышению квалификации, они соглашаются на более низкую в период обучения заработную плату; им же достается и доход от общих инвестиций. Напротив, специальная подготовка финансируется по большей части самими фирмами, которым поступает и основной доход от нее.

Понятие специального человеческого капитала помогло объяснить, почему среди работников с продолжительным стажем работы на одном и том же месте текучесть ниже и почему заполнение вакансий в фирмах происходит в основном за счет внутренних продвижений по службе, а не за счет наймов с внешнего рынка.

Характеризуя уровень разработанности методологии оценки человеческого капитала, следует отметить, во-первых, что существующие методы оценки и описания человеческого капитала сосредоточены на функционирующей рабочей силе, а не на будущем человеческом капитале; во-вторых, отсутствует четкая привязка соответствующих расчетов к тому или иному объекту приложения способностей индивидуума к трудовой деятельности (т. е. его навыков, умений, общеобразовательных и профессиональных знаний), экономические ценности человека для себя, семьи либо общества объективно различаются. Так, высококвалифицированный специалист, оставивший свою семью, как правило, сохраняет высокую ценность для общества и самого себя, однако «ценность» этого человека для семьи с позиций его участия в труде по воспитанию детей обычно резко снижается.

Если не учитывать указанные различия, то абстрактная оценка человеческого капитала малорезультативна, во всяком случае, для определения стоимости воспроизводства человеческого капитала. Целесообразно дифференцировать расчеты общей (интегральной) стоимости человеческого капитала, выполняя также локальные оценки типа:

– стоимость человеческого капитала индивидуума (в части, сформированной за счет вложения личных средств индивидуума);

– стоимость человеческого капитала в социуме (та часть общей величины стоимости этого капитала, которая сформирована за счет вложений общества в его создание);

– стоимость человеческого капитала в семье по воспитанию детей (т. е. часть общей

[1] Беккер Г. С. Человеческое поведение: экономический подход : избранные труды по экономической теории. – М. : ГУ ВШЭ, 2003. – С. 211.

стоимости человеческого капитала, которая может быть отнесена к финансовому и трудовому участию родителей в формировании этой стоимости).

Такого рода дифференциация необходима для того, чтобы, во-первых, определить реальный вклад каждого участника процесса по воспроизводству человеческого капитала в создание стоимости будущего человеческого капитала, а во-вторых, сконструировать иные, более рациональные пропорции.

Обращает на себя внимание также статичность расчетов стоимости человеческого капитала. Обычно оценка его величины выполняется по состоянию на рассматриваемый момент – период времени либо ретроспективно. Например, по фактическим затратам, уже произведенным ранее на репродукцию. Одномоментость и обращенность в прошлое таких расчетов снижает их ценность. Между тем целый ряд стран Запада стремится придать определенный динамизм подобным расчетам.

Аналогичный индикатор может быть использован для контроля за репродуктивными затратами. Дело в том, что общая динамика удельных репродуктивных затрат с дифференциацией их по основным видам и участникам репродукционного процесса позволяет организовать мониторинг условий воспроизводства человеческого капитала. Если происходит стремительный рост стоимости репродукции (или отдельных важнейших ее составляющих) либо наблюдаются значительные отклонения от установленных индикативных показателей вклада каждого участника репродукции, то это является основанием для оперативного вмешательства в целях исправления ситуации. Иными словами, при статичности расчетов стоимости человеческого капитала невозможно эффективное управление репродуктивным процессом.

Необходимо отметить также отсутствие методов прогнозирования стоимости человеческого капитала в будущем и оценки влияния удорожания репродукции на характер воспроизводственного процесса. Ведь при принятии решения о рождении ребенка супругами на чисто интуитивном уровне обычно производится сопоставление предстоящих затрат с теми возможностями и перспективами, которые могут обеспечить его родители. Не менее (если не более) важным является необходимость для общества либо регионального сообщества выполнять достаточно точные прогнозные оценки стоимости воспроизводства отдельной единицы и всей массы нового человеческого капитала, который может потребоваться для реализации намеченной стратегии социально-экономического развития.

Естественно, что интуитивный уровень принятия решений в большинстве случаев не обеспечивает их оптимальности. То есть неразработанность методологии оценки будущего человеческого капитала и предстоящих затрат не позволяет принимать и осуществлять в масштабах государства, каждой семьи стратегически важные решения по переходу к активной демографической политике, по созданию многодетной (трое детей и более) семьи.

Однако расчеты стоимости человеческого капитала сфокусированы на экономической оценке функционирующей рабочей силы, будущий человеческий капитал не вовлечен в их орбиту вообще. Между тем для эффективного управления репродуктивным процессом необходимо регулярно разрабатывать прогнозные калькуляции единицы будущего человеческого капитала по элементам и статьям затрат. Для этого в свою очередь следует произвести глубокую и полную структуризацию затрат на воспроизводство человеческого капитала по совокупности признаков, которые в наибольшей степени влияют на величину и структуру этих затрат, по четырем группам признаков, идентифицирующих формы организации репродуктивного процесса: организационно-управленческие; финансово-экономические; институционально-правовые; социально-психологические. Нельзя забывать, что экономическое и социальное развитие России в будущем в значительной степени будет зависеть от отношения общества к процессам воспроизводства человеческого капитала.

Литература:

1. Тяжов А. И. Индивидуальный трудовой потенциал и политико-экономическая концепция человеческих способностей : науч. издание / А. И. Тяжов ; под ред. В. В. Чекмарёва. – Кострома : Изд-во Костромского госуниверситета им. Н. А. Некрасова, 1999. – С. 99-101.

2. Дейнтри Даффи. Человеческий капитал [Электронный ресурс] / Дейнтри Даффи. – Режим доступа : www. URL : http://www.osp.ru/cio/2000/06/170900/.

3. Экономическая теория : учебник для вузов / под. ред. А. И. Добрынина, Л. С. Тарасевича. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 1999. – С. 58.

4. Фитценц Як. Рентабельность инвестиций в персонал : измерение экономической ценности персонала / Як Фитценц ; под ред. В. И. Ярных. – М. : Вершина, 2006. – С. 27.

5. Краян В. Знания в контексте стратегии. Информационный менеджмент / В. Краян // Менеджмент и менеджер. – 2002. – № 4. – С. 24-26.

6. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Э. Брукинг. – СПб. : Питер, 2001. – С. 34.

7. Ильинский И. В. Инвестиции в будущее: образование в инновационном воспроизводстве / И. В. Ильинский. – СПб. : Изд-во СПбУЭФ, 1996. – С. 64.

8. Рощин С. Ю. Экономика труда: экономическая теория труда : учеб. пособие / С. Ю. Рощин, Т. О. Разумова. – М. : ИНФА-М, 2000. – С. 135.

9. Гальперин В. М. Микроэкономика : учебник / В. М. Гальперин, С. М. Игнатьев, В. И. Моргунов. – М. : Экономическая школа, 1994. – С. 96.

10. Беккер Г. С. Человеческое поведение: экономический подход : избранные труды по экономической теории / Г. С. Беккер. – М. : ГУ ВШЭ, 2003. – С. 211.

Ходакова Наталья Николаевна,
аспирант кафедры экономики и управления,
преподаватель экономики
Суровикинского филиала
Волгоградского института бизнеса,
e-mail:Kelena2000@yandex

Проблемы роста качества трудовой жизни и решение их в процессе управления
Problems of quality increase of work life and its solution in the management process

В статье обозначены задачи взаимодействия субъектов управления при решении проблемы роста качества трудовой жизни. На качество труда очень часто влияет стиль руководства. С этих позиций рассматриваются аспекты различных стилей и ситуаций при управлении персоналом. Проанализированы такие понятия, как «профессионализм» и «личная преданность». Автор уделяет внимание примеру японского менеджмента.

The article deals with the task-based interaction of management subjects in solving the problems to increase the quality of work life. Labour quality is mainly influenced by management style. The aspects of different styles and situations in personnel management are discussed in the article. The author analyses such notions as "professionalism", and "individual devotion". The author of the paper pays attention to the example of Japanese management.

Ключевые слова: качество трудовой жизни; субъекты социально-трудовых отношений; субъекты управления; стиль руководства; профессионализм.

Key words: quality of work life; subjects of social and labour relations; management subjects; management style; professionalism.

Существует мнение, что рынок способствует повышению качества: качества производства, качества продукции, качества труда, качества жизни, качества отношений и др. И это действительно так, поскольку конкуренция побуждает бизнес совершенствоваться для упрочения своих позиций на рынке. Однако предприниматели – собственники почему-то в первую очередь повышают «качество цены товара (услуги)», снижая ее за счет экономии на рабочей силе, на условиях труда. Поэтому рынок способствует повышению качества, но не гарантирует его. При решении проблемы роста качества трудовой жизни акцент должен быть сделан на усилении взаимодействия всех субъектов социально-трудовых отношений.

Для современного работника существенное значение имеет не только высокий уровень качества трудовой жизни, но и качество путей, способов и методов его обеспечения.

Движущим началом управления является противоречие между управляющим и управляемым субъектами. Это противоречие порождает необходимость управления и разрешается в процессе осуществления управления.

Главной задачей взаимодействия субъектов управления качеством трудовой жизни является разработка эффективной системы развития взаимоотношений и взаимодействия развития качества трудовой жизни, которая будет способствовать:

– улучшению условий труда, снижению уровня травматизма и профессиональных заболеваний;

– развитию форм и систем оплаты труда, повышению их эффективности, росту мотивации;

– повышению социальной защищенности работников;

– соблюдению норм трудового законодательства, трудовых прав работников в части режимов труда и отдыха, своевременной и полной оплаты труда.

В некоторых фирмах стиль управления наблюдается авторитарный, и часто владелец компании проявляет максимализм: награждать – так по-царски, наказывать – так по полной.

Стиль руководства очень часто влияет на качество труда и текучесть кадров.

Когда боятся руководителя, решение им принимаются единолично, реакцию на то или иное предложение от подчиненных нельзя заранее предугадать. Страшась гнева всемогущего босса, работники не проявляют особой инициативы и вообще стараются не лезть на рожон даже тогда, когда это делать следовало бы: понимают, что доказывать что-либо директору – себе во вред. Сотрудники покорно пережидают его вспышки гнева и «разборки», как пережидают ураган, с которым все равно справиться не в силах. Поэтому свободолюбивые и талантливые натуры, из которых можно «ковать кадры» (и хорошие кадры!), уживаются с трудом или не уживаются вовсе.

Комбинация авторитарный стиль плюс демократический в руководстве гораздо лучше, чем просто авторитарный.

Сейчас многие говорят об эмоциональной компетентности руководителя, подразумевая, что для успеха бизнеса, «облико морале» шефа – обязательный элемент. А отсутствующие навыки (уравновешенность, умение слушать и критиковать) можно и нужно в себе развить при определенной тренировке. К сожалению, не все бизнесмены соглашаются с этим, предпочитая подминать под себя бизнес, а не расти вместе с ним.

Умение слушать подчиненных встречается в жизни так же редко, как и золотые самородки, однако оно абсолютно необходимо руководителю, который стремится создать сильную команду. Уравновешенность и сдержанность так же украшают управленца, как настоящий бриллиант – корону. Поэтому многим сегодня приятнее иметь дело с бизнесменами «в короне».

Трудно бывает противостоять руководителю в его стремлении окружить себя надежными людьми. Как правило, такие аргументы, как недостаточный опыт или сомнительный профессионализм, просто перестают существовать в глазах шефа, когда на другой чаше весов оказываются личная преданность работника начальнику, его дружеское расположение.

Профессионал – это человек, который получает удовольствие от работы, поскольку это область его самореализации, самоутверждения. Профессионал будет успешен независимо от фигуры руководителя.

Личная преданность возникает у человека, не чувствующего в себе готовности безупречно выполнять функции, которые предусматривает та или иная должность.

Почему же шеф предпочитает профессионализму личную преданность? Чего он ждет от верного ему коллеги? К сожалению, чаще всего – не профессиональных успехов.

Во-первых, он нужен ему для чувства опоры, которое дает уверенность, что этот человек никуда от тебя не денется.

Во-вторых, самодостаточность профессионала и его высокие требования далеко не всегда удобны руководителю. Истинные профессионалы крайне чувствительны к не заслуженным обидам.

Сотрудником же, который осознает свою профессиональную неполноценность, гораздо проще манипулировать. Человек понимает, что он занимает этот пост только благодаря благоволению босса и у него мало шансов получить аналогичное место на свободном рынке.

Создание команды профессионалов требует от руководителя больших усилий. Научиться этому можно на примере японского менеджмента.

В первую очередь, внимание привлекает отношение работодателя к своим сотрудникам. Устраиваясь на работу, каждый японец точно знает, какие перспективы его ждут. Эта уверенность рождается благодаря такому подходу, как «пожизненный найм». В Японии поощряется приверженность своей фирме, что выражается в системе поощрений и продвижения по службе. Чем дольше ты работаешь – тем выше твой ранг, а, следовательно, и заработная плата. Повышение по службе и повышение уровня дохода напрямую зависят от качества работы сотрудника, что порождает здоровую конкуренцию внутри организации.

Многие фирмы предпочитают нанимать сотрудников, которые только что окончили школу или колледжи, в целях их дальнейшего обучения непосредственно в процессе производства. Отличительной чертой японского работника является его универсальность. Он может выполнять самые разнообразные функции, так как постоянно обучается в процессе работы.

Один из стилей японского менеджмента – принимать решение не торопясь, но и не затягивая. Это постоянное и близкое общение с людьми с целью прийти к консенсусу до принятия решения. Это помогает общаться с людьми более глубоко, понимать друг друга и в конечном счете принимать решения, которые устраивают все стороны.

К вопросу о системе наказаний, то при японском менеджменте предпочитают премировать сотрудников вместо наказания, поэтому как таковой специальной системы наказаний не существует. В крайних случаях – действует в рамках законодательства.

Литература:

1. Кадровый резерв России // Управление персоналом. – 2009. – № 14. – С. 1–2.
2. Управление персоналом организации : учебник / под ред. А. Я. Кибанова. – М. : ИНФРА-М, 2006.
3. Управление персоналом : учебник / под ред. Т. Ю. Базарова. – М. : Банки и биржи, 2007.
4. Столярова Т. В. Управление персоналом : учеб. пособие / Т. В. Столярова. – Волгоград : Изд-во НОУ ВПО ВИБ, 2007.
5. Шекшня С. В. Управление персоналом современной организации : учеб. пособие / С. В. Шекшня. – М. : Бизнес школа, 2006.
6. Японский менеджмент // Управление персоналом. – 2009. – № 14. – С. 41–53.

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Николаев Юрий Николаевич,
к. э. н., консультант по финансовым
и экономическим вопросам
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: yuri-nikolaev@yandex.ru

Экономическая оценка условия безубыточной и эффективной деятельности предприятия
Economic evaluation of lossless and effective enterprise activity

В работе представлена экономическая модель, позволяющая определить все возможные сочетания экономических показателей деятельности предприятия, обеспечивающие заданный результат в определенных условиях деятельности (налоговых и пр.), а также пример ее применения для целей экономического анализа.

In the work the economic model is presented, allowing us to define all possible combinations of economic indicators of enterprise activity, providing the required result in certain conditions of activity (tax and so forth), and also an example of its application for the economic analysis.

Ключевые слова: безубыточная деятельность; экономические решения; эффективность.

Key words: lossless activity; economic analysis; effectiveness.

На этапе организации предпринимательской деятельности, создания нового предприятия, особенно для новых видов продукции, услуг, работ, весьма важным является определение области возможных экономических решений – оптимальных (по определенным критериям) и предельных значений экономических параметров. На основании экономической модели, соответствующей условию безубыточности деятельности предприятия, возможно найти точку безубыточности (объем производства, соответствующий условию безубыточности), критическую цену и др. параметры. Рассмотрим, как, используя экономические модели безубыточной и эффективной деятельности предприятия, возможно определить область экономических решений, обеспечивающих безубыточную деятельность или заданные результаты деятельности. В качестве области экономических решений, обеспечивающих безубыточную или эффективную деятельность предприятия, нами будут пониматься все возможные сочетания значений элементов экономической модели предприятия (величины материальных расходов, расходов на оплату труда, прочих расходов, фондоотдачи и т. д.) в заданных условиях экономической деятельности (налоговых и пр.), обеспечивающие безубыточную или эффективную (соответствующую заданной прибыли или рентабельности) деятельность предприятия. Впервые такой подход к рассмотрению экономических условий деятельности предприятия (отрасли экономики) был предложен д. э. н., профессором В. Н. Кабановым[1].

Для определения области экономических решений, обеспечивающих безубыточную либо эффективную деятельность предприятия, следует использовать экономические модели, соответствующие определенному режиму налогообложения, в относительной форме.

Возьмем экономическую модель безубыточной деятельности предприятия для общего режима налогообложения в относительной форме (все составляющие экономической модели разделены на доход, С, т. е. представляют собой удельный вес в единичном доходе):

$$1 - C_M^0 - C_R^0 - C_A^0 - C_L^0 - \frac{1 - C_M^0 - C_L^0}{1{,}18} 0{,}18 - 0{,}26 C_R^0 - \frac{0{,}022}{\varphi} = 0 \qquad (1)$$

[1] Кабанов В. Н. Теория моделирования экономики города. – Волгоград : Изд-во ВолгГАСА, 2000. – 254 с.

В данном выражении в качестве основных переменных экономических факторов (параметров) модели выступают: C_M^0 – доля материальных расходов в единичном доходе; C_R^0 – доля расходов на оплату труда в единичном доходе; C_L^0 – доля прочих расходов в единичном доходе. В качестве неизменных факторов: налоговые ставки: $\eta_{НДС} = 0{,}18$ – ставка налога на добавленную стоимость, $\eta_{ECH} = 0{,}26$ – ставка единого социального налога, $\eta_F = 0{,}022$ – ставка налога на имущество; фондоотдача предприятия (в рамках настоящего подхода данный параметр устанавливается на определенном уровне) – φ; доля амортизации в единичном доходе – C_A^0.

Поскольку материальные и прочие расходы предприятия по своему экономическому содержанию во многом схожи – это стоимость материалов, сырья, услуг, работ, выполненных сторонними организациями для производства продукции (оказания услуг, выполнения работ) рассматриваемым предприятием, то целесообразно их рассматривать в качестве одной переменной. В этом случае модель, представленная выше, будет не чем иным, как уравнением прямой линии (уравнением с двумя неизвестными). В этом случае, взяв значение одной переменной, равное нулю, возможно получить предельное значение второй (в системе декартовых координат будет соответствовать точке пересечения прямой линии с одной из осей), и наоборот.

Подставим в (1) значения удельного веса материальных и прочих расходов, равных нулю ($C_M^0 + C_L^0 = 0$), и определим предельную долю расходов на оплату труда (C_R^0):

$$1 - 0 - C_R^0 - C_A^0 - 0 - \frac{1-0-0}{1{,}18}0{,}18 - 0{,}26C_R^0 - \frac{0{,}022}{\varphi} = 0.$$

Предельная доля расходов на оплату труда равна:

$$C_R^0 = \frac{1 - C_A^0 - \frac{0{,}18}{1{,}18} - \frac{0{,}022}{\varphi}}{1{,}26}. \qquad (2)$$

Теперь подставим в (1) значение расходов на оплату труда, равных нулю, и определим предельную долю материальных и прочих расходов:

$$1 - C_M^0 - 0 - C_A^0 - C_L^0 - \frac{1 - C_M^0 - C_L^0}{1{,}18}0{,}18 - 0{,}26 \times 0 - \frac{0{,}022}{\varphi} = 0.$$

Предельная доля материальных и прочих расходов равна:

$$C_м^0 + C_L^0 = \frac{1 - C_A^0 - \frac{0{,}18}{1{,}18} - \frac{0{,}022}{\varphi}}{1 - \frac{0{,}18}{1{,}18}}. \qquad (3)$$

Имея две комбинации значений переменных, соответствующих условию безубыточности, в системе декартовых координат возможно построить прямую линию, которая будет описывать все возможные сочетания удельного веса материальных, прочих расходов и расходов на оплату труда, соответствующих условию безубыточности в заданном режиме налогообложения. Точки, соответствующие предельным значениям переменных, обозначим – А (точка, соответствующая предельной доли материальных и прочих расходов при нулевой доле расходов на оплату труда) и В (точка, соответствующая предельной доле расходов на оплату труда при нулевой доле материальных и прочих расходов). Представим графическую интерпретацию области безубыточной деятельности предприятия для общего режима налогообложения (рис. 1).

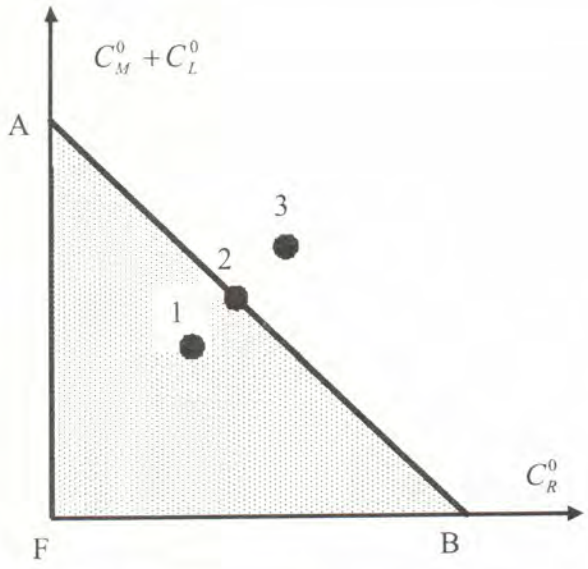


Рис. 1. Графическая интерпретация области безубыточной деятельности предприятия

На рисунке:

- линия АВ – линия безубыточности, т. е. линия, построенная для определенных экономических условий деятельности предприятия (определенного режима налогообложения, фондоотдачи), в каждой точке которой сочетание удельного веса материальных, прочих расходов и расходов на оплату труда соответствует уровню безубыточности, т. е. равенству доходов и расходов при нулевой прибыли ($C - C_Z = 0$, где C_Z – полные расходы предприятия);
- область ABF – область безубыточной деятельности предприятия, т. е. область, в каждой точке которой сочетание удельного веса материальных, прочих расходов и расходов на оплату труда соответствует условию безубыточной деятельности предприятия, т. е. нет превышения расходов над доходами ($C - C_Z \geq 0$);
- точка 1 – соответствует прибыльной деятельности ($C - C_Z > 0$);
- точка 2 – соответствует уровню безубыточности ($C - C_Z = 0$);
- точка 3 – соответствует убыточной деятельности предприятия ($C - C_Z < 0$).

Возьмем экономическую модель эффективной деятельности предприятия для общего режима налогообложения в относительной форме (4):

$$1 - C_M^0 - C_R^0 - C_A^0 - C_L^0 - \frac{1 - C_M^0 - C_L^0}{1{,}18} 0{,}18 - 0{,}26 C_R^0 - \frac{0{,}022}{\varphi} = \rho, \qquad (4)$$

где: ρ – рентабельность продаж предприятия.

Определим предельные значения переменных. Подставим в (4) значение доли материальных и прочих расходов, равное нулю, и получим значение предельной доли расходов на оплату труда, при обеспечении заданной рентабельности продаж предприятия:

$$C_R^0 = \frac{1 - C_A^0 - \frac{0{,}18}{1{,}18} - \frac{0{,}022}{\varphi} - \rho}{1{,}26}. \qquad (5)$$

Предельная доля материальных и прочих расходов, удовлетворяющая условию эффективности, составит:

$$C_M^0 + C_L^0 = \frac{1 - C_A^0 - \frac{0{,}18}{1{,}18} - \frac{0{,}022}{\varphi} - \rho}{1 - \frac{0{,}18}{1{,}18}}. \qquad (6)$$

Обозначим точку, соответствующую предельным значениям переменных, – C (предельная доля материальных и прочих расходов при нулевом значении доли расходов на оплату труда) и D (предельная доля расходов на оплату труда при нулевом значении доли материальных и прочих расходов) и представим графическую интерретацию области экономических решений, обеспечивающих эффективную деятельность предприятия (рис. 2).

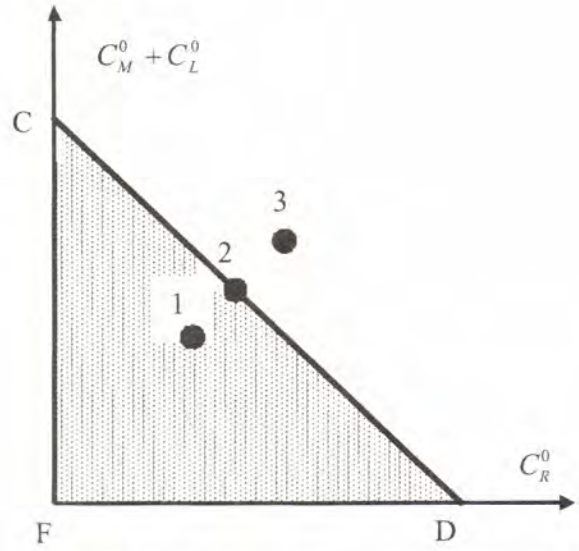


Рис. 2. Графическая интерпретация области эффективной деятельности предприятия

На рисунке:

- линия CD – линия эффективности, т. е. линия, построенная для определенных экономических условий деятельности предприятия (определенного режима налогообложения, фондоотдачи, рентабельности), в каждой точке которой сочетание удельного веса материальных, прочих расходов и расходов на оплату труда соответствует заданной рентабельности продаж предприятия (доли прибыли в доходе) – $C - C_Z = \rho \times C$;
- область CDF – область эффективной деятельности предприятия, т. е. область, в каждой точке которой сочетание удельного веса материальных, прочих расходов и расходов на оплату труда обеспечивает эффективную деятельность предприятия, т. е. рентабельность продаж не ниже заданного уровня ($C - C_Z \geq \rho \times C$);
- точка 1 – соответствует эффективной деятельности при превышении заданной рентабельности ($C - C_Z > \rho \times C$);
- точка 2 – соответствует заданной рентабельности ($C - C_Z = \rho \times C$);
- точка 3 – соответствует эффективной деятельности предприятия при рентабельности ниже заданного уровня ($C - C_Z < \rho \times C$).

Естественно, что использованные для определения области безубыточной и эффективной деятельности предприятия предельные значения переменных в реальных условиях осуществления предпринимательской деятельности практически не встречаются. В связи с этим при определении области безубыточной и эффективной деятельности целесообразно определять минимальные, максимальные и средние значения переменных экономических параметров для предприятий, находящихся в схожих экономических условиях:

- минимальную долю расходов на оплату труда – $C^0_{R\min}$;
- максимальную долю расходов на оплату труда – $C^0_{R\max}$;
- минимальную долю материальных и прочих расходов – $(C^0_M + C^0_L)_{\min}$;
- максимальную долю материальных и прочих расходов – $(C^0_M + C^0_L)_{\max}$;
- среднюю долю расходов на оплату труда:

$$C^0_{R\,cp} = \frac{\sum_{i=1}^{n} C^0_{R\,i}}{n},$$

где n – количество рассматриваемых предприятий;

- среднюю долю материальных и прочих расходов:

$$(C^0_M + C^0_L)_{cp} = \frac{\sum_{i=1}^{n} (C^0_{M\,i} + C^0_{L\,i})}{n}$$

На рисунке 3 приведена графическая интерпретация области безубыточной и эффективной деятельности предприятия с предельными и средними значениями переменных экономических параметров, определяемых на основе анализа данных по аналогичным предприятиям (для анализа могут выступать отраслевые показатели, показатели по наиболее эффективным предприятиям отрасли и т.п.).

На рисунке 3:

• AB – линия безубыточности;

• CD – линия эффективности;

• ABF – область безубыточной деятельности предприятия;

• CDF – область эффективной деятельности предприятия;

• точка 1 – точка, соответствующая деятельности предприятия с рентабельностью выше заданной;

• точка 2 – точка, соответствующая деятельности предприятия с заданной рентабельностью;

• точка 3 – точка, соответствующая деятельности предприятия с рентабельностью ниже заданной;

• точка 4 – точка, соответствующая уровню безубыточности;

• точка 5 – точка, соответствующая убыточной деятельности предприятия;

• точка 6 – точка, соответствующая среднеотраслевым (средним по группе предприятий) показателям экономической деятельности.

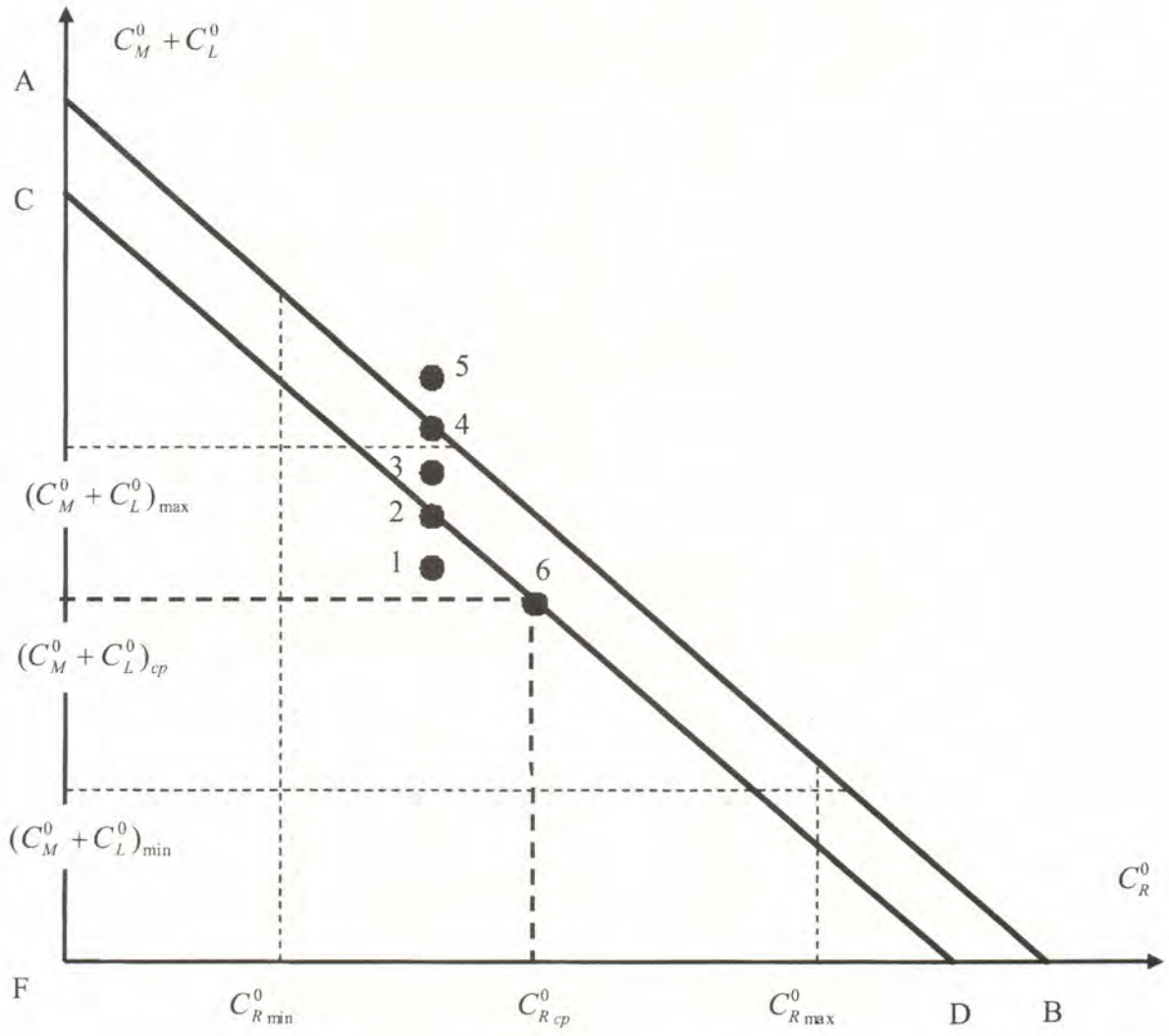


Рис. 3. Характеристика области безубыточной и эффективной деятельности предприятия

Рассмотрим пример построения линии безубыточной и эффективной деятельности предприятия для общего режима налогообложения и нахождения области безубыточной и эффективной деятельности предприятия, а также выполним оценку экономической эффективности деятельности рассматриваемого предприятия в сравнении со среднеотраслевыми показателями.

В качестве исходных данных примем следующие:

а) характеристика отрасли:

- средний уровень заработной платы по отрасли – 10000 руб.;
- среднегодовая численность работающих – 1900 чел.;
- объем выпуска продукции (выручка) в год – 750 млн руб.;
- амортизационные отчисления в год – 30 млн руб.;
- доля материальных расходов в выручке – 35%;
- доля прочих расходов в выручке – 5%;
- средняя фондоотдача предприятий отрасли – 2,5;
- средний уровень рентабельности по отрасли – 10%;

б) характеристика рассматриваемого предприятия:

- выручка предприятия за год – 10 млн руб.;
- среднемесячная заработная плата – 12 тыс. руб.;

– среднегодовая численность работающих – 11 человек;
– материальные расходы за год составили – 3,5 млн руб.;
– прочие расходы за год составили – 1,5 млн руб.

Определим предельные значения расходов для построения линии безубыточной деятельности предприятия.

Предельная доля расходов на оплату труда при нулевом уровне материальных и прочих расходов составит (2):

$$C_R^0 = \frac{1 - C_A^0 - \frac{0,18}{1,18} - \frac{0,022}{\varphi}}{1,26} = \frac{1 - 30/750 - \frac{0,18}{1,18} - \frac{0,022}{2,5}}{1,26} = \frac{1 - 0,004 - 0,152 - 0,009}{1,26} = 0,62.$$

Предельная доля материальных и прочих расходов при нулевом уровне расходов на оплату труда составит (3):

$$C_м^0 + C_L^0 = \frac{1 - C_A^0 - \frac{0,18}{1,18} - \frac{0,022}{\varphi}}{1 - \frac{0,18}{1,18}} = \frac{1 - 30/750 - \frac{0,18}{1,18} - \frac{0,022}{2,5}}{1 - \frac{0,18}{1,18}} =$$

$$= \frac{1 - 0,004 - 0,152 - 0,009}{0,848} = 0,98.$$

Определим предельные значения расходов для построения линии эффективной деятельности предприятия.

Предельная доля расходов на оплату труда при нулевом уровне материальных и прочих расходов составит (5):

$$C_R^0 = \frac{1 - C_A^0 - \frac{0,18}{1,18} - \frac{0,022}{\varphi} - \rho}{1,26} = \frac{1 - 30/750 - \frac{0,18}{1,18} - \frac{0,022}{2,5} - 0,1}{1,26} =$$

$$= \frac{1 - 0,004 - 0,152 - 0,009 - 0,1}{1,26} = 0,58.$$

Предельная доля материальных и прочих расходов при нулевом уровне расходов на оплату труда составит (6):

$$C_м^0 + C_L^0 = \frac{1 - C_A^0 - \frac{0,18}{1,18} - \frac{0,022}{\varphi} - \rho}{1 - \frac{0,18}{1,18}} = \frac{1 - 30/750 - \frac{0,18}{1,18} - \frac{0,022}{2,5} - 0,1}{1 - \frac{0,18}{1,18}} =$$

$$= \frac{1 - 0,004 - 0,152 - 0,009 - 0,1}{0,848} = 0,83.$$

Представим область безубыточной и эффективной деятельности предприятия в графическом виде (рис. 4) и выполним сравнение экономических показателей деятельности предприятия со среднеотраслевыми показателями.

Среднеотраслевые показатели:

- средняя доля материальных и прочих расходов – 0,4;
- средняя доля расходов на оплату труда составляет:

$$\frac{0,01 \times 1900 \times 12}{750} = 0,3.$$

Показатели предприятия:

- доля материальных и прочих расходов – 0,5;
- доля расходов на оплату труда:

$$\frac{0,012 \times 14 \times 12}{10} = 0,2.$$

Как видно на рисунке 4, экономическая эффективность деятельности рассматриваемого предприятия несколько выше, чем среднеотраслевая (точка, характеризующая долю материальных, прочих расходов и расходов на оплату труда предприятия, лежит ниже линии эффективности, т. е. рентабельность предприятия выше среднеотраслевой). При этом видно, что экономические параметры деятельности предприятия существенно отличаются от среднеотраслевых – доля расходов на оплату труда ниже среднеотраслевых, что может быть связано, например, с применением более производительного оборудования с меньшими трудозатратами, а может – с уходом от налогообложения за счет выплаты части з/п в «конверте»; доля материальных и прочих расходов выше среднеотраслевых, что может быть связано, например, с более агрессивной по сравнению с конкурентами деятельностью предприятия по продвижению продукции (рекламной деятельностью) и др. особенностями, отличающими данное предприятие от конкурентов. Причины отклонения от среднеотраслевых показателей могут быть различные, и в каждом конкретном случае требуются специальный анализ и дополнительные данные для их выявления.

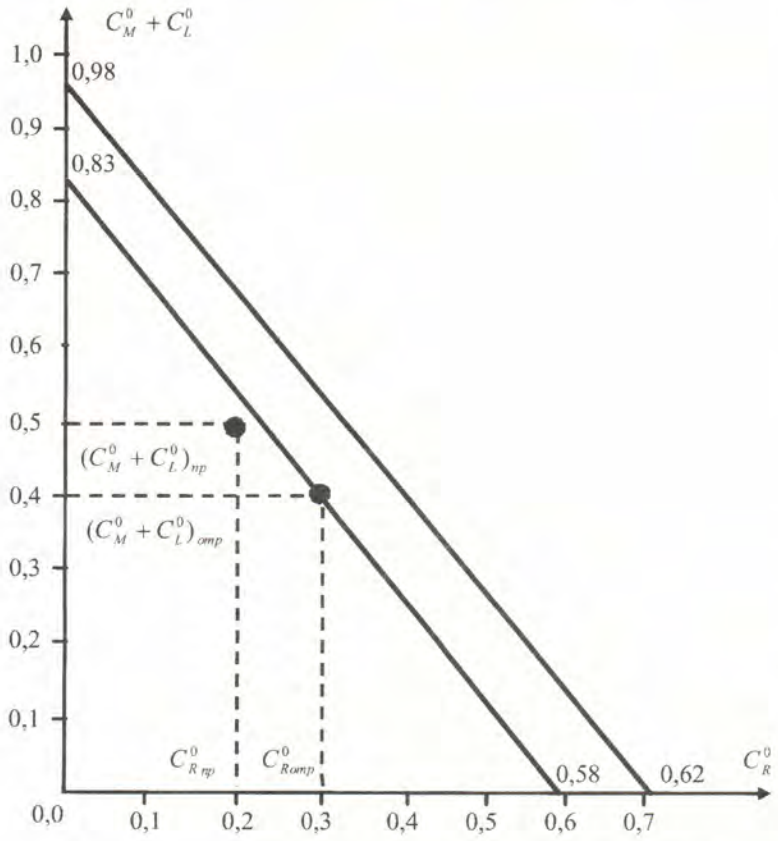


Рис. 4. Графическое представление области безубыточной и эффективной деятельности предприятия для рассматриваемого примера

Таким образом, достаточно эффективным инструментом экономической оценки могут служить не только традиционно используемая модель, позволяющая найти точку безубыточности для предприятия (или объем реализации, обеспечивающий заданную прибыль), но и модель, позволяющая получить все возможные сочетания экономических показателей предприятия для заданных условий (налоговых и прочих), обеспечивающих заданный экономический результат (безубыточную деятельность или определенную рентабельность продаж).

Литература:

1. Кабанов В. Н. Теория моделирования экономики города / В. Н. Кабанов. – Волгоград : Изд-во ВолгГАСА, 2000. – 254 с.

Ящук Татьяна Васильевна,
к.э.н., доц. кафедры финансов, бухгалтерского учета
и аудита Волгоградского государственного
архитектурно-строительного университета,
e-mail: yashchuk@tele-kom.ru
Нестеренко Елена Анатольевна,
соискатель кафедры экономики и управления проектами
в строительстве Волгоградского государственного
архитектурно-строительного университета,
менеджер кафедры философии, истории, социологии
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: luna96@yandex.ru

Оценка экономической эффективности строительного бизнеса
Economic efficiency estimation of building business

Рассмотрены инструменты оценки экономической эффективности бизнеса и особенности функционирования строительной сферы России. Предложено применять различные подходы к оценке эффективности строительного бизнеса в целом и отдельных его участников. Представлены рекомендации по применению критериев оценки экономической эффективности.

The tools of the estimation of economic efficiency of business and the peculiarities of functioning of building sphere of Russia are considered. It is offered to apply various approaches to the estimation of the efficiency of building business as a whole and its separate participants. Recommendations for the application of criteria of the economic efficiency estimation are presented.

Ключевые слова: строительный бизнес; эффект; экономическая эффективность бизнеса; виды экономической эффективности бизнеса; системы оценки экономической эффективности бизнеса.

Keywords: building business, effect; economic efficiency of business; kinds of economic efficiency of business; estimation system of economic efficiency of business.

Строительный бизнес – это сложная сфера экономики страны, поскольку выпуск строительной продукции зависит от участия в строительстве многочисленных специализированных организаций, использования разнообразных ресурсов, и от его состояния и развития зависит успех расширенного воспроизводства во всех отраслях экономики, а также удовлетворение потребностей населения страны в жилье и объектах социально-культурной сферы.

В настоящее время происходят структурные изменения в строительном бизнесе России. Ранее применявшиеся правила взаимоотношений предприятий строительной отрасли между собой и с государственными органами власти корректируются и внедряются идеи саморегулирования рынка подрядных работ бизнес-сообществом. В соответствии с Федеральным законом от 22 июля 2008 г. № 148-ФЗ «О внесении изменений в Градостроительный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» с 1 января 2010 г. действие строительных лицензий отменяется, и деятельность предприятий в сфере строительства будет возможна при получении свидетельства о допуске к работам, которое выдается только членам саморегулируемой организации (СРО).

Предполагается, что внедрение саморегулирования позволит повысить качество строительной продукции и усилит ответственность бизнес-структур перед потребителями. Однако уже на первом этапе модернизации экономической деятельности в строительстве выявлены факторы, негативно влияющие на эффективность бизнеса. Так, в соответствии с новой главой (6.1) Градостроительного кодекса Российской Федерации каждый из участников рынка должен будет в зависимости от вида деятельности вступить в члены одной из СРО, ответственной за проектирование, инженерные изыскания и капитальное строительство. Это означает снижение интеграционного взаимодействия с партнерами по бизнесу, поскольку ранее происходило их объединение в рамках одной общественной организации, отстаивающей интересы строителей,

а теперь нескольких, если вообще СРО, кроме контрольных функций будут оказывать помощь ее членам. Подобное нововведение может оказать отрицательное воздействие не только на организацию взаимодействия участников совместного бизнеса, но и снизит финансовые результаты деятельности строительных компаний, поскольку за счет их средств будет финансироваться деятельность многочисленных СРО. Так, например, крупным строительным компаниям, осуществляющим полный комплекс работ по строительству объектов, необходимо будет стать членами сразу трех различных СРО. Вступление в СРО предполагает осуществление нескольких видов платежей: взнос в компенсационный фонд; вступительный и ежегодный взносы; страхование гражданской ответственности. Столь высокая цена «вхождения в рынок» в условиях экономического кризиса, несомненно, приведет к снижению экономической эффективности строительного бизнеса.

В этих условиях для сохранения производственного и трудового потенциала строительных предприятий их функционирование должно осуществляться только на основе повышения эффективности производства продукции и услуг. Для этого необходимо использовать современные методы управления бизнесом на основе оценки его экономической эффективности. В связи с этим особенно актуальным является исследование способов оценки экономической эффективности строительного бизнеса в целом и отдельных его участников.

Вместе с тем теоретические разработки и методические рекомендации по оценке эффективности бизнеса удовлетворяют не всем требованиям современной практики управления строительным бизнесом.

В научных трудах отечественных и зарубежных ученых даны общие и множество частных определений понятия «эффективность» и предложены различные методы ее измерения. Однако эффективность – это сложная категория экономической науки, и дискуссии по вопросам ее представления в показателях и измерителях до сих пор не прекращаются. Особый практический интерес к этой категории объясняется тем, что она является основой построения критериев ценности принимаемых управленческих решений. Принято считать, что эффективность – это качественная категория, связанная с интенсивностью функционирования хозяйствующих субъектов и отрасли в целом[1].

Под экономической эффективностью бизнеса понимается его способность непрерывно, успешно и динамично развиваться и достигать наивысших результатов при достижении целей бизнеса[2].

Оценка экономической эффективности бизнеса неразрывно связана с определением эффекта, т. е. результата деятельности в стоимостном измерении. Однако в отличие от эффекта, эффективность учитывает не только результат деятельности, но и соизмеряет полученный эффект с затратами или ресурсами, использованными для достижения этого эффекта.

В связи с особенностями строительного бизнеса предлагается применять различные подходы к оценке его эффективности, а именно использовать одни методы для оценки эффективности строительного бизнеса как интегрированного структурного образования, а другие – для оценки эффективности коммерческой деятельности отдельных участников бизнеса.

Рассматривая первый подход, следует отметить, что успех строительного бизнеса зависит от согласования интересов строительных предприятий, потребителей продукции, поставщиков ресурсов, партнеров по бизнесу, законодательных и общественных организаций. Предприятиям строительной отрасли приходится действовать с учетом интересов разных сторон и быть ориентированными на результаты своей деятельности. Ни один из участников строительного бизнеса, как непосредственно занятый в строительном производстве, так и заинтересованный в его результатах, не имеет значения сам по себе, они все важны в совокупности как интегрированное целое. Поэтому и эффективность строительного бизнеса следует рассматривать как результат

---

[1] Бекетов Н. В., Тарасов М. Е. Принципы и методы оценки экономической эффективности функционирования строительных фирм // Экономический анализ: теория и практика. – 2008. – № 8. – С. 2–9.

[2] Бекетов Н. В., Тарасов М. Е. Указ. соч. – С. 2–9; Дзахмишева И. Ш., Яицкая Е. А. Методологические основы эффективности развития организации и управления производством // Экономический анализ: теория и практика. – 2005. – № 15. – С. 22–26.

функционирования интегрированного структурного образования с учетом взаимосвязи и взаимозависимости его отдельных элементов.

Для оценки эффективности строительного бизнеса в целом целесообразным является рассмотрение всех видов экономической эффективности:

– производственной, полученной за счет кооперации, специализации, ритмичности и равномерности производства строительной продукции, взаимного использования производственных мощностей (основных фондов на правах аренды, на правах совместной собственности, мощностей предприятий промышленности строительных материалов и конструкций и др.), и технологий, развития системы взаимных поставок материальных ресурсов;

– финансовой, полученной за счет оптимального распределения финансовых ресурсов (ускорение взаиморасчетов, перераспределение финансовых потоков, использование временно свободных денежных средств и др.) позволяющего иметь нормальную ликвидность активов, финансовую устойчивость и кредитоспособность участников бизнеса;

– социальной, полученной за счет перераспределения трудовых ресурсов, поддержания определенного уровня заработной платы, обеспечения безопасности производства и социальной защиты работников и членов их семей, значимости для общества выпускаемой продукции;

– научно-технической, полученной за счет готовности и восприимчивости к внедрению в производство достижений науки и техники, прогрессивных технологий;

– информационной, полученной за счет использования информационных ресурсов общего пользования (федеральные, региональные сметные нормативы, технические регламенты и др.);

– организационно-управленческой, полученной за счет интеграционной связи между участниками бизнеса и др.

Выразим экономическую эффективность E – величиной, определяемой как отношение эффекта к произведенным затратам, связанным с получением эффекта. Критерием эффективности строительного бизнеса как интегрированного структурного образования может являться наличие синергетических свойств. Так, общую экономическую эффективность строительного бизнеса можно представить в виде неравенства:

$$\sum_{i=1}^{m}\sum_{j=1}^{n} E_{ij} \le E_s, \qquad (1)$$

где E_{ij} – j-й вид экономической эффективности i-го предприятия – участника бизнеса как независимого хозяйствующего субъекта; E_S – общая экономическая эффективность бизнеса; m – общее число участников бизнеса; n – общее число видов экономической эффективности.

Если величину разности левой и правой частей неравенства (1) обозначить ΔE_S, то получим

$$\Delta E_s = E_s - \sum_{i=1}^{m}\sum_{j=1}^{n} E_{ij}, \qquad (2)$$

где величина ΔE_S определяет наличие синергетических свойств в результате совместных действий участников бизнеса, если $\Delta E_S > 0$, или отсутствие, если $\Delta E_S \le 0$, а величина $\Delta E_S > 0$ характеризует устойчивость синергетических свойств по взаимодействию участников бизнеса. Причем чем больше $\Delta E_S > 0$, тем быстрее идут процессы взаимодействия участников бизнеса и усиления синергетических свойств, следовательно, и повышения эффективности бизнеса.

Рассматривая второй подход, а именно исследование эффективности коммерческой деятельности отдельных участников бизнеса, следует отметить, что в качестве критерия эффективности принято считать достижение максимального результата на основе имеющихся

средств (принцип максимизации) или достижение определенного результата с использованием минимальных средств (принцип минимизации)[1].

Критерии эффективности в научной экономической литературе рассматриваются на основе затратного (потребленные ресурсы) и ресурсного (примененные ресурсы) методов. При применении затратного метода определяется эффективность использованных ресурсов, которая рассчитывается как отношение реализованной продукции или прибыли от продаж продукции к стоимости потребленных ресурсов (затрат), т. е. определяется эффективность каждой единицы произведенных затрат. Используя ресурсный метод, эффективность представляют как результат деятельности предприятия на единицу имеющихся ресурсов (трудовых, материальных, финансовых).

Каждый из этих методов имеет свои показатели эффективности, которые не противоречат друг другу, наоборот, при их использовании можно более точно измерить эффективность деятельности предприятия, определить резервы ее повышения. В то же время и ресурсный и затратный методы страдают определенной однобокостью, что не позволяет сделать объективную и точную оценку эффективности экономической деятельности отдельных участников бизнеса.

Поскольку каждое предприятие представляет собой экономическую систему, состоящую из множества элементов, между которыми существуют многообразные связи, то практически невозможно измерить и выразить эффективность деятельности предприятия как единым обобщающим показателем, так и несколькими показателями, отражающими использование ресурсов и результативность деятельности. Следовательно, оценка эффективности деятельности отдельного предприятия предполагает проведение комплексного экономического анализа, позволяющего глубоко и детально исследовать различные аспекты его деятельности. Следует отметить, что в трудах отечественных ученых по экономическому анализу неоднократно подчеркивается, что эффективность – категория комплексная и может быть определена на основе применения различных систем показателей.

Для оценки эффективности коммерческой деятельности отдельных участников бизнеса могут использоваться системы показателей: финансово-хозяйственной деятельности; деловой активности; эффективности управления.

Система показателей, отражающих состояние финансово-хозяйственной деятельности предприятий, должна включать показатели, определяющие влияние на эффективность бизнеса факторов интенсивного и экстенсивного характера, а также показатели результатов и результативности.

Использование таких экономических показателей, как производительность труда, зарплатоотдача, материалоотдача, фондоотдача, показывающих опережение темпов роста результатов деятельности предприятий по сравнению с темпами роста производственных ресурсов, может указывать на интенсификацию деятельности предприятий, что и обеспечивает повышение эффективности бизнеса. Напротив, экстенсивное развитие выражается в вовлечении в производство дополнительного количества ресурсов и увеличении времени их использования. К показателям экстенсивного использования ресурсов предприятий можно отнести следующие: численность работников, фонд оплаты труда, материальные затраты, стоимость основных производственных фондов и оборотных средств. Показателями результатов и результативности деятельности предприятий являются различные показатели прибыли в абсолютном и относительном (коэффициенты рентабельности) выражении.

В систему показателей, отражающих деловую активность предприятий, следует включать показатели, характеризующие темпы развития строительных предприятий, эффективное использование их экономического потенциала и достижение целей бизнеса. Оценка деловой активности строительных предприятий предполагает использование как качественной характеристики их деятельности (деловая репутация, конкурентоспособность продукции, наличие стабильных поставщиков и заказчиков продукции и др.), так и количественную оценку, включающую абсолютные (выручка от продаж продукции, стоимость активов и др.)

[1] Чаплина А., Войцеховская И. Конкурентоспособность как интегральный показатель эффективности предприятия // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 3. – С. 108–113.

и относительные показатели (темп роста выручки от продаж продукции, коэффициенты оборачиваемости и др.)[1].

Если в результате исследования будет выявлено снижение деловой активности, то необходимо рассмотреть влияние следующих факторов: положение на рынке подрядных работ в условиях усиления конкуренции; производство не пользующейся спросом строительной продукции; снижение потенциала в деловом сотрудничестве; увеличение степени зависимости от внешних кредиторов и инвесторов; наличие неплатежеспособных дебиторов; снижение эффективности хозяйственных и финансовых операций и др.

В систему показателей оценки эффективности управления могут быть включены как качественные (уровень квалификации работников аппарата управления, достоверность и полнота информации, научно-технический уровень управления и др.), так и количественные показатели (трудоемкость управленческих работ, объем продукции на одного управленческого работника, затраты на управление на один рубль продукции и др.)[2].

Оценка эффективности деятельности строительных предприятий с использованием представленных выше систем показателей позволяет выявить основные направления поиска резервов повышения эффективности строительного бизнеса.

Поскольку возведение объектов строительства связано как минимум с взаимодействием при производстве работ предприятий, исполняющих функции генподрядчика и субподрядчика, и от согласованности их действий зависит наличие или отсутствие экономического эффекта, то особую целесообразность имеет оценка экономической эффективности бизнеса группы взаимосвязанных предприятий. Оценка эффективности бизнеса группы взаимосвязанных предприятий должна включать в себя основные элементы исследования по двум направлениям: оценка экономической эффективности как результата функционирования интегрированного структурного образования и исследование эффективности коммерческой деятельности отдельных участников бизнеса.

Для подобной оценки эффективности следует создать дополнительную систему экономических показателей и использовать результаты оценки стоимости предприятий. При построении системы показателей, обеспечивающей объективную и точную оценку эффективности деятельности группы взаимосвязанных строительных предприятий в процессе выпуска строительной продукции, предлагается выполнить следующие действия: отразить все основные виды деятельности; учесть специфические условия функционирования строительной отрасли; измерить основные результаты, направленные на достижение целей совместного бизнеса; включить обобщающие и частные показатели, отражающие деятельность участников бизнеса; обеспечить количественную измеримость, универсальность показателей для предприятий с различными организационно-правовыми формами; не допускать дублирования показателей в различных классификационных системах показателей; учесть влияние на деятельность предприятий разнообразных факторов.

Использование для оценки эффективности бизнеса группы взаимосвязанных строительных предприятий результатов оценки стоимости предприятий (имущественный, доходный, сравнительный подходы) позволит сравнить годовые темпы капитализации по отчетным периодам и среднегодовой темп развития отдельного предприятия с темпами развития партнеров по бизнесу и конкурентов. Это может способствовать увеличению стоимости отдельных предприятий и в конечном итоге обеспечить более успешное позиционирование группы взаимосвязанных предприятий на рынке подрядных работ.

В заключение следует отметить, что оценка эффективности деятельности отдельных предприятий, группы взаимосвязанных строительных предприятий и строительного бизнеса в целом носит комплексный характер, так как определяет уровень развития средств производства и используемых технологий, производственные способности предприятий по выпуску определенного объема продукции и возможности его финансового обеспечения.

---

[1] Симионов Р. Ю. Методология анализа показателей управления экономическим ростом строительных организаций // Аудит и финансовый анализ. – 2005. – № 3. – С. 228–238.

[2] Там же.

По результатам подобного исследования, отражающего уровень развития экономической системы строительной сферы страны, могут быть разработаны рекомендации, позволяющие оптимизировать достижение целей строительного бизнеса.

Литература:

1. Бекетов Н. В. Принципы и методы оценки экономической эффективности функционирования строительных фирм / Н. В. Бекетов, М. Е. Тарасов // Экономический анализ: теория и практика. – 2008. – № 8. – С. 2–9.

2. Дзахмишева И. Ш. Методологические основы эффективности развития организации и управления производством / И. Ш. Дзахмишева, Е. А. Яицкая // Экономический анализ: теория и практика. – 2005. – № 15. – С. 22–26.

3. Чаплина А. Конкурентоспособность как интегральный показатель эффективности предприятия / А. Чаплина, И. Войцеховская // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 3. – С. 108–113.

4. Ендовицкий Д. А. Система показателей анализа деловой активности хозяйствующего субъекта / Д. А. Ендовицкий, В. А. Лубков, Ю. Е. Сасин // Экономический анализ: теория и практика. – 2006. – № 17. – С. 2–12.

5. Симионов Р. Ю. Методология анализа показателей управления экономическим ростом строительных организаций / Р. Ю. Симионов // Аудит и финансовый анализ. – 2005. – № 3. – С. 228–238.

Соловьева Ирина Николаевна,
к. э. н., главный бухгалтер ЗАО «Гелио-Пакс»
Крастелев Руслан Николаевич,
аспирант кафедры экономического анализа и финансов
Волгоградской государственной
сельскохозяйственной академии,
e-mail: meon_nauka@mail.ru

Экономические отношения в агрохолдингах
Economic relations in agricultural holding companies

Рассмотрен экономический механизм агропроизводства как совокупность экономических инструментов. Представлены основные элементы экономического механизма. Уточнены объекты воздействия экономического механизма в агрохолдингах.

The economic mechanism of farming industry is examined as a collection of economic instruments. Basic elements of economic mechanism are presented. Objects of economic mechanism impact in agricultural holding companies are specified.

Ключевые слова: экономические отношения; экономический механизм; агрохолдинги, ценообразование; кредитование; страхование; налогообложение; субсидирование.

Key words: economic relations; economic mechanism; agricultural holding companies; price formation; crediting; insurance; taxation; financing.

Экономические отношения агропредприятий в качестве части внутрисистемных отношений агрохолдингов трактуются как подсистема экономического механизма агропроизводства. Они имеют свои особенности, обусловленные, с одной стороны, юридической самостоятельностью агропредприятий, с другой – их экономической зависимостью. Поэтому инструменты общей системы экономического механизма хозяйствования в аграрной сфере, опосредуясь через внутрисистемные отношения агрохолдингов, формируют внешнюю среду функционирования агропредприятий и выступают по отношению к ним внешним, формальным институтом, на базе которого и следует конструировать механизм экономического взаимодействия в агрохолдингах.

В экономической литературе экономический механизм рассматривают как совокупность экономических инструментов (рычагов, стимулов, мер) воздействия на экономику агропроизводства. Разделяя такой подход к дефиниции экономического механизма, хотелось бы внести ясность относительно структурирования его элементов, их соотношения, соподчиненности, взаимосвязи и взаимообусловленности на различных ступенях иерархии. В этой связи целесообразно выделить объект воздействия, коим может быть агропромышленный комплекс, сельское хозяйство как вид экономической деятельности, товаропроизводитель, трудовой коллектив подразделения агропредприятия, отдельный его работник.

Конкретизация объекта воздействия позволяет структурировать экономический механизм хозяйствования на макро-, мезо- и микроуровнях. Экономические интересы различных объектов на определенных этапах достижения цели могут не совпадать и даже быть противоречивыми. И поэтому в каждый данный период важно определить соответствие отдельных элементов экономического механизма, а также их совокупности, поставленным целям объекта воздействия. И здесь во главу угла необходимо поставить воспроизводственный процесс.

В условиях рынка высокая эффективность агрохолдингов возможна лишь при формировании экономического механизма, адекватного не только рыночным требованиям, но и отношениям собственности. Действенный экономический механизм должен обеспечивать нормально работающим товаропроизводителям условия расширенного воспроизводства. Основу его на макро- и мезоуровне составляют ценовые и финансово-кредитные отношения, которые реализуются посредством цен, налогов, кредитов, бюджетного финансирования, страхования и других инструментов (рис. 1).

Ценовое поле АПК представлено множеством видов цен: оптовые, отпускные, розничные, гарантированные закупочные, залоговые, договорные, рыночные, пороговые и другие. Каждая из них обслуживает свой сегмент рынка и имеет свои особенности ценообразования. Известно, что цена на сельскохозяйственную продукцию определяется не только спросом и предложением, но и рядом других факторов, неучет которых может привести к нестабильности в экономике и социальной напряженности в обществе. Ведь цена – это не только экономическая категория. Она несет на себе и социальную нагрузку.

К факторам, обусловливающим особенности ценообразования, следует отнести:

- природно-биологическую основу сельского хозяйства;
- различие земель по качеству и местоположению;
- зависимость сельского хозяйства от погодных условий;
- диспаритет цен на сельскохозяйственную, промышленную продукцию и услуги для села;
- снижение доли сельского хозяйства в цене конечного продукта;
- социальную значимость производимой продукции;
- низкую эластичность спроса и предложения на продукцию сельского хозяйства;
- низкий платежеспособный спрос населения;
- тип рынка сельскохозяйственной продукции, который характеризуется нами как монополистический.

Низкий платежеспособный спрос населения наряду со слабой и несовершенной поддержкой государства в условиях монополизации экономики стали основными причинами резкого снижения объемов производства сельскохозяйственной продукции и финансового краха агропредприятий.

Ведь стихийное колебание цен оказывает разрушительное воздействие, прежде всего, на первичную сферу материального производства – сельское хозяйство. За период с 1999 по 2004 гг. соотношение цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию составило 1,02:1. Однако относительная паритетность в изменении цен после 1998 г. не может решить еще долгое время проблему дистанцированности цен на продукцию сельского хозяйства, сложившуюся до 1999 г., тем более что 2005 и 2009 гг. снова обострили ценовую проблему. В практическом аспекте это связано, во-первых, с недостатком бюджетных ресурсов, во-вторых, с различными подходами к установлению цен на промышленную и сельскохозяйственную продукцию. По-

следняя устанавливается на рынке монополистической конкуренции, тогда как цены на промышленную продукцию монопольные.

Особая значимость государственного регулирования аграрной сферы, как показывает практика последних лет, должна выражаться в поддержке цен на сельскохозяйственную продукцию и доходов товаропроизводителей. Субсидируется продукция растениеводства и животноводства, компенсируется часть затрат по оплате ресурсов и услуг, действует программа льготного кредитования. Кроме того, в бюджетном финансировании необходимо усиление ее инвестиционной составляющей, которая на данный момент не акцентируется, необходимо обеспечить доступность к кредитам основной массы товаропроизводителей под гарантии государства и, бесспорно, увеличить размеры государственной поддержки.

Эту роль на данном этапе призваны выполнять национальные проекты в сфере агробизнеса. И, несмотря на множество проблем, трудность их практической реализации, это является началом цивилизованных отношений между государством и сельскохозяйственными товаропроизводителями в области субсидирования, обеспечивающими, с одной стороны, доступность к кредитным ресурсам, с другой – экономическую ответственность со стороны агробизнеса, а следовательно, стимулирование эффективности хозяйствования.

Частью экономических отношений является налогообложение, которое активно воздействует на экономику аграрной сферы. Сложившаяся на данный период система налогов характеризуется множеством их видов и постоянно дополняется различными сборами и платежами. Основным принципом государственной налоговой политики должно стать сочетание ее фискального и стимулирующего характера. Пока же этого не прослеживается.

Следует заметить, что и в странах с развитой рыночной экономикой структура налоговых сборов и платежей, выплачиваемых сельскохозяйственными товаропроизводителями, характеризуется множественностью не только налогов, но и разнообразием налогооблагаемой базы. Видимо, налогообложение и в России должно учитывать национальные особенности функционирования агробизнеса, условия внешней экономической среды, финансовую обеспеченность агропредприятий и ряд других факторов, определяющих налоговую политику государства. В условиях финансовой несостоятельности подавляющего числа агропредприятий, их низкой экономической культуры целесообразно не только сокращение количества налогов, но и снижение ставок, что адекватно усилению стимулирующей составляющей налогообложения и снижению ее фискальной части.

Одной из причин продолжающейся неустойчивости аграрного производства можно считать также разрушение прежней системы обязательного централизованного страхования сельского хозяйства.

Формирование сети компаний на страховом рынке России следует оценивать положительно с позиций конкуренции на данном сегменте страховых услуг, что привело не только к расширению последних, но и снижению тарифов на них. Тем не менее положение в сфере сельскохозяйственного страхования остается критическим. Причин много, но основная из них – слабое финансовое состояние большинства сельскохозяйственных товаропроизводителей. Положение усугубляется также отсутствием гарантий своевременных выплат со стороны страховых компаний. Ведь сельскохозяйственное страхование имеет свои особенности, связанные с неурожаем из-за погодных условий. Последние могут охватывать целый регион, и возместить такую сумму бывает непросто. Подобная ситуация может возникнуть и в животноводстве из-за болезни животных. Все это обусловливает государственное вмешательство в данную сферу экономического механизма АПК.

В условиях рыночной экономики все большее значение отводится такому элементу экономического механизма, как кредитование. Несмотря на подобное признание, формирующаяся система сельского кредита характеризуется недостаточной эффективностью и прежде всего в части доступности кредитов, их дороговизны. В условиях сокращения бюджетного финансирования при вступлении России в ВТО роль заемных средств значительно возрастет, поэтому необходимо создание отлаженной, адекватной современным условиям кредитной системы, основанной на взаимодействии с ценовой и финансово-бюджетной политикой государства.

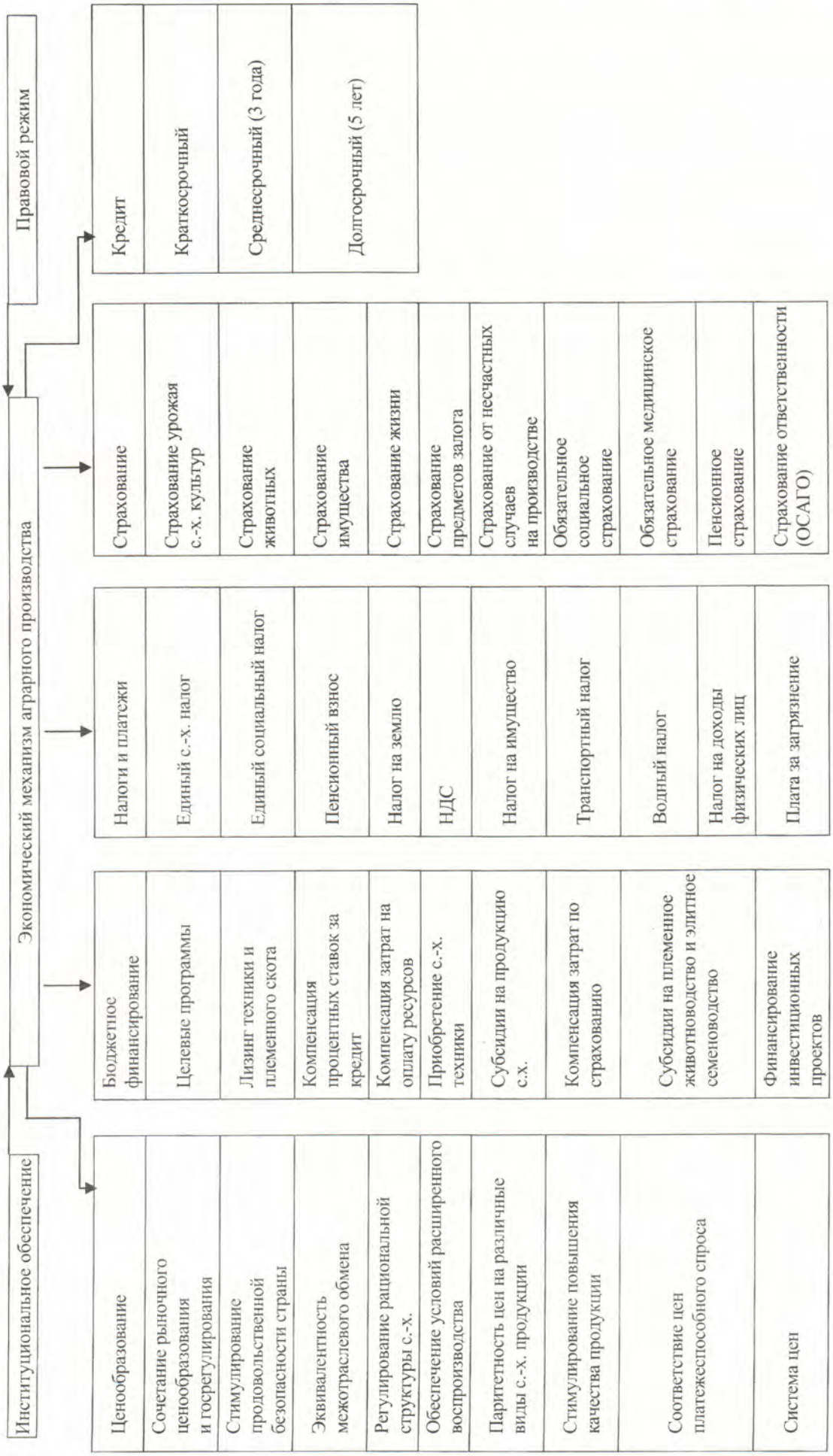


Рис. 1. Структурирование элементов экономического механизма аграрного сектора АПК

Определяющими принципами кредитования всегда являлись экономичность, целенаправленность, возвратность, материальная обеспеченность. В дореформенный период кредит для сельских товаропризводителей был дешевым и доступным. Его годовая ставка по краткосрочным ссудам не превышала 5%, а по долгосрочным – колебалась от 0,15 до 2%. Льготное кредитование для этого сектора экономики оставалось до конца 1993 г. Однако нецелевое использование большинства полученных кредитов привело к отмене льгот. В настоящее время кредитование предприятий АПК осуществляется на общих основаниях.

Кредиты сельскохозяйственным организациям банки предоставляют в основном под залог имущества и готовой продукции, а, учитывая ресурсную базу последних, кредит для большинства товаропроизводителей оказывается недоступным.

Не менее важным институтом финансового посредничества в аграрной сфере является сельская кредитная кооперация. Ее функция – обеспечить доступными кредитами малое предпринимательство на селе на условиях взаимного доверия. И несмотря на то что развитие сдерживается недостаточностью правовой базы, в отдельных регионах России, в частности, в Волгоградской области, она получила распространение. Принят местный закон, позволяющий формировать трехуровневую конструкцию кооперативного кредита. Первый уровень – представительство в населенном пункте, второй уровень – районный кооператив и третий – областной кооператив. Признавая значимость кредитных кооперативов на селе, следует отметить высокие ставки, несмотря на финансовые вливания в эту сеть со стороны государства. Кроме того, сельские кредитные кооперативы обслуживают специфический сектор аграрной экономики, который, по мнению многих ведущих ученых, не может быть признан локомотивом развития сельскохозяйственного производства в перспективе.

Активизацию долгосрочного кредитования связывают с развитием ипотеки, где в качестве залога предполагается использовать землю. Однако спрос на землю сельскохозяйственного назначения напрямую зависит от системной экономики, и пока экономическая среда для агробизнеса будет оставаться неблагоприятной, привлекательность земли со стороны бизнеса останется низкой в силу невысокой ликвидности ее как фактора производства.

Рассмотренный нами экономический механизм аграрного производства на макро- и мезоуровнях охватывает широкий спектр экономических рычагов, формирующихся и развивающихся адекватно рыночным отношениям.

Экономический механизм аграрного производства тесно взаимодействует с экономическим механизмом хозяйствования в агрохолдингах, частью которого выступают экономические отношения, является по отношению к нему внешней экономической средой и оказывает решающее влияние на эффективность агробизнеса.

Объектами воздействия экономического механизма в агрохолдингах выступают товаропроизводители (участники интеграции), подразделения структурных единиц, отдельные работники. Исходя из этого экономический механизм хозяйствования в агрохолдингах можно трактовать как совокупность экономических стимулов воздействия на товаропроизводителей, трудовой коллектив, отдельных работников в целях мотивации эффективности их производственно-коммерческой деятельности. Экономический механизм агрохолдингов как подсистема экономического механизма в аграрной сфере определяется не только внешней средой, но и внутренней средой.

К ним необходимо отнести форму собственности, уровень ее концентрации, организационно-правовой статус, модель интеграции, специализацию подразделений, их ресурсное обеспечение, с учетом которых и следует строить экономический механизм функционирования интегрированных формирований.

Внутрисистемный экономический механизм агрохолдингов определяет всю экономическую политику функционирующих в нем агропредприятий, частью которого являются экономические отношения.

Их формируют договорные отношения, организация внутреннего рынка, финансирование, ценообразование, инвестиционная, кредитная и учетная политика, планирование, распределение прибыли, которые целесообразно структурировать в три блока: экономические нормы и нормативы, экономические стимулы и правила взаимоотношений.

Их формирование идет постепенно снизу вверх, от простого к сложному, от централизации к демократизации в соответствии с интересами хозяйственных агентов в границах созданного ими экономического пространства.

Все эти элементы тесно связаны друг с другом, а также с другими составляющими экономического механизма хозяйствования, которые, дополняя и наполняя их новым экономическим содержанием, обеспечивают реализацию информационно-аналитических и контрольных функций, повышают экономическую ответственность агробизнеса, формируют основу стимулирования труда работников.

Механизм экономических отношений в системе агропромышленной интеграции определяют как систему экономических норм, нормативов, инструментов, регулирующих воспроизводственные условия ее участников, или как совокупность взаимосвязанных, взаимодополняющих рычагов, стимулов, санкций, методов организации производства, распределения и обмена, обеспечивающих определенную степень общности интересов и целей участников интегрированного формирования.

Литература:

1. Налог на землю в Канаде // Экономика сельского хозяйства России. – 1997. – № 3. – С. 30–32.

Папцов А. Г. Некоторые аспекты налогообложения в сельском хозяйстве за рубежом / А. Г. Папцов // Вестник кадровой политики аграрного образования и инноваций. – 2003 – № 10. – С. 30-34.

Ремезков А. Государственное регулирование аграрного сектора экономики / А. Ремезков // АПК: экономика, управление. – 2006. – № 6. – С. 7–9.

Ушачев И. Интеграционные процессы в АПК: плюсы и минусы / И. Ушачев // АПК: экономика, управление. – 2006. – № 9. – С. 7–10.

Чая В. Т. Система бюджетирования и управленческая отчетность в агрохолдингах / В. Т. Чая, Н. И. Чупахина // Экономический анализ. Теория и практика. – 2008. – № 14.

Шепитько Р. С. Экономические отношения агропредприятий в условиях интеграции: отраслевой аспект / Р. С. Шепитько, Г. А. Татаркина, И. Н. Соловьева. – Волгоград : Волгоградское научное издательство, 2007. – 155 с.

Кубанцева Ольга Викторовна,
аспирант кафедры экономики и управления,
старший преподаватель кафедры технологии
торговли и общественного питания
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: olgakubantseva@yandex.ru

Исследование понятия конкурентоспособности предприятия
The research of the notion of enterprise competitiveness

Статья содержит анализ термина «конкурентоспособность предприятия». Приведены различные определения данного понятия, сделаны обобщающие выводы.

The author analyses the notion of enterprise competitiveness and gives different definitions of the notion and makes conclusions.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия; конкурентоспособность продукции; доля рынка.

Key words: enterprise competitiveness; product competitiveness; share of market.

В условиях рыночной экономики одной из наиболее актуальных является проблема конкурентоспособности, которая побуждает различного рода коммерческие предприятия постоян-

но искать новые, более эффективные пути ее повышения. Несмотря на очевидность данной проблематики, толкование понятия «конкурентоспособность предприятия» многогранно и неоднозначно. Проведенное исследование показывает, что подход различных ученых-экономистов к данному термину зависит от наличия разных интерпретаций, освещающих поставленные вопросы.

Для того чтобы раскрыть экономическую сущность термина «конкурентоспособность предприятия», ниже представлен проведенный анализ его определения.

Конкурентоспособность – способность выдерживать конкуренцию, противостоять ей. При этом понятие конкурентоспособности применяют как к товарам (услугам), так и к предприятиям, фирмам и другим организациям[1].

Конкурентоспособность – свойство объектов, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с лучшими аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Конкурентоспособность может рассматриваться относительно таких объектов, как нормативные акты, научно-методические документы, проектно-конструкторская документация, технология, производство, выпускаемая продукция (выполняемая услуга), недвижимость, работник, информация, фирма, регион, отрасль, любая макросреда, страна в целом[2].

Конкурентоспособность предприятия – уровень преимущества или отставания фирмы или предприятия, организации по отношению к другим участникам-конкурентам на рынке внутри страны и за ее пределами, определяемый по таким параметрам, как технология, квалификация персонала, качество, политика сбыта и т.п.[3]

Конкурентоспособность предприятия – способность предприятия противостоять на рынке другим изготовителям аналогичной продукции (услуги) как по степени удовлетворения своими товарами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности[4].

Конкурентоспособность предприятия – реальная и потенциальная способность компаний, а также имеющихся у них возможностей, способностей проектировать, изготовлять и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов[5].

Конкурентоспособность предприятия – сравнительное преимущество фирмы по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри национальной экономики и за ее пределами[6].

Конкурентоспособность предприятия – способность компании реализовывать свою продукцию по цене, обеспечивающей рост и выполнение обязательств перед третьими лицами (определение определенного уровня рентабельности, формирование основных фондов, возврат инвестиционного капитала)[7].

Конкурентоспособность предприятия – важнейший критерий целесообразности выхода предприятия на национальные и мировые товарные рынки[8].

Конкурентоспособность предприятия – способность предприятия производить конкурентоспособную продукцию за счет его умения эффективно использовать финансовый, производственный и трудовой капитал[9].

Конкурентоспособность предприятия – свойство предприятия, имеющего определенную долю соответствующего рынка, которое характеризует степень соответствия технико-функциональных, экономических, организационных и других характеристик объекта требова-

---

[1] Ребрин Ю. И. Управление качеством : учеб. пособие. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2004.
[2] Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М., 2002.
[3] Куранов Л. П. Экономическая теория. – М. : Пресс-сервис, 1998.
[4] Данилов И. П. Проблемы конкурентоспособности электротехнической продукции. – М. : Пресс-сервис, 1997.
[5] Рубин Ю. Б., Шустов В. В. Конкуренция: реалии и перспективы. – М. : Знание, 1990.
[6] Чайникова Л. Н., Чайников В. Н. Конкурентоспособность предприятия : учеб. пособие. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007.
[7] Данилов И. П. Проблемы конкурентоспособности электротехнической продукции. – М. : Пресс-сервис, 1997.
[8] Багиев Г. Л., Аренков И. А. Основы маркетинговых исследований : учеб. пособие. – СПб. : Изд-во СПбУЭФ, 1999.
[9] Данилов И. П. Проблемы конкурентоспособности электротехнической продукции. – М. : Пресс-сервис, 1997.

ниям потребителей, определяет долю рынка, принадлежащую этому предприятию, и препятствует перераспределению этого рынка в пользу других предприятий[1].

Конкурентоспособность предприятия – способность предприятия продавать свои товары[2].

Конкурентоспособность предприятия – относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной фирмы от степени удовлетворения своими товарами потребности людей и по эффективности производственной деятельности конкурентоспособность предприятия характеризует возможности и динамику приспособления к условиям рыночной конкуренции[3].

Конкурентоспособность предприятия – это способность предприятия разрабатывать, производить и продавать свою продукцию на рынке по цене, обеспечивающей в полном объеме финансово-экономические обязательства, а также количественный и качественный рост его потенциала[4].

Конкурентоспособность предприятия – способность изготовлять и сбывать товар с большей конкурентоспособностью, чем у конкурента[5].

Конкурентоспособность предприятия – это возможность и динамика приспособления его к условиям рыночной конкуренции[6].

Конкурентоспособность предприятия – это относительная характеристика, отражающая отличие процесса производства данного производителя от производителя-конкурента как по степени удовлетворения своими товарами или услугами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности[7].

Конкурентоспособность предприятия – внутреннее свойство субъекта рыночных отношений, выявляемое в процессе конкуренции и позволяющее занять свою нишу в рыночном хозяйстве капиталистического типа для расширения производства, что предполагает покрытие всех издержек производства и получение прибыли от легальной производственной деятельности[8].

Конкурентоспособность предприятия – это величина, состоящая из нескольких слагаемых факторов: качество, цена, послепродажный сервис, маркетинг[9].

Таким образом, анализируя все вышеприведенные определения, можно сделать следующие выводы:

– большинство авторов считает, что конкурентоспособность предприятия характеризует результативность использования всех ресурсов предприятия;

– конкурентоспособность предприятия является относительной характеристикой;

– конкурентоспособность предприятия в большинстве приведенных примеров не зависит от принадлежащей предприятию доли рынка;

– конкурентоспособность предприятия напрямую зависит от конкурентоспособности производимой продукции (услуг);

– на конкурентоспособность предприятия оказывают влияние различные факторы, как внутренние, так и внешние;

– конкурентоспособность предприятия оценивается путем сравнения свойств предприятия с аналогичными свойствами предприятий-конкурентов;

– несмотря на то что конкурентоспособность продукции и предприятия являются взаимосвязанными понятиями, тем не менее конкурентоспособность предприятия характеризуется показателями, отличными от применяемых при определении конкурентоспособности товара;

– конкурентоспособность предприятия показывает степень развития рассматриваемой

---

[1] Светуньков С. Г. Прогнозирование экономической конъюнктуры в маркетинговых исследованиях. – СПб., 1997.
[2] Данилов И. П. Проблемы конкурентоспособности электротехнической продукции. – М. : Пресс-сервис, 1997.
[3] Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М. : Дело, 1993.
[4] Самодуров Д. О. Стратегическое управление конкурентоспособностью предприятия на основе комплексной оценки его потенциала. – СПб., 2000.
[5] Миронов М. Г. Ваша конкурентоспособность. – М. : Альфа-пресс, 2004.
[6] Там же.
[7] Там же.
[8] Там же.
[9] Чайникова Л. Н., Чайников В. Н. Конкурентоспособность предприятия : учеб. пособие. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007.

фирмы по сравнению с уровнем развития конкурентных фирм по степени удовлетворения производимыми товарами (услугами) потребности людей и по эффективности производственной деятельности;

– на конкурентоспособность предприятия оказывает влияние совокупность факторов, как-то: качество, цена, послепродажный сервис, маркетинг.

Литература:

1. Ребрин Ю. И. Управление качеством : учеб. пособие / Ю. И. Ребрин. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2004.

2. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М., 2002.

3. Куранов Л. П. Экономическая теория / Л. П. Куранов. – М. : Пресс-сервис, 1998.

4. Данилов И. П. Проблемы конкурентоспособности электротехнической продукции / И. П. Данилов. – М. : Пресс-сервис, 1997.

5. Рубин Ю. Б. Конкуренция: реалии и перспективы / Ю. Б. Рубин, В. В. Шустов. – М. : Знание, 1990.

6. Чайникова Л. Н. Конкурентоспособность предприятия : учеб. пособие / Л. Н. Чайникова, В. Н. Чайников. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007.

7. Багиев Г. Л. Основы маркетинговых исследований : учеб. пособие / Г. Л. Багиев, И. А. Аренков. – СПб. : Изд-во СПбУЭФ, 1999.

8. Светуньков С. Г. Прогнозирование экономической конъюнктуры в маркетинговых исследованиях / С. Г. Светуньков. – СПб., 1997.

9. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 1993.

10. Самодуров Д. О. Стратегическое управление конкурентоспособностью предприятия на основе комплексной оценки его потенциала / Д. О. Самодуров. – СПб., 2000.

11. Миронов М. Г. Ваша конкурентоспособность / М. Г. Миронов. – М. : Альфа-пресс, 2004.

Полянская Ярослава Васильевна,
к. э. н., заместитель директора по производству
ООО «Волгоградналадка»,
e-mail: poly1974@mail.ru

Трансформация стратегических решений в малом бизнесе
Transformation of strategic decisions in small business

Выбор стратегии во многом определяется современными условиями рыночной среды. Каждая бизнес-структура имеет индивидуальные особенности, но почти для всех в последнее время характерна проблема совершенствования стратегий развития. В основе стратегии должны лежать гибкость технологического процесса, сокращение внутренних затрат и другие составляющие, позволяющие сохранить бизнес в условиях финансового кризиса. Одно из решений – создание стратегических коммерческих центров, интегрирующих интересы бизнес-структур малого бизнеса.

The choice of strategy is in a great deal determined by modern conditions of market environment. Each business structure has individual peculiarities, but almost for all of them there is a problem of perfection of development strategies. At its basis there must lie flexibility of technological process, reduction of internal expenses and other components, allowing us to save business in the conditions of financial crisis. One of decisions is the creation of strategic commercial centers, integrating interests of business structures of small business.

Ключевые слова: стратегия развития; базовая стратегия; бизнес-структура; стратегические коммерческие центры; современные тенденции.

Key words: development strategy; base strategy; business structure; strategic commercial centers; modern tendencies.

В настоящее время доминирующие принципы в стратегии развития малого предпринимательства в целом не соответствуют принципам построения рыночных структур, так как не обеспечивают эффективного выполнения основных функций развития малого бизнеса в условиях жесткой конкурентной борьбы и финансового кризиса.

Совершенствование базовых стратегий развития бизнес-структур в малом бизнесе должно опираться не только на использование мировых разработок, но и учитывать специфические особенности, сложившиеся в нашей стране за последние 2–3 года. В этом смысле итогом реформирования должны стать структуры предпринимательского типа, обеспечивающие наиболее полное удовлетворение потребностей, но без дополнительных затрат на производство товаров или услуг.

Хотя все бизнес-структуры в малом бизнесе по своей сути являются предпринимательскими, каждая из них отличается большим разнообразием характеристик. Это объясняется тем, что стратегии развития никогда не являются застывшими, они должны постоянно совершенствоваться в соответствии с изменяющимися внешними и внутренними условиями. Процесс реорганизации управленческих структур всегда перманентен и находится в прямой зависимости от изменений внутренней и внешней среды малых предприятий. Выбор конкретной стратегии зависит от степени насыщенности рынка и возможностей предприятия постоянно обновлять свои функции. Базовые стратегии развития бизнес-структур должны выбираться в соответствии со стадиями роста и развития предприятия. При этом стадии роста нужно рассматривать как последовательную смену стадий «интенсивный рост» – «интегративный рост» – «рост посредством диверсификации».

Функциональная стратегия развития малого предпринимательства должна сводиться к такой ориентации всех работников, которую каждый должен воспринимать как логическое продолжение своей деятельности.

Выбор конкретной стратегии зависит от степени насыщенности рынка и возможностей предприятия постоянно обновлять свои функции.

В основе новой стратегии развития малых предприятий должны лежать гибкость технологического процесса, сокращение внутренних затрат, расширение границ рынка, повсеместное усиление акцента на качество и всемирную ориентацию на потребителя и его предпочтения. Для того чтобы во время финансового кризиса в стратегии малых предприятий обеспечивались стабильность и лидирующие позиции, ныне действующим бизнес-структурам необходимо научиться искусству выживания и благополучного существования в новых формирующихся условиях постиндустриальной экономики. Все это объективно требует и новых стратегий развития, и методов управления, сопровождающихся информационным взрывом.

Современная стратегия развития в малом бизнесе уже не может опираться только на концепции предприимчивости непосредственно руководителя, ибо удельный вес неэффективно используемых ресурсов сразу создает риск банкротства.

Таким образом, стратегия развития малых предприятий в условиях постиндустриального общества – это ориентированное на достижение стратегического лидерства управление, которое должно опираться на человеческий потенциал в качестве основы организации бизнес-структуры, запросы потребителей и конкурентные преимущества для формирования устойчивых рыночных позиций.

Анализ западного опыта выбора и управления стратегией развития малых предприятий позволяет выделить основные проблемы, с которыми сталкиваются отечественные предприниматели при реализации стратегических целей развития: неожиданно высокие затраты на производство, непредвиденные трудности при оформлении документов, недостаточная координация мероприятий по организации бизнеса, слабая поддержка со стороны административных структур, неконкретная постановка задач, неразвитая информационная система для оценки реализации политики и др. Эти факторы, безусловно, будут влиять на выбор стратегий бизнес-структуры.

В настоящее время как один из вариантов может быть использована теория разработки базовых стратегий в малом бизнесе при помощи объединения стратегических зон хозяйствования в стратегически коммерческие центры. Стратегическая зона хозяйствования – это

отдельный сегмент внешней среды малого предприятия, на который оно имеет (или хочет иметь) выход.

Они должны представлять собой обособленные подразделения, отвечающие одновременно как за краткосрочные, так и за долгосрочные результаты хозяйственной деятельности предприятия. На них будет возложена ответственность за выработку стратегических позиций малого предприятия в выборе вида деятельности, разработке конкурентоспособных видов предлагаемых услуг и организации эффективных продаж. В развитых странах появление первых стратегических коммерческих центров было отмечено еще во второй половине 1970-х гг.

Стратегические коммерческие центры могут интегрироваться в деятельность малых предприятий частично или полностью. Частичная интеграция более известна в мировой практике под названием «двойная структура». В данном случае структура стратегических коммерческих центров станет дополнением к традиционной структуре. При двойной структуре одна из них будет использоваться для получения прибыли от хозяйственной деятельности, а другая – для реализации стратегических целей. Подразделения, имеющие стабильный доход, могут быть объединены под началом линейного руководителя, отвечающего за текущую производственно-хозяйственную деятельность, а хозяйственные подразделения, занятые развитием новых стратегических областей деятельности, могут быть объединены под началом управляющего стратегическим развитием.

Обе структуры должны подчиняться общему руководству объединенных бизнес-структур. Помимо создания необходимого экономического потенциала для стратегического развития двойная структура будет иметь еще одно преимущество. Она позволит предпринимателям образовать два независимых и самостоятельных руководящих органа, которые не смогут вступить в конфликт между собой в процессе работы.

Одной из наиболее заметных современных тенденций создания и функционирования стратегических центров является выделение этих структурных подразделений в самостоятельные хозяйственные единицы в торговых сетях. Но и в малом бизнесе внедрение такой технологии будет эффективной, особенно когда участники работают в одной ассортиментной линии или представляют собой элементы одного технологического процесса. Данные обстоятельства во многом связаны с активным внедрением в практику управления принципа интрапренерства, направленного на усиление предпринимательской деятельности, особенно в сфере услуг.

Опыт ведущих отечественных фирм в области современных управленческих технологий позволяет сделать вывод, что принцип интрапренерства выходит далеко за рамки существования самостоятельных хозяйственных структур. Создание интрапренерских структур не всегда требует коренных преобразований традиционной системы управления бизнес-структурами. Этот принцип легко вписывается, например, в рамки традиционной функциональной стратегии развития, так как любая компания может рассматриваться как социальная система, обладающая собственной неформальной структурой межличностных отношений.

Создание региональных производственно-коммерческих центров бизнес-структурами на основе принципов интрапренерства может обеспечить сбалансированность интересов и координацию разрабатываемых стратегий с учетом всех рыночных требований.

Литература:

1. Коно Т. Стратегия и структура японских корпораций / Т. Коно. – М. : Экономика, 1991. – 41 с.

2. Стратегическое планирование : учеб. пособие / под ред. А. Н. Петрова. – СПб. : Питер, 2003. – 189 с.

3. Румянцева З. П. Организационные структуры управления / З. П. Румянцева // Российский экономический журнал. – 1996 . – № 4. – С. 37.

4. Рубе В. А. Малый бизнес : история, теория, практика / В. А. Рубе. – М. : ТЕНС, 2000.

5. Майзель А. И. Предпринимательские структуры в рыночной экономике / А. И. Майзель, И. С. Пивоваров. – СПб. : Печатный двор, 1995. – 430 с.

Кардаильская Тамара Геннадьевна,
ассистент кафедры экономики и
управления предприятием,
e-mail: kardailskayat@mail.ru
Магомедов Гусейн Исмайлович,
к. э. н., доц. кафедры экономики
и управления предприятием
Астраханского государственного
технического университета,
e-mail: nabiev56@list.ru

К вопросу о проблемах долгосрочного кредитования предприятий агропромышленного комплекса как основного направления инвестиционной деятельности банков на региональном уровне

Long-term crediting of agroindustrial complex enterprises as the main direction in investment banking at the regional level

Данная статья посвящена проблеме поиска дополнительных источников долгосрочного кредитования субъектов агропромышленного комплекса. С учетом дефицита долгосрочной денежной наличности банки вынуждены прибегать к альтернативным механизмам кредитования субъектов сельского хозяйства. Авторами рассматриваются наиболее эффективные способы взаимодействия банковского и сельскохозяйственного секторов – это кредитно-ипотечное кредитование и финансовая аренда.

This article is devoted to the problem of search of additional sources of long-term crediting of subjects of agroindustrial complex. Taking into account the deficiency of long-term monetary cash banks are compelled to resort to alternative mechanisms of crediting of subjects of agriculture. Authors presents the most effective ways of interaction between bank and agricultural sectors. These are credit mortgage lending and financial leasing.

Ключевые слова: инвестирование; земельно-ипотечное кредитование; лизинг; банковский сектор; агропромышленный комплекс.

Keywords: Investment; farm-mortgage lending; leasing; bank sector; agroindustrial complex.

В настоящее время на инвестиционно-кредитном рынке наблюдается тенденция к снижению объемов и сроков предоставляемых кредитов. Понятие «длинных» денег для российских банков уже не полностью оправдывает свое название. Привлечение денежных средств сроком даже до 5–7 лет вызывает серьезные трудности у банковской системы. Между тем долгосрочные кредиты играют важную роль в экономике страны, поскольку связаны с вложением средств в реальный сектор экономики и служат одним из главных источников модернизации основных производственных фондов, а следовательно, и повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции.

В современных условиях инвестиционные ресурсы являются наиболее доступными для квазигосударственных компаний, которые привлекают их для рефинансирования деятельности, поддержки компаний-контрагентов, мелкого и среднего бизнеса. Так, банки наиболее заинтересованы в проектах с государственным участием – кредитовании госкорпораций, таких как ОАО «Газпром», ОАО РЖД, ОАО «Роснефть» и т.п.[1]

Вместе с тем большинство приоритетных отраслей экономики, обозначенных в антикризисной программе Правительства Российской Федерации, в частности агропромышленный комплекс, испытывают острую потребность в инвестиционных ресурсах. Высокая степень износа основных фондов, а также их возрастная структура определяют стратегическую необходимость повышения роли банковского долгосрочного кредита для обеспечения продовольственной безопасности страны.

---

[1] Рынок долгосрочного кредитования [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www. URL : http://www.integrum.com.

Между тем у большинства отечественных предприятий наблюдается значительный износ основных фондов, а степень их обновления находится на критически низком уровне. Запланированные показатели технической и технологической модернизации сельского хозяйства по Астраханской области в период 2008–2012 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1

Техническая и технологическая модернизация сельского хозяйства Астраханской области с 2008 по 2012 гг., шт.

Наименование	*Приобретено за 2008*	*Запланировано за весь период*
Тракторы всех марок	85	850
Зерноуборочные комбайны	23	100
Кормоуборочные комбайны	4	20

Источник: по данным Минсельхоза Астраханской области за 2008 г.

Необходимо отметить, что при существующих темпах обновления и технического перевооружения средств производства сельхозпредприятий в регионе существует опасность невыполнения утвержденного плана модернизации.

На наш взгляд, главным условием преодоления экономической и технологической отсталости агропромышленного комплекса страны и восстановления его производственного потенциала является привлечение в аграрный сектор экономики долгосрочных финансовых ресурсов.

Вместе с тем региональным коммерческим банкам очень трудно изыскать свободную денежную наличность для инвестирования субъектов сельского хозяйства на долгосрочной основе. Этому способствует ряд факторов, негативно влияющих на их инвестиционную привлекательность. Прежде всего, нужно отметить отсутствие ликвидного обеспечения кредитов, предельно изношены здания и сооружения, имеющаяся техника и оборудование не могут составлять серьезную залоговую базу. Негативную окраску усиливают также высокий риск, обусловленный природно-климатическими условиями, и ряд других проблем, априори присущих сельскому хозяйству.

Заблокированные для российской экономики международные кредитные рынки, отсутствие практики секьюритизации долгов, недоступность кредитно-дефолтных свопов (так называемых рыночных страховок от дефолта заемщика) обостряют дефицит «длинных» денег в банковском секторе. Зарубежные кредиторы приостановили выдачу синдицированных кредитов, бридж-финансирование, выпуск нот и облигаций. В сложившихся условиях актуальной является проблема поиска новых источников долгосрочного кредитования, а также альтернативных механизмов их доведения до потребителя с наименьшими потерями и в сжатые сроки.

Одним из таких механизмов, слабо задействованных в отечественной практике, является земельно-ипотечное кредитование. К тому же банковское финансирование, обеспечиваемое путем залога земли, является одним из самых проверенных в мировой практике, надежных и безопасных способов привлечения внебюджетных инвестиций в реальную экономику.

Кроме того, по самой скромной оценке, стоимость сельскохозяйственных земель России при их площади свыше 220 млн га составляет более 2,5 трлн руб., что создает значительные предпосылки для использования указанного механизма долгосрочного кредитования[1].

Важнейшее преимущество земельно-ипотечного кредитования заключается в его долгосрочности и сравнительно большом объеме ссуды, что дает возможность заемщику, с одной стороны, более обоснованно планировать свой бюджет, а с другой – ускорять оборот капитала и получать дополнительную прибыль. Являясь неотъемлемой частью кредитно-финансовой системы АПК, земельная ипотека служит одним из инструментов совершенствования кредитно-финансовых отношений в аграрном секторе, обеспечивая сопряжение рынков земли, ипотечных кредитов и ипотечных ценных бумаг.

Несмотря на всю привлекательность использования земельно-ипотечного кредитования, данный механизм имеет существенные недостатки:

---

[1] Магомедов Г. И. Формирование и развитие рынка банковских продуктов и услуг. – М. : Финансы и статистика, 2006. – С. 23.

1. Слабая проработка нормативно-правовой базы, регулирующей земельно-ипотечные и смежные с ними отношения.

2. Отсутствие у региональных банков практики, а следовательно, и отработанной системы активного использования земельной ипотеки.

Анализ структуры земельно-ипотечного кредитования показывает, что в кредитном портфеле преобладают кредиты в размере 5–50 млн руб. (табл. 2), а по формам хозяйствования преобладают товарищества и общества различных форм собственности (табл. 3).

Таблица 2

Структура земельно-ипотечного кредитного портфеля по объемам заключенных кредитных договоров в Астраханской области

Объемы заключенных кредитных договоров	*Доля группы в портфеле, %*
До 1 млн руб.	25,6
1-5 млн руб.	27,5
5–50 млн руб.	35,6
Свыше 50 млн руб.	6,9
Всего	100,0

Таблица 3

Структура земельно-ипотечного кредитного портфеля Астраханского филиала ОАО «Россельхозбанк» за 2008 г.

Заемщики/залогодатели	*Доля группы в портфеле, %*
Личные подсобные хозяйства	1,3
Крестьянско-фермерские хозяйства	43,6
ОАО	9,4
ЗАО	8,8
СПК	6,9
ООО	24,4
Агропромышленные объединения (агрохолдинги)	0,6
Прочие	5,0
Всего	100

Наиболее активно в кредитовании под залог земли участвуют крестьянско-фермерские хозяйства, второе место по количеству заключаемых договоров занимают предприятия, образованные в форме общества с ограниченной ответственностью.

Не менее важным, на наш взгляд, механизмом, позволяющим значительно сократить потребность предприятий АПК в долгосрочном кредитовании, является лизинг. Он позволяет выгодным образом согласовать интересы производителей и потребителей, банков и лизинговых компаний.

В реализации лизинговых сделок ключевая роль принадлежит коммерческим банкам, которые следят за исправностью поступления лизинговых платежей и правильностью использования лизингового оборудования[1]. Они получают гарантии возврата кредитов и процентов по ним в виде реально существующего и исправно работающего оборудования.

[1] Магомедов Г. И. Формирование и развитие рынка банковских продуктов и услуг. – М. : Финансы и статистика, 2006. – С. 23.

Лизингополучатель с максимальной отдачей использует полученное в лизинг оборудование, обеспечивая эффективное функционирование предприятия. Лизингополучатель с его ограниченными свободными финансовыми ресурсами не утруждает себя поиском кредита в банке, относит затраты на приобретение оборудования на себестоимость продукции, причем по ускоренной амортизации с коэффициентом до трех, и, по нашим расчетам, экономит до 15–20% от стоимости оборудования.

Необходимо отметить, что около 40% всех лизинговых сделок, с помощью которых предприятия АПК приобрели оборудование, заключено в рамках государственной программы поддержки АПК. И связано это не только со спецификой и сложностью лизинга сельхозтехники, но и с тем, что госфинансирование зачастую является единственным источником развития субъектов АПК. Большинство из них обладает низкой платежеспособностью. Поэтому многие коммерческие банки не рискуют сотрудничать с сельхозпроизводителями, и на долю лизинга сельхозтехники приходится лишь от 2 до 9% рынка финансовой аренды[1].

Несмотря на очевидные преимущества использования механизма финансовой аренды в качестве аналога прямого долгосрочного банковского кредитования, лизинг имеет ряд недостатков, таких как: отсутствие достаточно дешевых и долгосрочных ресурсов у региональных банковских институтов, проблемы при реализации предмета лизинга в случае неплатежей со стороны лизингополучателя, завышенные требования к коэффициенту соотношения заемного и собственного капитала, потребность в больших объемах финансирования.

Для субъектов сельского хозяйства – это различия в схемах налогообложения с лизинговыми компаниями и проблематичность, а зачастую и невозможность получения в лизинг иностранного оборудования на льготных условиях с учетом государственной поддержки.

Несмотря на перечисленные проблемы, как показывает зарубежная практика, лизинг сельхозоборудования в нашей стране имеет значительные перспективы, находится в стадии роста. Определяющую роль в этом играют два фактора: во-первых, у земли появились достаточно эффективные собственники, которые могут принимать ответственные решения, получать и в полном объеме обслуживать кредиты; во-вторых, в целом по стране и по отдельно взятым регионам наблюдается общий подъем сельского хозяйства.

Таким образом, лизинг является весьма эффективным средством для повышения технического уровня производства, внедрения передовых достижений научно-технического прогресса, активизации производства и диверсификации рынка средств производства предприятий агропромышленного комплекса.

Подводя итоги, можно отметить, что в инвестиционно-кредитной политике отечественных банков наблюдается положительная тенденция к поиску новых, более прогрессивных механизмов долгосрочного кредитования АПК, усиленная (подкрепленная) предпринятыми в последнее время решениями Правительства Российской Федерации для преодоления кризисных явлений в экономике.

Литература:

1. Рынок долгосрочного кредитования [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www. URL : http://www.integrum.com.

2. Джумагазиева Д. М. Повышение доли кредитов по земельно-ипотечному кредитованию в кредитном портфеле ОАО «Россельхозбанк» / Д. М. Джумагазиева // Актуальные проблемы бизнеса и экономики : материалы I Международной науч.-практ. конф. / Астраханский государственный университет. – Астрахань, 2009.

3. Магомедов Г. И. Формирование и развитие рынка банковских продуктов и услуг / Г. И. Магомедов. – М. : Финансы и статистика, 2006.

[1] Коняева Т. А. Взаимодействие региональных коммерческих банков как финансовых посредников с реальным сектором экономики // Реформирование государственной службы как стабилизирующий фактор становления гражданского общества в России : сб. науч. тр. / Поволжская академия государственной службы имени П. А. Столыпина. – Саратов, 2005. – С. 15.

4. Коняева Т. А. Взаимодействие региональных коммерческих банков как финансовых посредников с реальным сектором экономики / Т. А. Коняева // Реформирование государственной службы как стабилизирующий фактор становления гражданского общества в России : сб. науч. тр. / Поволжская академия государственной службы имени П. А. Столыпина. – Саратов, 2005.

5. О развитии сельского хозяйства : Федеральный закон № 264-ФЗ от 29.12.2006 года. – Режим доступа : www. URL : http//www.akdi.ru/gd/proekt/098801GD.SHTM.

Упоров Виталий Андреевич,
аспирант кафедры организации производства
Новосибирского государственного
технического университета,
e-mail: crete@inbox.ru

Формирование и управление ассортиментом производственного предприятия
Formation and management of enterprise assortment

В статье представлены элементы стратегии оптимизации производства. Описываются принципы формирования ассортимента производственного предприятия, а также обсуждается структура оптимального ассортимента. В статье предлагается алгоритм анализа ассортимента в целях его оптимизации. Предложенная стратегия ориентируется в первую очередь на производственные предприятия, но отдельные ее элементы могут применяться и в оптовых компаниях.

The elements of production optimization strategy are presented in the article. Principles of assortment forming in production enterprise are described, and also the structure of optimum assortment comes into question. In the article the algorithm of assortment analysis is also offered with the purpose of its optimization. The offered strategy is oriented above all things on production enterprises, but its separate elements can also be used in wholesale companies.

Ключевые слова: стратегия оптимизации ассортимента; алгоритм анализа ассортимента; ассортиментная политика; классификация издержек предприятия.

Key words: strategy of assortment optimization; assortment analysis algorithm; assortment policy; classification of enterprise cost.

Стратегия оптимизации ассортимента компании должна непременно включать технологию и периодичность проведения анализа и корректировки ассортимента. Каждая компания вправе самостоятельно решать, какую технологию взять за основу. Можно ограничиться ежегодным совещанием по ассортименту, на котором выслушивать все мнения и принимать решение. А можно проводить регулярный мониторинг всех составляющих (экономические и маркетинговые показатели по каждой позиции, учет всех возможных ограничений) и решения принимать на основе объективных данных либо же выбрать один из промежуточных вариантов в зависимости от специфики компании.

Рассмотрим алгоритм формирования стратегии оптимизации ассортимента в общем виде. Этот алгоритм можно как сокращать, так и расширять, делать более детальным в зависимости от конкретной ситуации. Состоит из нескольких этапов:

1 этап. Маркетинговый анализ.

Маркетинговый анализ представляет собой сбор, изучение и анализ информации о рынке[1]. Информация о рынке подразумевает общее состояние и тенденции развития отрасли, расклад сил по компаниям конкурентов, изменения в потребительских предпочтениях и ожиданиях. Соответственно маркетинговый анализ проводится по следующим основаниям:

- определение общего спроса на продукцию отрасли: устойчивый, падает, растет;
- определение структуры спроса внутри отрасли, на какие товары спрос растет, на какие падает, на что появляется мода;

[1] Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М. : Финпресс, 2007. – С. 243.

- выявление ценовой политики по каждой группе товаров в отрасли;
- оценка конкурентных преимуществ компании и производимых ею товаров;
- изучение поведения конкурентов, оценка их ассортиментной политики;

2 этап. Определение целей компании и выбор маркетингового ассортимента.

Проведя на 1 этапе маркетинговый анализ, компания уже понимает, примерно в каком направлении ей имеет смысл двигаться. Однако у нее могут быть цели, которые не совсем совпадают с ситуацией на рынке, более того, компания может поставить задачу изменить ситуацию на рынке, задать новую тенденцию развития отрасли, установить моду и т. д. Поэтому прежде чем точно определять цели, необходимо осознать, какой именно маркетинговой стратегии компания будет придерживаться. Решение зависит как от возможностей, так и от желания компании.

В рамках ассортиментной политики обычно выделяют несколько стратегий[1]:

1) узкая товарная специализация (определяется работой фирмы на узком сегменте рынка и связана с ограничением сферы сбыта продукции в силу ряда причин);

2) товарная дифференциация (индивидуализация) (связана с выделением фирмой своих товаров и услуг в качестве особых, отличительных от товаров и услуг конкурентов, обеспечивая по ним отдельные ниши спроса).

Эти стратегии в основном свойственны небольшим компаниям.

Преимущества этих стратегий: полный охват выбранного сегмента, полный анализ предпочтений, возможностей клиента, анализ внешних факторов.

Недостатки: риск непокрытия убытков за счет невозможности расширения сегмента или ограничений в формировании ассортимента.

При таких стратегиях необходимо четко знать:

- кто ваш клиент (сегмент рынка);
- что вы производите (хотите или планируете);
- где вы продаете (каналы сбыта).

Специализация – не такая простая стратегия, как кажется на первый взгляд. Несмотря на то что у компании есть возможность сосредоточиться на чем-то одном, иногда может оказаться, что емкость выбранной ниши явно недостаточна, а чтобы ее расширить, нужно предпринять определенные действия, часто сопровождаемые дополнительными расходами;

- товарная диверсификация (значительное расширение сфер деятельности фирмы и осуществление производства большого числа не связанных друг с другом товаров и услуг);
- товарная интеграция (расширение деятельности не по горизонтали, а по вертикали: фирма осваивает или присоединяет к себе и контролирует производство по одной технологической цепочке (связи с поставщиками), а также сбытовые функции по одному товару или товарной группе (связи с посредниками)).

Выбор этих двух стратегий диктует системный подход к анализу ассортимента, своих возможностей и условий внешней среды; присущ более крупным компаниям с большим и разнообразным ассортиментом.

Часто выбор стратегии определяется именно возможностями компании, в том числе наработанными связями, возможностью доступа к ограниченным ресурсам, прочими возможностями, которые необходимо использовать, если компания уже ими владеет.

3 этап. Постановка задач оценки ассортимента на основе маркетингового анализа и в соответствии с целями компании.

Чаще всего аудит ассортимента может преследовать следующие цели[2]:

- обоснование введения новых позиций;
- обоснование необходимости сокращения ассортимента;
- необходимость корректировки объемов производства по каждой позиции;
- необходимость корректировки цены на каждую позицию.

---

[1] Круглов М. И. Стратегическое управление компанией. – М. : Русская Деловая Литература, 2008. – С. 247.

[2] Мищенко А. В., Джамай Е. В. Динамическая задача определения оптимальной производственно программы // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – № 2. – С. 54.

Задачей оценки ассортимента может быть и необходимость повышения рентабельности продаж в целом за счет повышения рентабельности каждой позиции в отдельности.

Так, изменение маркетинговой стратегии компании, например, переориентация на другую целевую аудиторию должна привести к необходимости ввода новых ассортиментных линеек. А изменения на рынке, например, появление новой моды должно привести к замене устаревшего ассортимента обновленным. Совершенствование же оборудования, технологий и появление прочих достижений НТП может позволить ввести те ассортиментные позиции, которые до сих пор не производились в связи с техническими ограничениями и исключить более трудоемкие и не пользующиеся спросом наименования.

4 этап. Проведение экономических расчетов и экономического анализа.

После того как цели оптимизации ассортимента понятны, необходимо провести расчет экономических показателей: объем выручки, себестоимость, рентабельность, точка безубыточности, коэффициент вклада на покрытие, операционный рычаг, запас финансовой прочности по каждому наименованию.

Прежде всего, для проведения ассортиментного анализа предприятия необходимо проводить учет и классификацию издержек предприятия. Для наших целей можно ограничиться двумя классификациями: постоянные и переменные издержки, прямые и косвенные издержки.

5 этап. Сопоставление экономического анализа с маркетинговым. Принятие решений в рамках стратегии оптимизации ассортимента.

Сопоставление результатов экономического и маркетингового анализа по каждой позиции – дело довольно трудоемкое, требует тщательности, внимания и способности рассматривать ситуацию в комплексе. В результате этого анализа по каждой позиции существующего ассортимента принимаются следующие возможные решения:

- какие позиции имеет смысл вывести из ассортимента;
- по каким позициям увеличить объем производства (продаж), а по каким сократить;
- по каким позициям увеличить цену, а по каким уменьшить;
- оцениваются перспективы введения новых позиций, определяются их планируемые объемы продаж и цены.

При принятии решений можно ориентироваться на следующие основные принципы:

1. Необходимо сократить позиции (наименования продукции):

- с отрицательной рентабельностью, низким вкладом на покрытие и низким или падающим спросом;
- с отрицательной рентабельностью, высоким вкладом на покрытие и низким спросом (если это обусловлено общими рыночными тенденциями и нет возможности самостоятельно повлиять на спрос, используя маркетинговые инструменты), не позволяющим повысить объем реализации до точки безубыточности.

2. Увеличить плановые объемы реализации по позициям:

- имеющим отрицательную рентабельность, высокий вклад на покрытие и устойчивый или растущий спрос (а также колеблющийся спрос, на который есть возможность влиять, используя методы стимулирования сбыта) до уровня точки безубыточности;
- имеющим положительную рентабельность, высокий вклад на покрытие, высокий уровень операционного рычага до максимально возможного уровня, определяемого спросом.

3. Сократить объемы производства по позициям с явной тенденцией к падению спроса до уровня средней рентабельности.

4. Увеличить цену по позициям:

- имеющим отрицательную рентабельность, невысокий вклад на покрытие и растущий спрос до достижения уровня точки безубыточности;
- имеющим невысокий вклад на покрытие и отрицательную эластичность спроса от цены (при снижении цены – снижается спрос).

5. Снизить цену по позициям, имеющим положительную рентабельность и хороший уровень спроса с тенденцией к снижению при наличии устойчивой эластичности спроса от цены (повышается цена – снижается спрос).

Для достижения наиболее оптимального ассортимента необходимо учитывать ограничения, связанные с объемом производственных мощностей, наличием оборотных средств, рыночным спросом на конкретные товары[1]. Не следует основывать свои выводы только лишь на экономических показателях, но в то же время нельзя принимать решения, учитывая исключительно маркетинговую информацию. Только комплексное рассмотрение всех факторов позволит принять обоснованное решение. Поэтому перед внесением изменений в производственную программу необходимо не только все тщательно рассчитать (идеально в нескольких вариантах), но и выслушать мнения всех заинтересованных лиц предприятия о нововведениях. Также не лишним будет привлечение клиентов, используя, например, опросы об их потребностях.

Как мы видим, чтобы качественно провести анализ ассортимента, определить ассортиментную политику и добиться, чтобы ее реализация дала реальные результаты, необходимо привлекать к этой работе самые разные службы предприятия. То есть работа по оптимизации ассортимента – это обязательно совместная работа многих специалистов предприятия. Ключевое место в этой работе занимают маркетологи и финансисты. Однако необходимо учесть мнение и специалистов по продажам, и экономистов, и технических специалистов, и руководителей разных уровней.

Организационно эту работу можно выстроить и в рамках рабочих групп или комитетов, но можно обойтись и регулярным проведением тематических совещаний, без придания им официального статуса. Важно, чтобы за конечный результат, а именно новый ассортимент, отвечал один человек, и желательно один из топ-менеджеров компании. Кого именно назначить на эту должность (руководителя комитета или рабочей группы), каждое предприятие решает самостоятельно в зависимости от многих факторов (личности руководителей, их грамотности, лояльности, загруженности, коммуникационных и организационных связей и т. д.).

В идеале процесс управления структурой ассортимента должен быть регламентирован. Необходимо создавать специальные документы, регламентирующие работу по оптимизации ассортимента.

Это может быть, например, стратегия оптимизации ассортимента предприятия. Такое положение может включать разделы:

- Общие принципы ассортиментной политики на определенный период.
- Подходы, используемые при оптимизации ассортимента (например, принятые основания разнесения издержек для экономического анализа).
- Формы сбора данных для первичного анализа, расчетные таблицы и т. д.
- Периодичность проведения оптимизации ассортимента.
- Ситуации, при которых оптимизацию ассортимента необходимо проводить внепланово (немедленно).
- Структура рабочих органов, ответственных за эту работу, их права и обязанности.

В любом случае стоит особо отметить те принципы ассортиментной политики компании, которые отличаются от общепринятых подходов. Например, если в компании есть позиции, которые не подлежат сокращению ни при каких условиях (независимо от рентабельности, спроса и других ограничений) в силу их стратегического значения. Или же для компании важны принципы, которые она хочет закрепить, чтобы процесс оптимизации ассортимента в меньшей степени зависел от субъективных факторов. Например, принимается за правило, что подлежат сокращению все позиции, которые не достигают 10% уровня маржинальной прибыли, кроме специально выделенных.

Также немаловажно закрепить периодичность работ по оптимизации ассортимента и случаи, когда такие работы должны проводиться немедленно. К таким случаям можно отнести:

- изменение целей компании, выход на новый рынок, смену маркетинговой стратегии;
- существенные изменения во внешней среде (появление нового сильного конкурента, государственные ограничения, резкое изменение спроса, появление принципиально новых товаров-заменителей, изменение ситуации с ресурсами и т. д.);

[1] Гончарук В. А. Развитие промышленного предприятия. – М. : Дело, 2008. – С. 76.

– существенные изменения во внутренней среде компании (приобретение нового оборудования или модернизация, появление новых возможностей, например, в связи с привлечением новых специалистов, или, наоборот, потеря каких-то возможностей или ресурсов и т. д.).

Планово оценку и анализ ассортимента важно проводить регулярно, не реже 1 раза в год, в некоторых случаях (особенно при сезонном характере бизнеса) 1 раз в полугодие[1]. Если ситуация требует, то этой работой нужно заниматься немедленно. Но слишком частая смена ассортимента также нежелательна – любой новый ассортимент должен себя «показать», иначе сложно будет делать выводы и по структуре спроса, и по тенденциям спроса.

Итак, мы видим, какие существенные резервы заложены в работе по анализу и оптимизации ассортимента. Если данная работа проводится осознанно, планово, в рамках утвержденной ассортиментной политики, то эффект от нее многократно повышается. Компания не только имеет все шансы постоянно поддерживать необходимый уровень рентабельности (и даже повышать его), но и формирует имидж серьезной компании, которая знает, что хочет, в чем ее сильные стороны и как она себя позиционирует на рынке. И наоборот, компании, не уделяющие должного внимания своему ассортименту, рано или поздно начинают напоминать или лавку старьевщика – до того причудливые и неуместные позиции в их прайс-листе можно обнаружить, или полный справочник товаров и услуг с тысячами наименований. Вот и получается, что ассортимент компании – это очень точный индикатор уровня и стадии ее развития и качества менеджмента.

Литература:

1. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 2007.
2. Гончарук В. А. Развитие промышленного предприятия / В. А. Гончарук. – М. : Дело, 2008.
3. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер Ком, 1999.
4. Круглов М. И. Стратегическое управление компанией / М. И. Круглов. – М. : Русская Деловая Литература, 2008.
5. Мищенко А. В. Динамическая задача определения оптимальной производственной программы / А. В. Мищенко, Е. В. Джамай // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – № 2.

Калмыкова Любовь Александровна,
соискатель кафедры экономической теории
и сельской кредитной кооперации,
ассистент кафедры экономической теории
и сельской кредитной кооперации Волгоградской
государственной сельскохозяйственной академии,
e-mail: liubovkalmykova@gmail.com

Крестьянское хозяйство в системе кооперативных отношений
Peasant agriculture in the system of cooperative relations

В статье автором рассматриваются основные черты кооперации. Показывается востребованность и значимость сельскохозяйственной кредитной кооперации для развития крестьянского хозяйства в России.

In the article the author presents the main features of cooperation. The great demand and the importance of agricultural credit cooperation for the development of peasant agriculture in Russia are indicated.

Ключевые слова: кооперация; востребованность.

Keywords: cooperation; demand.

[1] Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент. – СПб. : Питер Ком, 1999. – С. 113.

В современных условиях, при отсутствии действенной государственной поддержки, нестабильности финансового рынка, несовершенства налоговой и кредитной политики, чтобы противостоять конкурентам и спастись от разорения, крестьянские (фермерские) хозяйства России вступают в различные кооперативные объединения, оставаясь самостоятельными субъектами хозяйствования.

В настоящее время в мире существуют более 120 видов и разновидностей кооперативов, их количество превышает 700 тысяч с численностью более 800 млн человек. Примерно половина населения Земли пользуется услугами различных кооперативных предприятий в сферах производства, переработки, сбыта, торговли сельскохозяйственной продукцией, кредитования и страхования. Кооперация – это особая форма организации труда, при которой много людей совместно участвуют в одном и том же или в различных, связанных между собой процессах труда; это коллективное производственное, торговое и т. п. объединение, создаваемое на средства его членов. Под сельскохозяйственной кооперацией понимается вид кооперации, объединяющий сельскохозяйственных товаропроизводителей для совместного производства, переработки, реализации сельскохозяйственной продукции или осуществления других видов деятельности по обеспечению экономических потребностей их хозяйств.

При этом почти всегда оказывается возможным весьма легко, не нарушая работы остальных частей хозяйства и не разрушая трудового семейного хозяйства, выделить отдельные работы и соединить их сообща с соседями в одно общее большое дело.

Объективная необходимость объединения крестьянских хозяйств в переработке и реализации сельскохозяйственной продукции приводит их к кооперации, объединению их средств, но ни в коем случае не разрушает самих крестьянских хозяйств, они остаются самостоятельными производственными единицами. Кооператив является дополнением к самостоятельному крестьянскому хозяйству, обслуживает его.

Субъектами кооперации являются члены кооператива. Объектом кооперации выступает материализованный результат или предмет их совместной деятельности. Экономические интересы субъектов кооперации связаны с производством и присвоением результата их совместной деятельности, участием в управлении кооперативом и присвоением части его прибыли. Кооперация в качестве экономической категории выражает экономические отношения, складывающиеся между членами кооператива по поводу производства и присвоения результата их совместной деятельности.

Кооперация как совокупность кооперативов, их объединений и союзов, т. е. как система, обладает следующими важнейшими признаками: единство образующих элементов и целостность, взаимозаменяемость элементов, динамичность, способность к самоорганизации, управляемость и открытость.

Анализ истории сельскохозяйственной кооперации России наглядно показывает проявление закономерности кооперирования крестьян в период снятия запретительных ограничений на это государством.

Рыночные экономические условия хозяйствования заставили вновь сельхозтоваропроизводителей, особенно мелких (крестьянские хозяйства и сельские предприниматели), вернуться к идеям сельскохозяйственной кооперации с тем, чтобы не отдавать львиную долю прибыли различным перекупщикам, посредникам, переработчикам, кредиторам.

Встала экономическая задача – вытеснить с рынка продовольствия и сельскохозяйственного сырья торговых посредников и самим наладить сбыт сельскохозяйственной продукции и закупку сырья, материалов, оборудования, необходимых для производства сельскохозяйственной продукции и обеспечения жизнедеятельности самих товаропроизводителей и их семей. С развитием кооперации складываются все предпосылки для достижения этой цели. Кооперативы, являясь объединением производителей сырья, могут влиять на реализационные цены на сырье и продукты переработки, создавать свою реализующую сеть. Получая товар непосредственно от сельскохозяйственного товаропроизводителя, кооперативы могут гарантировать отсутствие фальсификаций, хорошее качество продукции, благодаря чему кооперативный товар пользуется исключительной репутацией.

Основополагающие моменты создания и деятельности кооперативов отражает Гражданский кодекс РФ. Он дает правовую основу сельскохозяйственным товаропроизводителям для создания и развития потребительских сельскохозяйственных кооперативов, призванных осуществлять переработку и сбыт сельскохозяйственной продукции, закупку средств производства и предметов потребления для сельскохозяйственных товаропроизводителей, их страхование, кредитование.

Законом предусмотрено создание стройной кооперативной системы, в основе которой находятся первичные кооперативы, которые, в свою очередь, могут объединяться в региональные. Законом определено, что сельскохозяйственные кооперативы могут создаваться только сельхозтоваропроизводителями вне зависимости от их организационно-правовой формы.

Объединение крестьянских хозяйств в производственные и потребительские кооперативы способствует более успешной и устойчивой их работе.

Принятые в последние годы законодательными органами РФ, исполнительной властью на федеральном уровне и на местах правовые и организационные меры дали мощный толчок развитию многих и многих видов кооперации крестьянских хозяйств, обеспечивающих кооперацию трудовых ресурсов. Она может иметь две разновидности: внутрихозяйственную и межхозяйственную. Внутрихозяйственная кооперация проявляется в виде семейной кооперации. Межхозяйственная кооперация по поводу трудового сотрудничества обычно осуществляется либо в течение всего производственного цикла (постоянная), либо возникает на период отдельных производственных процессов (временная).

В развитых странах в вопросе использования техники наиболее эффективным способом являются кооперативные пункты проката техники, машинно-технологические станции, создаваемые на основе паевых взносов субъектов кооперации. В условиях России применимы также приобретение техники на долевой основе, совместная аренда основных средств, предоставление их на условиях взаимопомощи. В области кооперирования земли имеют место следующие виды сотрудничества: слияние земельных участков в единые севообороты и аренда земли.

Часто между фермерами возникают временные отношения по формированию рациональных партий как реализуемой, так и покупаемой продукции, что дает дополнительный экономический эффект за счет системы надбавок и скидок, действующих на оптовых рынках. Все перечисленные виды кооперации могут быть реализованы крестьянскими хозяйствами в любой форме, соответствующей Гражданскому кодексу Российской Федерации и Закону РФ «О сельскохозяйственной кооперации».

Кредитная кооперация в ближайшие годы, наряду с продолжающимся ростом количества всех видов сельскохозяйственных кооперативов и их качественным изменением, будет занимать приоритетное положение.

Литература:

1. Шмелев Г. И. Производство сельскохозяйственных продуктов населением России / Г. И. Шмелев. – М. : Академия, 2002. – 288 с.

2. Норов А. В. Экономические условия развития кредитной кооперации / А. В. Норов, З. Н. Козенко // АПК: Экономика, управление. – 2007. – № 6. – С. 35–37.

Кузеванова Ангелина Леонидовна,
к.с.н., доц. кафедры экономики и управления
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: angelina2000@list.ru

Управление социальной активностью бизнеса: анализ современного российского опыта
Managing the social activity of business: an analysis of modern Russian experience

В статье анализируются проблемы управления бизнесом в коммерческих организациях, выбравших модель развития социально ориентированной компании. Автором проведен анализ опыта становления института социальной ответственности бизнеса в современных российских условиях.

The article analyzes the problems of business management in commercial organizations that have chosen a model of socially-oriented company. The author analyzes the experience of becoming the institution of social responsibility of business in the modern Russian conditions.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса; управление бизнесом; модель социально ориентированной компании; социальная активность коммерческих организаций.

Keywords: social responsibility of business; business administration; a model of a socially oriented companies; the social activity of commercial organizations.

Специфика становления института социальной ответственности бизнеса в современной России определяется рядом факторов, имеющих социальный, корпоративный, политический, культурный, нравственный, исторический характер. В первую очередь следует упомянуть о сложных и противоречивых взаимоотношениях, сложившихся между бизнесом и обществом в нашей стране. С одной стороны, подавляющее большинство россиян негативно относятся к деятельности коммерческих организаций и невысоко оценивают уровень социальной активности бизнеса. По данным общероссийского опроса, проведенного в 2004 г. Национальным инвестиционным советом и Институтом комплексных социальных исследований РАН, население крайне низко оценивает возможности бизнеса в решении накопившихся социальных проблем. В восприятии значительного числа россиян отечественное предпринимательство является субъектом экономической активности, получившим в ходе реформ возможность обогатиться, в то время как основная масса населения не только ничего не приобрела, но и многое потеряла[1]. По мнению большинства респондентов, реформирование общества привело к тому, что дивиденды от преобразований получил узкий круг лиц, что повлекло за собой возникновение трудностей в самореализации у активной части населения. Современный уровень социальной активности отечественных предпринимателей оценивается обществом невысоко, что нашло свое отражение в ответах респондентов, не указавших в списке из 20 ведущих компаний ни одной, чье поведение на рынке можно было бы назвать социально ответственным[2]. Значительная часть россиян усматривает в социальной активности частных компаний исключительно корыстные мотивы: желание улучшить свои отношения с властными структурами и повысить престиж в бизнес-сообществе, а также получить конкурентные преимущества и использовать благотворительные акции в качестве рекламного инструмента[3].

Однако с другой стороны, со стороны общественности сформировался запрос на модель коммерческой организации, деятельность которой не только связана с уплатой налогов и соблюдением норм законодательства, но и с реализацией социальных программ, имеющих долгосрочный характер. Так, по данным упоминавшегося выше опроса, «большинство населения согласно также с тем, что в условиях современной России усиление социальной ответственности бизнеса – более приоритетная задача, чем повышение экономической эффективности бизнеса, а сама эта деятельность не является сугубо добровольной – при необходимости государство

[1] Крупный российский бизнес : социальная роль и социальная ответственность (позиция населения и оценки экспертов) // Благотворительность в России. Исторические и социально-экономические исследования. – СПб. : Издательство журнала «Звезда», 2005. – С. 265.
[2] Там же. – С. 267.
[3] URL : http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/981.html (дата обращения 22.08.2009).

имеет право привлекать бизнес к решению социальных проблем в «добровольно-принудительном» порядке»[1]. В понимании общественности главными сферами социально ориентированной деятельности бизнеса должны стать здравоохранение, культура, образование, наука, социальная работа с неимущими слоями населения; каждый третий респондент отметил, что коммерческие структуры должны принимать участие в разрешении социальных проблем на уровне организации и региона, в искоренении таких общественных «недугов», как наркомания и алкоголизм. Подчеркнем, что приоритеты россиян в понимании сущности социальной ответственности бизнеса существенно отличаются от идей, заложенных в международных соглашениях, декларирующих основы социально ответственного поведения, для которого главными ориентирами являются задачи преодоления дискриминации в сфере занятости, соблюдения бизнесом прав человека и оказания поддержки социальных инициатив граждан. По мнению общественности, социальная активность может принести бизнес-структурам реальную пользу в виде роста доверия со стороны потребителей, формирования положительной репутации, появления возможности полноправной конкуренции на мировом рынке[2].

Следуя сложившимся в советский период традициям государственного патернализма, россияне высоко оценивают роль государства в деле укрепления социальной ответственности предпринимателей, считая, что соответствующие профильные учреждения должны разработать систему специальных показателей, по которым велась бы социальная отчетность коммерческих организаций и контролировалась их деятельность, использовать поощрительные меры для поддержки социально ответственных предпринимателей, а само государство должно демонстрировать соблюдение норм социальной ответственности по отношению к своим гражданам[3].

Анализ факторов, влияющих на развитие практики внедрения модели социально ориентированной компании в России, приводит нас к выводу о том, что значимую роль в этом процессе играют специфика менталитета населения и сложившиеся в советский период нормы корпоративного управления. Для основной массы населения характерны высокие социальные ожидания, не подкрепленные собственной социальной активностью и предусматривающие делегирование ответственности за решение общественных проблем бизнес-сообществу и власти. В сознании россиян сохраняются стереотипы понимания традиций трудовых отношений, роли организации в деле социальной защиты своих работников (наличие собственной социальной инфраструктуры учреждения при невысокой оплате труда). В настоящее время наблюдается достаточно противоречивая ситуация, при которой взгляды россиян и представителей деловых кругов о том, в решении каких общественно значимых проблем необходимо участие бизнес-сообщества, во многом не совпадают. Анализ данных общероссийского опроса, проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения в 2007 году, показывает, что для предпринимателей приоритетными являются проблемы организации новых рабочих мест, предоставления дополнительных социальных гарантий своим работникам, создания центров повышения квалификации и переобучения работников. Во вторую группу по значимости для предпринимателей вошли направления деятельности коммерческих компаний, связанные с оказанием финансовой поддержки социально не защищенным слоям населения, укреплением материально-технической базы социально-культурной инфраструктуры, оказанием помощи выдающимся представителям сферы культуры и науки. «Периферийными» для бизнесменов являются виды социальной активности, касающиеся развития институтов российского гражданского общества, и столь популярные в развитых странах меры по предотвращению дискриминации в сфере труда. В восприятии населения главным видом социальной активности бизнеса должна стать денежная помощь наиболее уязвимым в социальном плане группам населения и только во вторую очередь – создание новых рабочих мест, сначала раз-

---

[1] Крупный российский бизнес : социальная роль и социальная ответственность (позиция населения и оценки экспертов) // Благотворительность в России. Исторические и социально-экономические исследования. – СПб. : Издательство журнала «Звезда», 2005. – С. 266.

[2] Там же. – С. 267.

[3] URL : http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/981.html (дата обращения 22.08.2009).

витие материальной базы науки, культуры и здравоохранения и только затем предоставление социальных услуг персоналу своих предприятий[1].

Отметим, что для современного российского бизнес-сообщества типичной является достаточно противоречивая модель поведения, которую, с одной стороны, характеризуют желание дистанцироваться от решения социальных проблем общества, стремление ограничиться социальной активностью лишь в среде собственного предприятия, а с другой – растущая уверенность в том, что сложившаяся социально-экономическая и политическая ситуация в стране диктует необходимость реализации социальных инициатив. Так, упоминавшиеся выше данные опроса ВЦИОМ показывают, 60% опрошенных представителей деловых кругов уверены, что бизнес ответствен лишь за выплату заработной платы, своевременную уплату налогов и создание новых рабочих мест, а социальные проблемы являются прерогативой органов государственной власти. В то же время каждый второй предприниматель убежден в необходимости финансовых вложений в социально ориентированные проекты, поскольку «высокие доходы хотя и являются результатом усилий отдельных людей, но ими все равно следует делиться с другими людьми и обществом в целом»[2]. При этом бизнесмены в отличие от населения демонстрируют уверенность в том, что участие бизнес-структур в социальных программах является деятельностью добровольного характера, никак не связанной с принуждением со стороны государства.

Социальные и политические условия, в которых идет формирование норм социально ответственного поведения российского бизнеса, отличаются своей спецификой, заключающейся в том, что для современной России характерны невысокий уровень жизни, недостаточное бюджетное финансирование социально-культурной сферы, большое количество, разнохарактерность и масштабность социальных и культурных проблем, требующих не только вмешательства государственных структур, но и внимания со стороны бизнес-сообщества. Кроме того, если современная западная модель социальной активности бизнеса стала результатом планомерной инновационной деятельности частных компаний, то российский вариант социальной ответственности предпринимательства формировался в сложных условиях 90-х гг. прошлого века, когда разрушалась социальная инфраструктура предприятий и обострилась проблема занятости населения. Эти обстоятельства повлекли за собой отсутствие у бизнесменов сформированного понимания того, что социально ориентированное поведение коммерческой организации является мощным фактором ее успешного развития. Так, результаты социологического исследования 2004 г., посвященного проблемам развития благотворительной деятельности бизнеса в Самарской области, свидетельствуют о том, что социальная активность для большинства предпринимателей является лишь актом милосердия, не связанным с какими-либо рациональными целями. Только 18% участвовавших в опросе бизнесменов считают, что благотворительные акции можно рассматривать как инвестиции в будущее компании и возможность сформировать положительный имидж организации[3]. Определенная противоречивость позиции бизнес-структур наблюдается в вопросе о восстановлении разрушенной в 1990-е годы социальной инфраструктуры предприятий: 80% участников конференции «Корпоративная социальная политика» (2002 г.) высказались за возобновление деятельности по созданию социальных объектов, находящихся в собственности коммерческой организации, и лишь 15% отрицательно отнеслись к такой инициативе[4]. Однако в то же время исследования фиксируют тенденцию к снижению регулярности и разнообразия предоставляемых организациями социальных услуг[5].

Важным для нашего исследования является анализ влияния культурно-нравственной атмосферы, сложившейся в обществе, на развитие практики внедрения модели социально ориен-

---

[1] URL : http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/9710.html (дата обращения 22.08.2009).
[2] Там же.
[3] Козина И. М., Нечаевский Д. Л., Карелина М. В. Основные черты благотворительной деятельности бизнеса (на примере Самарской области) // Благотворительность в России. Исторические и социально-экономические исследования. – СПб. : Издательство журнала «Звезда», 2005. – С. 307.
[4] Соболева И. Социальная ответственность бизнеса: глобальный контекст и российские реалии // Вопросы экономики. – 2005. – № 10. – С. 94.
[5] Там же. – С. 94.

тированной компании. Исследователи отмечают, что «кризисное состояние общества, слабость массового правосознания, упадок морали и интенсивное насаждение целым рядом влиятельных СМИ ценностей жесткого индивидуализма, быстрого успеха, богатства, повышенного потребления провоцируют использование криминальных методов в предпринимательской деятельности»[1]. Нравственная атмосфера современного российского общества характеризуется одновременным сосуществованием общественных ценностей, сформировавшихся в советский период и связанных с приоритетом коллективизма и государственного патернализма, и ценностных ориентиров западного типа, основывающихся на индивидуализме и идеологии потребления. Столкновение этих ценностных систем создает дополнительные трудности при формировании цивилизованных отношений между обществом и бизнесом, одним из вариантов которых является система реализации социальных обязательств предпринимательства.

Подчеркнем, что на формирование норм социально ориентированного поведения бизнесменов влияют и сложившиеся в обществе представления и практика оказания благотворительной помощи нуждающимся слоям населения, являющейся в определенном смысле «социальным образцом», проекция которого реализуется в социальной активности частных компаний. Как показывают данные общероссийского опроса, проведенного ВЦИОМ в марте 2009 г., эта практика находится в стадии становления: более половины россиян не принимают участие в благотворительной деятельности, мотивируя это наличием большого количества собственных проблем, требующих решения; каждый пятый респондент сомневается в том, что финансовая помощь дойдет до адреса; подавляющее большинство участвовавших в опросе (93%) никогда не получали благотворительной поддержки[2].

К числу факторов, оказывающих позитивное влияние на формирование идеологии социально ответственного капитала, следует отнести исторические факторы, связанные с осмыслением культурно-исторического опыта дореволюционного предпринимательства, меценатская и благотворительная деятельность которого представляла собой вариант реализации концепции социального служения, выполнявшей в России XIX в. функции мотивационного характера, поскольку определяла характер мотивов социальной активности благотворителей и интеграционного плана, объединяла предпринимательские круги и общество, создавая основу для нравственной легитимизации деловой активности.

К историческим факторам, чье действие сдерживает процесс формирования цивилизованных отношений между бизнесом и обществом, относится тот факт, что история развития российского предпринимательства была прервана на несколько десятилетий в советский период, и это не могло не сказаться на характере восприятия современным бизнес-сообществом важности социальных проблем. Итогом такой специфичной для России ситуации стала несформированность традиций взаимовыгодного сотрудничества общественных институтов и бизнес-структур, которые в развитых западных странах имеют многолетнюю, длительную историю. В связи с этим следует отметить, что полное копирование зарубежных образцов социально ориентированных практик бизнеса не может быть эффективным в российских условиях, имеющих свою историческую специфику.

Бизнес-сообщество в современных российских условиях сталкивается с рядом сложных проблем, связанных с отсутствием правового регулирования социально ориентированной деятельности, достаточно широким применением властными структурами практики использования бизнеса для достижения целей, не имеющих стратегического в социальном и культурном плане значения, с рассмотрением общественностью социальной активности предпринимательства как попытки установления взаимовыгодных отношений с властью, с широким обсуждением проблем социально ответственного поведения различными общественными группами без четкого определения позиции самого бизнеса. Последнее обстоятельство, по нашему мнению, заслуживает особого рассмотрения, поскольку донесение до широкой общественности информации о понимании бизнесом своего социокультурного назначения, о мотивации и основных направлениях социально ориентированной деятельности является залогом успешного развития процесса духовной реабилитации бизнеса в России.

---

[1] Зарубина Н. Н. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства. – М. : Магистр, 1998. – С. 339–340.

[2] URL: http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/12287.html (дата обращения 22.08.2009)

Между тем данные упоминавшегося выше общероссийского опроса предпринимателей, организованного ВЦИОМ в 2007 г., свидетельствуют о противоречивости позиции бизнес-сообщества в вопросе необходимости регулярного информирования общественности о реализации компаниями социальных проектов. С одной стороны, 47% респондентов согласились с тем, что бизнес должен прилагать усилия для того, чтобы общество знало о его понимании сущности социальной ответственности, с другой – 45% опрошенных бизнесменов выступают против широкой публичной информации об их социальной деятельности[1]. Подобная противоречивость в представлениях деловых людей о необходимости освещения социальных действий компании, зафиксированные социологическими опросами сложные взаимоотношения российского бизнеса и общественности, создающие препятствия на пути формирования отечественных традиций социально ответственного поведения предпринимательства, являются следствием ограниченного масштаба, узкого характера социальных практик бизнес-структур. Представители современного российского бизнес-сообщества признают, что уровень социальной ответственности отечественного бизнеса является очень низким. «В зародышевом состоянии, – отмечает один из экспертов. – Работа по реализации каких-либо социальных программ только начинается»[2].

В пользу вывода о том, что институциализация социальной ответственности бизнеса в современной России находится лишь в стадии становления, свидетельствуют социологические данные упоминавшегося исследования развития благотворительной деятельности бизнеса в Самарской области, которые в целом соответствуют общероссийским реалиям. В отношении к социально ориентированным акциям наблюдается доминанта личностного подхода: все решения о проведении благотворительных мероприятий напрямую зависят от личного мнения руководителя организации, что подтверждают данные более ранних исследований, организованных под руководством Союза благотворительных организаций России и Ассоциации менеджеров[3]. Анализ материалов интервью самарских бизнесменов показывает, что социальная активность рассматривается предпринимателями как этически окрашенный вид деятельности, связанный с нравственными принципами конкретного руководителя, имеющий приватный характер и не поддающийся формализации.

Начальный этап институциализации социальной ответственности бизнеса характеризуется отсутствием планирования социальной активности, специальных подразделений в коммерческой организации, призванных на профессиональной основе заниматься вопросами социальных и благотворительных мероприятий. Российские бизнесмены демонстрируют свое нежелание создавать подобные специализированные службы, и только у 18% исследованных самарских предприятий есть специальные разработанные программы[4].

О том, что институт социальной ответственности российского предпринимательства находится в стадии становления, свидетельствует и тот факт, что практика внедрения модели социально ориентированной компании связана на современном этапе лишь с осуществлением благотворительной деятельности, направленной на удовлетворение немедленных нужд просителей, а не на инвестирование средств в проекты, которые могли бы улучшить в целом качество общественной жизни[5]. Кроме того, в большинстве случаев наблюдается субъективный подход в выборе организаций, нуждающихся в помощи, основанный на личных предпочтениях руководителя компании.

Уровень информированности представителей деловых кругов о формах и методах социальной активности является основой для формирования идеологии социально ответственного предпринимательства. Практика российского бизнеса в области социальных инициатив, как по-

---

[1] URL : http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/9710.html (дата обращения 22.08.2009).

[2] Крупный российский бизнес : социальная роль и социальная ответственность (позиция населения и оценки экспертов) // Благотворительность в России. Исторические и социально-экономические исследования. – СПб. : Издательство журнала «Звезда», 2005. – С. 259.

[3] Козина И. М., Нечаевский Д. Л., Карелина М. В. Основные черты благотворительной деятельности бизнеса (на примере Самарской области) // Благотворительность в России. Исторические и социально-экономические исследования. – СПб. : Издательство журнала «Звезда», 2005. – С. 305.

[4] Там же. – С. 312.

[5] Козина И. М., Нечаевский Д. Л., Карелина М. В. Указ. соч. – С. 308.

казывают исследования, не основывается на четких представлениях и знаниях о современных технологиях оказания социальной поддержки обществу. Так, лишь 12% самарских бизнесменов знакомы с литературой по проблемам корпоративной социальной ответственности, а содержание законов о благотворительности известно лишь 22% опрошенных[1].

Обращает на себя внимание тот факт, что бизнесмены достаточно самокритично относятся к оценке собственной социальной активности, пытаясь объективно рассмотреть причины слабого развития практики внедрения модели социально ориентированной компании в России и делая акцент на социокультурную составляющую этого процесса. Так, по данным общероссийского опроса, проведенного в 2004 г. Национальным инвестиционным советом и Институтом комплексных социальных исследований РАН, 60% опрошенных предпринимателей считают главным препятствием на пути реализации идей социально ответственного поведения предпринимательства низкий уровень гражданского самосознания руководителей крупных предприятий. Причины экономического и политического характера (опасность ослабления материальной базы бизнеса в случае больших издержек на благотворительность, отсутствие явных сигналов со стороны государства о направлениях, в которых необходима помощь бизнеса) рассматриваются экспертами как второстепенные. От государства бизнес ожидает перехода от декларативных заявлений о необходимости социальной ориентации бизнеса к практическим шагам, дающим возможность российским предпринимателям расширить сферу своей социальной активности. Согласно социологическим данным, каждый второй бизнесмен надеется, что в перспективе будет разрешено включать средства, отданные на благотворительные акции, в издержки; что властные структуры смогут обеспечить законность и действенное правоприменение в сфере социальных инициатив, повысить уровень социальной ответственности самого государства перед своими гражданами[2].

Одной из предпосылок успешного внедрения идеологии социально ответственного предпринимательства является формирование культуры богатства, под которой подразумевается рациональное, одобряемое обществом, соответствующее нормам общепринятой этики использование полученных в результате бизнес-деятельности прибылей. Такой тип культуры, по мнению большинства опрошенных российских предпринимателей, не сложился и находится в стадии формирования, поскольку направления использования полученных доходов резко контрастируют с ожиданиями общественности. Среди причин такой ситуации эксперты называют отсутствие сложившейся системы духовных ценностей в предпринимательской среде, низкий уровень общей культуры владельцев больших состояний, выражающийся в поведении, ориентированном на «сверхпотребление», асоциальный характер образа жизни бизнесменов, не имеющих представления о проблемах, волнующих рядовых россиян[3].

Модель социально ориентированной компании может быть реализована на трех уровнях:

– на уровне коммерческой организации, когда масштаб социальной активности бизнеса ограничивается социальными услугами работникам предприятия и членам их семей и уплатой налогов в государственную казну;

– на уровне региона, где осуществляется бизнес-деятельность, когда предприниматели включаются в процесс решения социальных проблем местного значения;

– на уровне общества в целом, когда бизнес становится мощной общественной силой, принимающей участие в решении социально значимых проблем.

Проведенный нами анализ данных эмпирических исследований общероссийского и регионального масштаба свидетельствует о том, что модель социальной активности современного российского бизнеса в основном реализуется на первом из приведенных выше уровней, что свидетельствует о начальном этапе институциализации социальной ответственности бизнеса, о наличии стартовых условий для социально ответственного поведения. Более того, исследователи отмечают, что в России не только деятели бизнес-среды, но и аналитики, представители го-

---

[1] Там же. С. 315–316.

[2] Крупный российский бизнес: социальная роль и социальная ответственность (позиция населения и оценки экспертов) // Благотворительность в России. Исторические и социально-экономические исследования. – СПб. : Издательство журнала «Звезда», 2005. – С. 260–261.

[3] Там же. – С. 263–264.

сударственной власти считают возможным и вполне оправданным ограничение социальной активности бизнеса именно этим уровнем[1].

Целесообразным в рамках данного исследования, на наш взгляд, является сравнительный анализ моделей социальной ответственности бизнеса в современной России и за рубежом. В США и экономически развитых странах Европы концепция социальной ответственности предпринимательства стала ключевой идеологией развития бизнеса, основой социального партнерства в сфере взаимоотношений деловых кругов, властных структур и институтов гражданского общества. Мировой опыт показывает, что социально ориентированная деятельность частных компаний в конечном итоге приводит к положительным результатам, имеющим экономический и социальный характер: улучшение имиджа, повышение уровня доверия общественности, изменение в лучшую сторону показателей инвестиционной привлекательности, формирование корпоративной культуры, нормы которой отвечают стандартам общепринятой этики. В связи с распространением идей «устойчивого развития» для большинства западных компаний характерна системная социальная ориентация, при которой важным становится вовлечение всего персонала организации в реализацию систематических и целенаправленных благотворительных и социальных программ[2]. На этой основе формируется новая философия менеджмента, предполагающая принятие любого управленческого решения с учетом не только экономического, но и социального эффекта.

Американская модель социальной ответственности бизнеса характеризуется минимальным вмешательством государства в процесс осуществления социальной активности частных компаний, в связи с чем социально направленные действия предпринимателей являются добровольными и основными партнерами бизнес-сообщества выступают не властные структуры, а местная общественность и некоммерческие организации[3]. В процессе развития американского предпринимательства были выработаны традиции участия бизнеса в решении социальных проблем, выражающегося в функционировании большого числа корпоративных фондов, целевых программ спонсирования сферы профессионального образования, пенсионных и страховых программ для работников организации. Деятельность бизнес-структур в этом направлении поощряется государством с помощью различных налоговых льгот, закрепленных юридически в законодательных актах[4]. Таким образом, корпоративная социальная ответственность в американском варианте инициируется самим бизнесом, самостоятельно определяющим масштабы своей социальной активности и вклада в дело разрешения общественных проблем, что сопровождается различными государственными мерами, носящими поощрительный характер.

В европейской континентальной модели корпоративная социальная ответственность рассматривается как «концепция интеграции заботы о социальном и экологическом развитии в бизнес-операциях компаний во взаимодействии со своими акционерами и внешней средой»[5]. При этом существует система государственного регулирования взаимоотношений бизнеса с его внутренней и внешней средой по социальным вопросам, что находит свое отражение в высоких требованиях государства и общественности к учету социального эффекта осуществляемой коммерческими предприятиями экономической деятельности. Специфической особенностью европейской практики внедрения модели социально ориентированной компании является стандартизация учета общественно значимой деятельности организации, которая проводится прежде всего в целях эффективной организации государственного контроля за соблюдением прав тех,

---

[1] Соболева И. Социальная ответственность бизнеса: глобальный контекст и российские реалии // Вопросы экономики. – 2005. – № 10. – С. 96.

[2] См. об этом: Костин А. Е. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие: мировой опыт и концепция для РФ // Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – № 3. – С. 114.

[3] Скугаревский Д. Учет компаниями социальных последствий их деятельности: модели, методы, проблематика [Электронный ресурс] // Мировое и национальное хозяйство. – 2009. – № 1. – Режим доступа : www. URL : http://mirec.ru/index.php (дата обращения 22.08.2009).

[4] URL : //www.csrjournal.com/lib/analiticarticle/490-socialnaja-otvetstvennost-biznesa-teorija-i.html (дата обращения 22.08.2009).

[5] Цит. по: Костин А. Е. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие: мировой опыт и концепция для РФ // Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – № 3. – С. 112.

чьи интересы затрагиваются в ходе реализации бизнес-инициатив[1]. Однако характерное для континентальной Европы государственное вмешательство в сферу социальной активности бизнеса не отменяет деятельности некоммерческих организаций, вносящих свой вклад в организацию взаимодействия бизнеса и общества.

Сравнительный анализ западной и российской моделей социальной ответственности бизнеса показывает, что для отечественного варианта реализации концепции социальной активности предпринимательства в отличие от зарубежного опыта характерно отсутствие целенаправленного, систематического, регулярного характера осуществления социально значимых инициатив. Если в США и экономически развитых странах Европы социально ответственное поведение бизнес-структур стало неотъемлемой частью коммерческой деятельности, то в российских условиях институциализация социальной ответственности бизнеса находится в стадии становления, что влечет за собой несформированность у отечественных предпринимателей четкого представления об экономических преимуществах социально ориентированной активности. Активно используемая западными компаниями система социальной отчетности, имеющая публичный характер, не получила в нашей стране широкого распространения, что обусловлено нежеланием бизнесменов привлекать внимание властных структур и широкой общественности к своей деятельности. Если организация благотворительной и социальной помощи в зарубежных коммерческих организациях осуществляется на профессиональном уровне с использованием труда специально подготовленных сотрудников, то для российского бизнеса типичным является личностный подход к оказанию помощи, основанный на симпатиях и убеждениях руководителя предприятия. Создание корпоративных фондов, сотрудничество с некоммерческими организациями на долговременной основе являются характерными чертами социальных практик американского и европейского бизнеса, представители которого убеждены в положительном влиянии социальной активности на показатели, связанные с имиджем, репутацией, инвестиционной привлекательностью. Социальные инициативы российских бизнесменов реализуются в основном на уровне традиционной благотворительности, имеющей непостоянный характер и не предусматривающей вкладывание средств в реализацию долгосрочных социокультурных программ.

Таким образом, анализ социальной ответственности современного российского бизнеса как социокультурного явления показывает, что процесс институциализации социальных практик отечественного бизнес-сообщества находится в стадии становления, находящейся под влиянием ряда факторов, имеющих как сдерживающий, так и способствующий развитию характер. К первой группе следует отнести наличие сформировавшейся в обществе негативной оценки характера бизнес-деятельности, целого комплекса многочисленных социальных, экономических и культурных проблем, характерных для современной российской ситуации, сложной нравственной атмосферы, возникшей на базе системного кризиса; отсутствие устоявшихся традиций взаимодействия бизнеса и общества, вызванное установлением коллективных форм хозяйствования и искоренением частно-предпринимательской инициативы в советский период, несформированность ценностно-мотивационного механизма коммерческой деятельности; отсутствие продуманной программы государственной поддержки социальных проектов бизнеса. К факторам, способствующим внедрению идеологии социально ответственного предпринимательства, можно отнести фиксируемый социологическими исследованиями общероссийского масштаба общественный запрос на модель социально ориентированной компании, участие которой необходимо в разрешении общественно значимых проблем. Важной предпосылкой формирования корпоративной социальной ответственности в современной России является исторический опыт благотворительности и меценатства купцов и промышленников второй половины XIX века, чья деятельность могла бы стать ориентиром для дальнейшего развития социальной активности нынешних предпринимателей. Иными словами, использование опыта меценатов прошлого в сочетании с формированием основ социальной толерантности представляет собой основу для создания системы эффективного взаимодействия бизнеса и общества, имею-

[1] URL : http://mirec.ru/index.php (дата обращения 22.08.2009).

щего социально направленные устои и нравственные императивы, требующие от предпринимателей соблюдения норм социального партнерства.

Литература:

1. Андрунакиевич А. Н. Социальная ответственность бизнеса: теория и российская практика [Электронный ресурс] / А. Н. Андрунакиевич // Государственное управление. – Электронный вестник. – Вып. № 15. – Июнь 2008. – Режим доступа : www. URL : http://www.csrjournal.com/lib/analiticarticle/490-socialnaja-otvetstvennost-biznesa-teorija-i.html (дата обращения 22.08.2009).

2. Зарубина Н. Н. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства. [Текст] / Н. Н. Зарубина. – М. : Магистр, 1998. – 360 с.

3. Какой же бизнес социально ответственный? [Электронный ресурс] – Пресс-выпуск ВЦИОМ № 131. – Информационный материал от 11.11.2004. – Режим доступа : www. URL : http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/981.html (дата обращения 22.08.2009).

4. Козина И. М., Нечаевский Д. Л., Карелина М. В. Основные черты благотворительной деятельности бизнеса (на примере Самарской области) / И. М. Козина, Д. Л. Нечаевский, М. В. Карелина // Благотворительность в России. Исторические и социально-экономические исследования. – СПб. : Издательство журнала «Звезда», 2005. – С. 304–323.

5. Костин А. Е. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие: мировой опыт и концепция для РФ / А. Е. Костин // Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – № 3. – С. 112–122.

6. Крупный российский бизнес: социальная роль и социальная ответственность (позиция населения и оценки экспертов) // Благотворительность в России. Исторические и социально-экономические исследования. – СПб. : Издательство журнала «Звезда», 2005. – С. 211–271.

7. Скугаревский Д. Учет компаниями социальных последствий их деятельности: модели, методы, проблематика [Электронный ресурс] / Д. Скугаревский // Мировое и национальное хозяйство. – 2009. – № 1. – Режим доступа : www. URL : http://mirec.ru/index.php (дата обращения 22.08.2009).

8. Соболева И. Социальная ответственность бизнеса: глобальный контекст и российские реалии / И. Соболева // Вопросы экономики. – 2005. – № 10. – С. 90–102.

9. Социальная ответственность бизнеса: взгляд предпринимателей и наемных работников [Электронный ресурс] – Пресс-выпуск ВЦИОМ № 884. – Информационный материал от 26.02.2008. – Режим доступа : www. URL : http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/9710.html (дата обращения 22.08.2009).

10. Часто ли мы помогаем ближнему своему? [Электронный ресурс] – Пресс-выпуск ВЦИОМ № 1291. – Информационный материал от 14.08.2009. – Режим доступа : www. URL : http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/12287.html (дата обращения 22.08.2009).

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

Природа и специфика образовательных услуг
Nature and specific features of educational services

В данной статье автором проанализированы взгляды классических и современных экономистов на социально-экономическую природу образовательных услуг. Рассматриваются общие характеристики, специфические черты и особенности образовательных услуг, которые отличают их от других товаров и услуг.

The paper analyses the views of the classical and modern economists of the social and economic nature of educational services. The author discusses general characteristics, specific features and the peculiarities of educational services that make them different from other goods and services.

Ключевые слова: образовательная услуга; система образования; образовательная деятельность.

Key words: educational service; system of education; educational activity.

За последние годы система образования превратилась в приоритетную, ведущую сферу государственной политики. Такое внимание отнюдь не случайно, в современных условиях глобализации накопление и применение знаний становится основным фактором успешного развития государства. Так, согласно оценкам Всемирного банка, человеческий капитал формирует 64% общего объема богатства каждой страны[1]. В развитых странах до 50% ВВП создается за счет наукоемких производств, которые требуют высокообразованных специалистов. Данные факты говорят о том, что экономический рост государства во многом зависит от эффективности системы образования.

В связи с этим развитие рынка профессиональных образовательных услуг является приоритетной задачей и необходимым условием удовлетворения потребности общества и экономики в высококвалифицированных специалистах.

В экономике образования наиболее простейший подход исходит из того, что процесс преобразования находящихся в распоряжении общества человеческих ресурсов удовлетворяет одновременно потребности как общества, так и самих ресурсов. Образование относится к сфере производства услуг, которые становятся экономическим благом только при условии их востребованности у потребителя.

Продуктом деятельности учреждений сферы профессионального образования является образовательная услуга. В связи с этим для выяснения сущности образовательной услуги необходимо определение ключевых понятий: что следует понимать под образовательной услугой, что выступает в качестве товара на рынке образовательных услуг, кто является производителем и потребителем, чьи потребности они удовлетворяют, какими свойствами обладают образовательные услуги.

Прежде всего, требует уточнения понятие «образовательная услуга», которое и позволит выявить формы ее проявления, определить соотношение между образовательными услугами и прочими образовательными продуктами, роли и места конкретной образовательной услуги в конкретном образовательном учреждении.

Между тем определение образовательной услуги требует выяснения понятия «услуга». Разные экономисты дают различные толкования данного термина. В частности, можно привести следующие наиболее характерные трактовки:

- Услуги – это действия или деятельность, направленные непосредственно на потребителя.

[1] Римашевская Н. М., Будилова Е. В., Мигранова Л. А., Терехин А. Т. Новое исследование проблем здоровья // Народонаселение. – 2006. – № 4. – С. 23.

- Услуги – это виды деятельности, в процессе выполнения которых не создается новый материально-вещественный продукт, но изменяется качество имеющегося продукта.
- Услуги – это блага, предоставляемые в форме определенных действий или определенной деятельности.
- Услуги – это товары, которые могут производиться, передаваться и потребляться одновременно и характеризуются неосязаемостью, несохраняемостью, непостоянством качества и неотделимостью от источника[1].

По мнению автора, исследование услуг требует рассмотрения данного явления с экономических и социально-правовых сторон. Именно подобный подход позволяет выяснить сущность данного явления, определить его роль и место в социально-экономическом развитии общества. Правовая и социальная сущность услуг не может быть установлена без исследования ее экономической сути, а в свою очередь сущность услуги как экономической категории не может быть раскрыта без обращения к социально-правовым компонентам данного явления. Обратимся к правовым аспектам рассматриваемого явления.

Применительно к деятельности государственных и муниципальных образовательных учреждений термин «услуга» был впервые закреплен Законом Российской Федерации от 10 июля 1992 г. № 3266-1 «Об образовании»[2]. Согласно ст. 45 данного Закона государственные и муниципальные образовательные учреждения получили право на оказание платных услуг. С момента введения данного права законодательство в области образования стало оперировать понятием «образовательная услуга» (ст. 26 Закона, постановление Правительства РФ от 5 июля 2001 г. № 505 «Об утверждении правил оказания платных образовательных услуг»). Введение данных законодательных норм дало новый виток для развития этой сферы, что было связано с введением новых институциональных элементов, таких как предоставление обучающимся услуг на платной основе, появление негосударственных образовательных учреждений. Это повлекло за собой внедрение не только новых элементов осуществления образовательной деятельности, но и новых категорий и понятий, одним из которых стала образовательная услуга. Между тем используемый в специальной юридической литературе[3] с конца 1990-х гг. термин «образовательные услуги» до настоящего времени не имеет однозначного толкования и в области права.

Так, В. М. Сырых придерживается узкого подхода в определении образовательных услуг, утверждая, что поскольку Закон об образовании проводит границу между деятельностью образовательного учреждения и оказываемыми им платными дополнительными услугами, то и отнести к сфере образовательных услуг образование, получаемое в рамках образовательных стандартов даже на платной основе, не представляется возможным[4].

Аналогичного мнения придерживается и Г. Д. Шкарлупина, которая в своих исследованиях рассматривает платность как основополагающий элемент образовательной услуги[5]. Этот подход еще более сужает понятие образовательной услуги, исключая ту часть образовательных услуг, которые оказываются на бесплатной основе.

А. И. Рожков под образовательными услугами понимает «совокупность знаний, умений и навыков и информации, которые используются для удовлетворения многообразных потребностей человека, общества и государства; совершаемая на возмездных началах правомерная

---

[1] Галайда О. В. Экономические аспекты зарубежного опыта предоставления образовательных услуг и возможности его использования в Российской Федерации : дис. ... канд. экон. наук. – М., 2008. – С. 15.

[2] СЗ РФ. 1996. № 3. Ст. 150.

[3] Публичные услуги и право : науч.-практ. пособие / под ред. Ю. А. Тихомирова. – М., 2007; Кванина В. В. Гражданско-правовое регулирование правоотношений в сфере высшего профессионального образования. – М., 2005; Сырых В. М. Введение в теорию образовательного права. – М., 2002; Санникова Л. В. Услуги в гражданском праве России. – М., 2006; Шкатулла В. И. Образовательное право : учебник для вузов. – М., 2001; Куров С. В. Образовательные услуги: гражданско-правовой аспект. – М., 1999; Федорова М. Ю. Образовательное право / М. Ю. Федорова. – М., 2004.

[4] Сырых В. М. О юридической природе образовательного договора с условием оплаты обучающимся стоимости обучения // Право и образование. – 2002. – № 4. – С. 69–74.

[5] Шкарлупина Г. Д. Образовательные услуги или обучение на возмездной основе – различие должен определить закон // Право и образование. – 2008. – № 3.

деятельность по удовлетворению образовательных потребностей человека, для осуществления которой требуется активное участие обучающегося»[1].

С. Е. Нарышкин, Т. Я. Хабриева полагают, что представляется верным исходить из более широкого понимания образовательных услуг как услуг, характеризующих отношения, возникающие между образовательными учреждениями (организациями), с одной стороны, и гражданами – с другой, для удовлетворения последними потребностей в общеобразовательных и профессиональных знаниях, навыках, умениях[2].

В. С. Потапенко считает, что с позиции правового регулирования образовательные услуги «представляют собой действия по обучению, воспитанию и социализации, осуществляемые особыми субъектами в установленных российским законодательством рамках»[3].

Таким образом, обобщая рассматриваемые понятия, можно сделать вывод, что образовательные услуги – это элемент образовательной деятельности, имеющий своей целью передачу знаний, умений, формирование профессиональных навыков и усвоение их обучающимся.

Рассмотрим сущность и содержание образовательной услуги с позиции экономической науки. Анализ сущности услуги согласно классической теории маркетинга, позволяет определить услугу как «мероприятие или выгоду, которую одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо»[4] и выявить ряд ее специфических особенностей, отличающих ее от товара (таблица 1).

Таблица 1

Специфические особенности услуг в сравнении с товаром

Характеристика услуги	*Содержание характеристики*
Неотделимость от источника	Услуга неотделима от своего источника ее существование возможно только при условии присутствия товаропроизводителя. Следовательно, качество услуг зависит от эмоционального и физического состояния человека, если он становится непосредственным источником.
Несохраняемость	Процесс производства и потребления этих услуг происходит одновременно, они не могут складироваться для последующей перепродажи.
Неосязаемость	Услугу невозможно оценить по органолептическим свойствам до момента приобретения.
Непостоянство качества	Качество услуг меняется в зависимости от производителя, времени и места оказания.

Источник: Обобщено автором на основе классификации Ф. Котлера.

Следует отметить, что, по мнению автора, определение данных свойств по отношению к образовательным услугам является достаточно приблизительным, поскольку не отвечает самой сущности образования.

Появление самых разнообразных образовательных продуктов, позволяющих самостоятельно изучить материал, свидетельствует об отделимости образовательной услуги от источника, прежде всего, от преподавателя. Появление и развитие дистанционного образования качественно меняет роль преподавателя в образовательном процессе, сводя его функцию к координации и контролю за процессом обучения. Следовательно, образовательное учреждение в объеме производства увеличивает долю интеллектуального и материального продуктов.

Создание материальных образовательных продуктов в виде CD и DVD дисков, электронных учебников, презентационных программ способствует, с одной стороны, созданию товарных

---

[1] Рожков А. И. Образовательные услуги как объект гражданских прав: проблемы правового определения // Право и образование. – 2007. – № 7.

[2] Административная реформа в России : науч.-практ. пособие / под ред. С. Е. Нарышкина, Т. Я. Хабриевой. – М., 2006. – С. 280.

[3] Потапенко В. С. Правовое регулирование социальной услуги в сфере образования : автореф. дис. ... канд. юрид. наук. – М., 2009. – С. 11.

[4] Котлер Ф. Основы маркетинга / пер. с англ. – М. : Росинтер, 1996. – С. 600–602.

запасов, с другой – отделимости образовательной услуги от преподавателя. Наличие подобных запасов, их приумножение дают возможность образовательным учреждениям более гибко реагировать на изменения спроса и предложения на рынке образовательных услуг.

Процесс производства и потребления образовательных услуг нельзя назвать нематериальным, поскольку происходит физическое воздействие на каналы восприятия обучаемого: слух, зрение, обоняние, осязание, вкус, запах. Чем больше каналов задействовано, тем более успешно протекает процесс.

В процессе производства образовательных услуг возрастает роль материально-технического обеспечения. В результате растет доля данных затрат в структуре себестоимости образовательной услуги. В условиях информационной экономики качество образовательных услуг во многом зависит от уровня технических и учебно-методических средств, используемых в процессе обучения.

Несмотря на «нематериальный характер» образовательной услуги, она подлежит стандартизации, начиная от установления государственных образовательных стандартов и заканчивая подробным описанием отдельных элементов каждого типа занятия по любой дисциплине. Проблемы возникают в том случае, когда действующая система стандартов не отвечает изменяющимся образовательным потребностям и предложением образовательных услуг.

Современное состояние российской системы образования позволяет нивелировать непостоянство качества образовательных услуг и обеспечивает достоверность прогнозов качества образования при наличии информации о параметрах учебного процесса. К ним следует отнести состояние материально-технической базы, характеристики административного и педагогического персонала, наличие инновационных технологий обучения, уровень используемых программ, методик и др.

Проведенный анализ свойств, присущих для всех услуг, позволяет сделать выводы о специфике их проявления в образовании, что обусловлено их направленностью на удовлетворение многообразных потребностей населения. Для более четкого понимания специфичности образовательных услуг рассмотрим основные подходы к определению данного понятия.

Так, А. А. Ченцов предлагает следующее определение: «Образовательные услуги создаются в процессе научно-педагогического труда, являющегося в свою очередь разновидностью научного труда. Результат научно-педагогического труда может быть назван образовательным продуктом. Образовательный продукт – это часть интеллектуального продукта, адаптированная к соответствующему сегменту образовательных услуг»[1]. Из определения следует, что образовательная услуга является продуктом научно-педагогического труда, которая создается в целях удовлетворения выявленных потребностей потребителя.

М. А. Лукашенко выделяет: «Конечный образовательный продукт – образованность индивида и промежуточный образовательный продукт как результат промежуточных этапов образовательного производства, выраженный в образовательных товарах и услугах»[2].

Существуют и иные точки зрения о том, что такое образовательная услуга. Так, например, А. М. Стрижов под образовательной услугой понимает «целенаправленную деятельность, характеризуемую взаимодействием участников образовательного процесса и направленную на удовлетворение образовательных потребностей личности»[3]. Р. Джапарова под образовательной услугой понимает «деятельностную передачу системных знаний и привитие проверенных опытом практических навыков к определенному виду занятия путем непосредственной коммуникации с обучаемым»[4]. Таким образом, при данной трактовке образовательная услуга представляет собой процесс взаимодействия между производителем и потребителем, в процессе оказания и приобретения этого специфического блага.

---

[1] Ченцов А. А. О бизнесе образовательных услуг // Высшее образование в России. – 1999. – № 2. – С. 120–123.

[2] Лукашенко М. А. Высшее учебное заведение на рынке образовательных услуг: актуальные проблемы управления. – М. : Маркет, 2003. – 356 с.

[3] Стрижов А. М. Понятие качества образовательной услуги в условиях рыночных отношений // Стандарты и мониторинг в образовании. – 1999. – № 3. – С. 48.

[4] Джапарова Р. Маркетинг услуг профессионального образования // Маркетинг. – 2005. – № 4. – С. 55.

Ряд авторов рассматривают образовательную услугу как процесс передачи определенной информации для усвоения в целях получения определенного результата. Е. Д. Липкина под образовательной услугой понимает «совокупность знаний, умений, навыков и определенного объема информации, которые используются для удовлетворения специфической потребности человека и общества в интеллектуальном развитии и приобретении профессиональных умений и навыков»[1]. С. А. Зайчикова придерживается этой же точки зрения и под образовательной услугой понимает «систему знаний, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения потребностей индивида, общества и государства и направлены на приращение человеческого капитала»[2]. В. П. Щетинин в рамках данного подхода определяет образовательные услуги как «систему знаний, информации, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения многих потребностей человека, общества и государства»[3].

Н. Н. Терещенко, определяя содержание образовательной услуги, отмечает, что это целый комплекс действий воспитательного и обучающего характера, направленный на удовлетворение потребностей индивида, в результате осуществления которого происходит совершенствование имеющихся и приобретенных навыков[4]. Данной позиции придерживается и В. Н. Зотов, который определяет образовательную услугу как «объем учебной и научной информации, передаваемой гражданину в виде суммы знаний общественного и специального характера, а также практических навыков, передаваемых гражданину по определенной программе»[5]. Следовательно, авторы данного подхода рассматривают образовательную услугу как комплекс знаний, направленный на развитие индивида.

Некоторые авторы трактуют образовательную услугу как деятельность образовательного учреждения, направленную на формирование профессиональных знаний, умений, навыков, реализуемых в процессе последующей трудовой деятельности индивида. Так, Т. А. Сон утверждает, что «...образовательная услуга есть результат учебной, управленческой и финансово-хозяйственной деятельности учебного заведения, направленной на удовлетворение производственного спроса на подготовку, переподготовку и повышение квалификации рабочей силы, спроса индивидов на получение профессии или квалификации, переквалификации...»[6].

И. Б. Романова под образовательной услугой понимает «трудовую деятельность экономической единицы, направленную на удовлетворение потребности некоторого субъекта в образовании (т. е. в приобретении систематизированных знаний, умений и навыков), осуществляемую с предварительного согласия данного субъекта»[7]. Следует отметить, что в процессе потребления образовательная услуга включается в рабочую силу, качество которой зависит от затраченного труда участников данного процесса.

На наш взгляд, в рассмотренных ранее определениях упущен вопрос взаимодействия сторон производителя и потребителя. В связи с этим уместно привести определение А. А. Браверманна, который рассматривает вузы как производителей товара «молодые специалисты». Высшие учебные заведения должны «обеспечить оптимальное насыщение рынка труда работниками нужной квалификации...». В конечном итоге должен быть выпущен специалист, соответствующий запросам потребителей и требованиям научно-технического прогресса»[8].

---

[1] Липкина Е. Д. Конкурентоспособность вузов на современном рынке образовательных услуг : монография. – Омск : Изд-во ОмГПУ, 2006. – С. 10.

[2] Зайчикова С. А., Маяцкая И. Н. Стратегия маркетинга высшего учебного заведения в системе открытого образования : монография. – М. : Изд-во РГСУ, 2006. – С. 12.

[3] Щетинин В. П., Хроменков Н. А., Рябушкин Б. С. Экономика образования. – М. : Изд-во РЦЭО МПУ, 1995. – С. 12–13.

[4] Терещенко Н. Н. Исследование рынка образовательных услуг высшей школы : монография. – Красноярск : Изд-во Краснояр. гос. ун-та, 2005. – С. 21.

[5] Зотов В. Н. Разработка стратегии и тактики маркетинговой деятельности вузов на рынке образовательных услуг и научно-технической продукции : автореф. дис. ... канд. экон. наук / В. Н. Зотов. – М. : Изд-во РЭА им. Г. В. Плеханова, 1997. – С. 13.

[6] URL : http// www.marketing.spb.ru.

[7] Романова И. Б. Управление конкурентоспособностью высшего учебного заведения. – Ульяновск : Средневолжский научный центр, 2005. – С. 28.

[8] Браверман А. А. Маркетинг в российской экономике переходного периода: методология и практика. – М. : Экономика, 1997. – С. 539.

Противоположное мнение у О. В. Сагиновой: «...Нельзя принять однозначное утверждение автора о вузе как производителе товара в виде молодых специалистов... ведь даже в формировании профессионально значимых знаний, умений и навыков, которые используются работодателями на рынке труда, участвует не только вуз... Поэтому на рынке труда вуз является производителем не выпускников, а образовательных программ, в том виде, в котором они освоены его выпускниками»[1].

В ряде работ специалисты выделяют потребителя и заказчика образовательных услуг. Так, А. М. Стрижов отмечает, что «образование как товар носит двойственный характер: до определенного уровня это государственный товар – бесплатная услуга, на другом уровне – государственно-частный товар и платная услуга...»[2].

Далее из цитируемого источника становится ясно, что, во-первых, под образовательной потребностью вообще автор понимает «состояние» (личности), которое, в частности в условиях рынка, выступает в форме «ожиданий» (субъекта и социальных групп), во-вторых, как «процесс» (выбора и освоения образовательной траектории). С другой стороны, речь идет о формировании «заказа общества».

В свою очередь А. Панкрухин отмечает, что результатом оказания образовательных услуг может быть: приобретение клиентом (школьником, студентом, слушателем) знаний, умений, навыков в принципиально новой сфере (новая продукция); повышение уже имеющегося потенциала знаний, умений и навыков клиента; преобразование личности. С другой стороны, автор отмечает: «Специфика потребления образования состоит в том, что его используют одновременно потребители разных категорий – и сам индивид, и предприятия-работодатели, и общество в целом»[3].

С правовой точки зрения С. Е. Нарышкин и Т. Я. Хабриева считают, что это отношения, возникающие между образовательными учреждениями (организациями), с одной стороны, и гражданами – с другой, для удовлетворения последними потребностей в общеобразовательных и профессиональных знаниях, навыках, умениях[4].

Еще одно из мнений по рассматриваемой проблеме: участниками купли-продажи «выступают три стороны: вуз, будущий специалист и работодатель. Однако есть и четвертая, главная сторона этого процесса – государство, которое определяет перспективу своего развития с пониманием того, что по отношению к образованию судят о будущем страны»[5]. С позиции оплаты ты стоимости образовательных услуг также можно выделить нескольких участников данных взаимоотношений. Так, В. В. Кванина всю деятельность вузов рассматривает как набор образовательных услуг, которые могут оказываться либо за счет бюджетных средств, либо за счет средств потребителей этих услуг или которые могут быть оплачены третьими лицами[6].

Завершая рассмотрение различных взглядов на базовые понятия образовательной услуги применительно к рынку образовательных услуг, можно сделать вывод, что отсутствие однозначных определений связано с рассмотрением различных аспектов данной проблемы. В одних случаях акцент делается на взаимоотношения «вуз – студент», в других – «государство – вуз» или «вуз – рынок труда» и т. д. Рассмотренные подходы позволили автору выделить следующие категории потребителей образовательных услуг, которых следует разделить на внутренних и внешних.

Внутренними потребителями для образовательных учреждений, осуществляющих профессиональную подготовку, являются:

---

[1] Сагинова О. В. Маркетинг образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 1999. – № 3. – С. 48–59.

[2] Стрижов А. М. Понятие качества образовательной услуги в условиях рыночных отношений // Стандарты и мониторинг в образовании. – 1999. – № 3. – С. 47–50.

[3] Панкрухин А. Цена образования // Alma mater. – 1997. – № 5. – С. 24–29.

[4] Административная реформа в России: науч.-практ. пособие / под ред. С.Е. Нарышкина, Т.Я. Хабриевой. – М., 2006. – С. 280.

[5] Современные проблемы элитарного образования (фрагменты «круглого стола») // Вестник высшей школы (Alma mater). – 1999. – № 6. – С. 49–52.

[6] Кванина В. В. Гражданско-правовое регулирование правоотношений в сфере высшего профессионального образования. – М., 2005. – С. 272.

1) студенты, хотя они же одновременно играют роль отчасти ресурсов и конечного продукта деятельности образовательного учреждения;

2) кафедры, использующие знания и умения, приобретенные студентами (слушателями) при обучении на предшествующих курсах;

3) руководство образовательного учреждения, задачей которого является разработка тематики и конкретных методов управления процессом обучения (методическая работа) и непосредственное осуществление всех известных видов учебного процесса с целью наиболее полного использования потенциала студентов (слушателей) – учебная работа.

Внешними потребителями образовательных услуг являются:

1) будущий работодатель (независимо от формы собственности предприятия, в том числе и органы государственной власти);

2) общество в целом, интеллектуальный и созидательный потенциал которого прямо зависит от уровня образованности его членов, т. е. во многом от качества подготовки выпускников вузов.

Таким образом, на основе анализа экономических и правовых трактовок образовательной услуги автор приходит к выводу, что они представляют собой деятельность образовательных учреждений, направленную на формирование знаний, умений, навыков заказчиков для получения ими в последующем определенной выгоды.

В экономике образования достаточно распространен подход к определению сущности данного вида услуг через определение характерных для них свойств. Остановимся на данных свойствах, представленных в трудах отечественных авторов.

У. Г. Зиннуров, В. В. Чекмарев отмечают такие свойства образовательной услуги, как неосязаемость, неотделимость от производителя, высокая стоимость, длительность производства, отсроченность эффекта и др.[1]

А. П. Панкрухин и М. И. Потеев выделяют следующие специфические черты, характерные для образовательных услуг:

- Они неосязаемы до момента их приобретения. Услуги приходится приобретать, веря на слово. Чтобы убедить клиента сделать это, производители услуг стараются формализовать наиболее значимые для покупателя параметры услуги и представить их по возможности наглядно. В образовании этим целям служат: учебные планы и программы; информация о методах, формах и условиях оказания услуг; сертификаты, лицензии, дипломы.
- Услуги неотделимы от субъектов (конкретных работников), оказывающих их. Любая замена учителя, преподавателя, тьютора может изменить процесс и результат оказания образовательной услуги, а следовательно, изменить и спрос. Общительность, доброжелательность, умение владеть собой, вызывать доверие – обязательные требования к работникам сферы услуг, тем более – образовательных. Особенность последних – в том, что их потребление начинается одновременно с началом их оказания. Более того, сама технология оказания образовательных услуг включает активное взаимодействие с их будущим потребителем (например, «педагогика сотрудничества»).
- Услуги непостоянны по качеству. Это связано, прежде всего, с их неотделимостью от субъектов-исполнителей, а также с невозможностью и нецелесообразностью определения жестких стандартов на процессы и результаты оказания услуг. Непостоянство образовательной услуги имеет еще одну причину – изменчивость «исходного материала» – обучающегося.
- Услуги несохраняемы. Для образовательных услуг несохраняемость имеет две ипостаси. С одной стороны, это невозможность заготовить услуги в полном объеме заранее и складировать их как материальный товар в ожидании роста спроса. Однако у образовательных услуг эта черта выглядит смягченной, так как, по крайней мере, учебная информация может быть зафиксирована на материальных носителях. Но для них действует другая сторона несохраняемости – естественное для человека забывание полученной информации, знаний. В образовании в том же русле действует

[1] Зиннуров У. Г. Маркетинг в деятельности вузов: теория и метод решения. – Уфа : УГАТУ, 1993; Чекмарев В. В., Скражинский М. И. Экономические проблемы сферы образования : монография. – Кострома : КГПУ им. Н. А. Некрасова, 1996. – Ч. 1.

научно-технический прогресс, ведущий к быстрому устареванию знаний. Социальный прогресс также вносит свою лепту в устаревание знаний по целому ряду дисциплин, особенно в быстро меняющемся обществе, в переходные периоды. Однако, на наш взгляд, с этим мнением нельзя полностью согласиться, так как отношение автора к свойствам неотделимости от субъектов, несохраняемости и непостоянства качества было рассмотрено ранее.

В свою очередь И. А. Майбуров дополняет рассмотренные выше свойства и считает, что образовательные услуги обладают: целостностью (для потребителя образовательная услуга будет иметь потребительную стоимость только тогда, когда он получит ее в полном объеме); длительностью потребления и последующего использования (процесс потребления эффекта образовательной услуги растянут во времени на несколько лет, а периодом использования полученной услуги может быть вся дальнейшая жизнь потребителя); сложностью (образовательная услуга технически и методически настолько сложна, что требует от производителя обязательного соответствия уровня квалификации степени сложности оказываемых услуг); многократностью использования (образовательная услуга может сколь угодно раз тиражироваться производителем, конечно, при отсутствии ограничений на права интеллектуальной собственности); взаимосвязанностью с потребителем (от потребителя требуются активное личное участие и определенный набор навыков, умений, усилий для потребления этой услуги)[1].

М. А. Лукашенко полагает, что образовательные услуги обладают: невозможностью полной стандартизации; невозможностью оценки ожидаемого личного эффекта от образовательной услуги потребителем в силу сложности прогнозирования состояния рынка труда на момент завершения обучения; эффектом запаздывания и кумулятивного эффекта на индивидуальную и общественную полезность образовательной услуги; невозможностью осознания общественной полезности образовательной услуги отдельными производителями и потребителями[2].

На наш взгляд, следует согласиться с позицией этих авторов относительно выделенной специфики образовательной услуги. Между тем обозначенные свойства не в полном объеме характеризуют специфичность данного вида услуг. Автор хотел бы остановиться еще на нескольких свойствах, на наш взгляд характерных для них.

Одной из важнейших характеристик образовательной услуги в условиях современной экономики является признание образовательной услуги как инвестиций в человеческий капитал, объект купли-продажи с последующим превращением знаний, в капитал, возрастанием «отдачи», связанной с получением образовательных услуг. Главным результатом экономической «отдачи» от приобретения образовательной услуги для потребителя является прирост его дохода благодаря повышению образовательного и профессионального потенциала. В развитых странах наблюдается устойчивая зависимость между уровнем образования индивида и доходом, получаемым в течение всей жизни. При принятии решения о получении образования рациональный индивид сопоставляет затраты и выгоды от повышения образовательного уровня.

Рассматриваемый вид услуг должен соответствовать единообразным критериям качества, вырабатываемым органами государственного, муниципального или общественного управления образованием либо международными организациями и зависящим от уровня, цели и качества получаемого образования, определяемого соответствующими стандартами. Предусмотренные процедуры лицензирования образовательной деятельности, государственной аккредитации и соответствие содержания образовательного процесса государственным образовательным стандартам являются способами обеспечения качества предоставления образовательных услуг. В сфере профессионального образования предусмотрен государственный контроль за качеством их производства путем выдачи диплома выпускнику, прошедшему государственную аттестацию установленного образца по определенной специальности с присвоением квалификации.

Процесс производства и потребления образовательной услуги носит длительный характер (полный цикл формирования специалиста может занимать 20 и более лет: 4 года – начальная

---

[1] Майбуров И. А. Соотношение понятий «образование» и «образовательные услуги» // Право и образование. – 2003. – № 5. – С. 41.

[2] Лукашенко М. А. Высшее учебное заведение на рынке образовательных услуг: актуальные проблемы управления. – М. : Маркет ДС, 2003. – С. 21–26.

школа, 5 лет – основное общее образование; 2 года – среднее (полное) общее образование; 4 года – бакалавриат, 2 года – магистратура; 2–3 года – аспирантура, докторантура). В процессе трудовой деятельности работник может посещать курсы повышения квалификации, бизнес-тренинги, получать второе высшее образование, т. е. потребление образовательных услуг может осуществляться в течение всей сознательной жизни.

Порядок предоставления образовательной услуги, особенно в сфере профессионального образования четко регламентирован и состоит из нескольких этапов: подачи абитуриентом заявления в учебное заведение; прохождения вступительных испытаний (с учетом особенностей режима ЕГЭ); зачисления абитуриента в учебное заведение; заключение договора между обучающимся (его родителями или законными представителями) и учебным учреждением; прохождение аттестационных испытаний на протяжении всего срока обучения в виде экзаменов и зачетов и получение документа об образовании.

Процесс производства и потребления образовательной услуги будет неполным, если она не сопровождается сопутствующими услугами (медицинские услуги, общежитие, спортивный комплекс, комплекс питания, бизнес-инкубатор, центр трудоустройства и пр.), которые сопровождают и улучшают качества образовательного процесса, способствуют решению культурных и бытовых запросов потребителей, придавая при этом дополнительную ценность образовательному учреждению.

Образовательная услуга одновременно затрагивает два рынка – образовательных услуг и труда. Именно на рынке труда проявляется истинная потребительская стоимость и качество образовательных услуг, особенно ярко это проявляется в секторе профессионального образования, где образовательные учреждения, осуществляя подготовку и переподготовку молодых специалистов, ориентируются на запросы работодателей.

Производство и потребление образовательных услуг являются условием воспроизводства, формирования и развития трудовых ресурсов общества, следовательно, влияют на рост производительности труда и создают предпосылки для экономического роста и инновационного развития экономики страны. Среди индикаторов, используемых экспертами ОЭСР для оценки степени инновационности экономики, важнейшее место занимают данные, характеризующие развитие системы образования. В условиях «экономики знаний» именно знание становится важнейшим фактором экономического развития. Как было установлено, многие отечественные исследователи рассматривают образовательную услугу как знания, что дает основание полагать, что данный вид услуг выступает средством формирования нового типа общественного развития.

Подытоживая вышесказанное, автор полагает возможным сформулировать следующее определение образовательной услуги, учитывающее все составляющие данной категории: образовательная услуга – это экономическая и социально значимая категория, представляющая особый вид услуг, нацеленных на удовлетворение потребностей потребителя в знаниях, как общих, так и профессиональных, приобретаемых потребителями на бесплатных или возмездных условиях.

Литература:

1. СЗ РФ. 1996. № 3. Ст. 150.
2. Административная реформа в России : науч.-практ. пособие / под ред. С. Е. Нарышкина, Т. Я. Хабриевой. – М., 2006. – С. 280.
3. Браверман А. А. Маркетинг в российской экономике переходного периода: методология и практика / А. А. Браверман. – М. : Экономика, 1997. – 539 с.
4. Галайда О. В. Экономические аспекты зарубежного опыта предоставления образовательных услуг и возможности его использования в Российской Федерации : дис. ... канд. экон. наук / О. В. Галайда. – М., 2008. – 15с.
5. Джапарова Р. Маркетинг услуг профессионального образования // Маркетинг. – 2005. – № 4. – С. 55.
6. Зайчикова С. А. Стратегия маркетинга высшего учебного заведения в системе открытого образования : монография / С. А. Зайчикова, И. Н. Маяцкая. – М. : Изд-во РГСУ, 2006. – С. 12.

7. Зиннуров У. Г. Маркетинг в деятельности вузов: теория и метод решения / У. Г. Зиннуров. – Уфа : УГАТУ, 1993.

8. Чекмарев В. В. Экономические проблемы сферы образования: монография / В. В. Чекмарев, М. И. Скражинский. – Кострома : Изд-во КГПУ им. Н.А. Некрасова, 1996.

9. Зотов В. Н. Разработка стратегии и тактики маркетинговой деятельности вузов на рынке образовательных услуг и научно-технической продукции : авторефер. дис. … канд. экон. наук / В. Н. Зотов. – М. : Изд-во РЭА им. Г. В. Плеханова, 1997. – С. 13.

10. Кванина В. В. Гражданско-правовое регулирование правоотношений в сфере высшего профессионального образования / В. В. Кванина. – М., 2005. – 272 с.

11. Куров С. В. Образовательные услуги: гражданско-правовой аспект / С. В. Куров. – М., 1999.

12. Липкина Е. Д. Конкурентоспособность вузов на современном рынке образовательных услуг : монография / Е. Д. Липкина. – Омск : Изд-во ОмГПУ, 2006. – С. 10.

13. Лукашенко М. А. Высшее учебное заведение на рынке образовательных услуг: актуальные проблемы управления / М. А. Лукашенко. – М. : Маркет, 2003. – 356 с.

14. Майбуров И. А. Соотношение понятий «образование» и «образовательные услуги» / И. А. Майбуров // Право и образование. – 2003. – № 5. – С. 41.

15. Панкрухин А. Цена образования / А. Панкрухин // Alma mater. – 1997. – № 5. – С. 24–29.

16. Публичные услуги и право : науч.-практ. пособие / под ред. Ю. А. Тихомирова. – М., 2007.

17. Римашевская Н. М. Новое исследование проблем здоровья / Н. М. Римашевская [и др.] // Народонаселение. – 2006. – № 4. – С. 23.

18. Рожков А. И. Образовательные услуги как объект гражданских прав: проблемы правового определения / А. И. Рожков // Право и образование. – 2007. – № 7.

19. Романова И. Б. Управление конкурентоспособностью высшего учебного заведения / И. Б. Романова. – Ульяновск : Средневолжский научный центр, 2005. – С. 28.

20. Сагинова О. В. Маркетинг образовательных услуг / О. В. Сагинова // Маркетинг в России и за рубежом. – 1999. – № 3. – С. 48–59.

21. Санникова Л. В. Услуги в гражданском праве России / Л. В. Санникова. – М., 2006.

22. Современные проблемы элитарного образования : фрагменты «круглого стола» // Вестник высшей школы (Alma mater). – 1999. – № 6. – С. 49–52.

23. Сон Т. А. Формирование рынка образовательных услуг [Электронный ресурс] / Т. А.Сон. – Режим доступа : www. URL : http// www.marketing.spb.ru.

24. Стрижов А. М. Понятие качества образовательной услуги в условиях рыночных отношений / А. М. Стрижов // Стандарты и мониторинг в образовании. – 1999. – № 3. – С. 47–50.

25. Сырых В. М. Введение в теорию образовательного права / В. М. Сырых. – М., 2002.

26. Сырых В. М. О юридической природе образовательного договора с условием оплаты обучающимся стоимости обучения / В. М. Сырых // Право и образование. – 2002. – № 4. – С. 69–74.

27. Терещенко Н. Н. Исследование рынка образовательных услуг высшей школы : монография / Н. Н. Терещенко. – Красноярск : Изд-во Краснояр. гос. ун-та, 2005. – С. 21.

28. Федорова М. Ю. Образовательное право / М. Ю. Федорова. – М., 2004.

29. Ченцов А. А. О бизнесе образовательных услуг / А. А. Ченцов // Высшее образование в России. – 1999. – № 2. – С. 120–123.

30. Шкарлупина Г. Д. Образовательные услуги или обучение на возмездной основе – различие должен определить закон / Г. Д. Шкарлупина // Право и образование. – 2008. – № 3.

31. Шкатулла В. И. Образовательное право : учебник для вузов / В. И. Шкатулла. – М., 2001.

32. Щетинин В. П. Экономика образования / В. П. Щетинин, Н. А. Хроменков, Б. С. Рябушкин. – М. : Изд-во РЦЭО МПУ, 1995.

Нечай Алексей Дмитриевич,
аспирант кафедры экономики и финансов
Волгоградской академии государственной службы,
e-mail: leha204vags@mail.ru

Особенности анализа и оценки финансовой устойчивости сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов
Peculiarities of analysis and evaluation of financial strength of agricultural credit consumer cooperative societies

В статье предлагается авторская методика оценки финансовой устойчивости сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов.

The author of the paper presents the procedure for estimation of financial strength of agricultural credit consumer cooperative societies.

Ключевые слова: финансовая устойчивость; сельскохозяйственный кредитный потребительский кооператив.

Key words: financial strength; agricultural credit consumer cooperative societies.

Сельскохозяйственный кредитный потребительский кооператив (далее – СКПК) как специфический микрофинансовый институт занимает особое место в инфраструктуре агропромышленного комплекса России и Волгоградской области. СКПК создаются для развития крестьянско-фермерских, личных подсобных хозяйств и предприятий малого агробизнеса.

Залогом успешного развития СКПК в Волгоградской области служит ряд факторов. Во-первых, аграрный сектор играет важную роль в экономике региона: Волгоградская область является одним из крупнейших производителей сельскохозяйственной продукции в Российской Федерации. По производству зерновых культур область входит в первую десятку российских регионов (см. табл. 1).

Таблица 1

Основные показатели экономического развития Волгоградской области в 2008 г.

Показатели	*Всего*	*Доля отрасли в общем объеме*							
		Производство товаров				*Производство услуг*			
		Всего	*в том числе*			*Всего*	*в том числе*		
			промышленность	*сельское хозяйство*	*строительство*		*транспорт и связь*	*торговля*	*ЖКХ*
ВРП	100,0	61,1	30,0	17,0	7,2	38,9	9,1	9,3	3,3
Инвестиции	100,0	54,6	44,8	6,0	2,4	45,4	35,0	2,0	0,5
Налоговые поступления	100,0	69,0	60,6	1,2	6,4	31,0	9,3	5,9	0,5

Во-вторых, большое значение для развития СКПК в регионе имеют поддержка со стороны администрации Волгоградской области, а также сотрудничество с Германским кооперативным союзом Райффайзен.

СКПК постоянно испытывают потребность в финансовых ресурсах, важнейшим источником привлечения которых на долгосрочной основе являются кредиты коммерческих банков. В связи с этим необходимо, чтобы кредитная кооперация являлась финансово устойчивой, конкурентоспособной микрофинансовой структурой, функционирующей на основе мощной ресурсной базы, позволяющей предоставить средне- и долгосрочные займы сельхозтоваропроизводителям. Важнейшим индикатором успешного развития системы СКПК является финансовая устойчивость.

Понятие финансовой устойчивости СКПК с учетом специфики деятельности кооперативов отличается от категории финансовой устойчивости коммерческих организаций. Автор считает, что понятие «финансовая устойчивость СКПК» – это сложная экономическая категория,

отражающая способность как системы, так и отдельных ее элементов в условиях действия специфических факторов (некоммерческий характер деятельности, отсутствие четко проработанной нормативно-правовой базы, отсутствие в качестве основной цели деятельности получение прибыли) обеспечивать такой порядок формирования и использования финансовых ресурсов, который поможет поддерживать не только высокую экономическую эффективность деятельности кооператива, но и решить социальные проблемы населения сельской местности. Наиболее интересной, по мнению автора, является методика, разработанная В. М. Пахомовым и О. Н. Степановой, которая отражает специфику деятельности СКПК. В систематизированном виде основные показатели данной методики представлены в таблице 2.

Таблица 2

Балльная оценка показателей финансовой устойчивости СКПК

Обозначение	*Наименование норматива*	*Нормативное значение*	*Максимальный – минимальный баллы*	*Сумма баллов*
Min СС	Минимальный размер собственных средств	Должен прирастать	1-0	59
Кфн	Отношение величины собственных средств к общей величине обязательств	0,1	1-0	
Кви	Отношение величины собственных средств к величине внешних обязательств	0,5	5-0	
Кпо	Отношение величины собственных средств к общей величине непогашенных в срок займов (с учетом процентов)	1	10-0	
Ктл	Отношение высоколиквидных активов к текущим обязательствам	0,5	5-0	
Кол	Отношение ликвидных активов к общей сумме обязательств	1	10-0	
УИ	Отношение затрат на функционирование СКПК к среднегодовой сумме активов	0,1	1-0	
ПМ	Разница между средневзвешенной ставкой по выданным займам и средневзвешенной ставкой по сберегательным взносам	Должен уменьшаться	1-0	
ДУЗ	Отношение суммы выданных членам СКПК займов за год к общей сумме поданных заявок	1	10-0	
Z	Отношение суммы займов, выданных за год, к среднегодовой величине активов	1	10-0	
К	Отношение объема невозвращенных займов за год к общей сумме выданных займов	0,05	1-0	
П1	Отношение суммы привлеченных средств пайщиков к числу пайщиков	Должен прирастать	1-0	
В1	Отношение суммы выданных займов к числу пайщиков	Должен прирастать	1-0	
ДПС	Отношение суммы выплаченных компенсаций по сбережениям пайщиков к сумме привлеченных средств пайщиков	Должен прирастать	1-0	
Кнв	Отношение величины страхового фонда к общей величине привлеченных сбережений пайщиков	0,1	1-0	

Однако рассматриваемая методика имеет ряд недостатков, главным из которых, по мнению автора, является отсутствие обобщающего показателя оценки финансовой устойчивости СКПК. Кроме того, автор предлагает добавить ряд показателей в существующую методику, которые будут наиболее полно и корректно отражать специфику деятельности СКПК.

Как отмечалось ранее, главной задачей функционирования СКПК является удовлетворение потребностей пайщиков в финансовых ресурсах. Финансовые ресурсы СКПК образуются преимущественно за счет средств самих пайщиков. Следовательно, в группе нормативов эффективности деятельности СКПК необходимо рассчитать показатели, характеризующие степень участия членов в деятельности СКПК. К ним относятся коэффициент, характеризующий объем привлечения средств в расчете на одного пайщика (П1), и коэффициент, характеризующий объем выданных средств в расчете на одного заемщика (В1). Данные показатели рассчитываются следующим образом:

$$П1 = \frac{\sum Пп}{Кп} \qquad (1)$$

$$В1 = \frac{\sum Вп}{Кп}, \qquad (2)$$

где Пп – общая сумма средств, привлеченных от пайщиков в отчетном периоде;
Вп – общая сумма средств, выданных пайщикам в отчетном периоде;
Кп – численность пайщиков в кооперативе.

К показателям, характеризующим экономическую эффективность вложения средств в СКПК, также необходимо добавить общий показатель доходности выдачи займов, предложенный в работе А. А. Губина. Данный показатель рассчитывается по следующей формуле:

$$ДПС = \frac{ВП}{Пп}, \qquad (3)$$

где ВП – сумма выплаченных компенсаций (процентов) пайщикам СКПК;
Пп – сумма средств, привлеченных от пайщиков.

В СКПК необходимо постоянно контролировать такой показатель деятельности, как отношение размера страхового фонда (СФ) к общей величине привлеченных сбережений пайщиков – коэффициент надежности вложений (далее – Кнв):

$$Кнв = \frac{СФ}{\sum СП}, \qquad (4)$$

Величина данного показателя должна превышать 0,1.

Скорректированная методика позволит потенциальным пайщикам получать более полную информацию о деятельности СКПК, а также руководителям СКПК оперативно реагировать на изменения внешней и внутренней среды деятельности кредитного кооператива.

Кроме того, финансово устойчивый СКПК позволит привлечь больший объем финансовых ресурсов, что в конечном итоге будет способствовать увеличению объемов кредитования сельских товаропроизводителей и в конечном итоге позволит обеспечить продовольственную безопасность страны.

Литература:

1. Кредитная кооперация в российской деревне (1917–1930 гг.) / А. О. Бунин. – М. : Фонд развития сельской кредитной кооперации, 2003. – 312 с.

2. История потребительской кооперации в России : учеб. пособие / К. И. Вахитов. – М. : ЦУМК Центросоюза РФ, 1998. – 354 с.

3. Коваленко С. Б. Теория кредитной кооперации / С. Б. Коваленко. – Саратов : Изд-во Сарат. гос. соц.-экон. ун-та, 2000. – 276 с.

4. Козенко З. Н. Сельская кредитная потребительская кооперация : теория, опыт, тенденции развития / З. Н. Козенко. – Волгоград : Изд-во ВГСХА, 2001. – 119 с.

5. Методическое пособие по кредитной кооперации. Вып. № 2. – Ростов н/Д, 2006. – С. 121.

6. Попов Н. А. Экономика сельского хозяйства : учебник / Н. А. Попов. – М. : ДиС, 2000. – 285 с.

7. Сельскохозяйственная кредитная кооперация : учеб. пособие / под ред. С. Б. Коваленко, З. Н. Козенко. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 448 с.

8. Официальный сайт Фонда развития сельской кредитной кооперации. – Режим доступа : www. URL : http//www.ruralcredit.ru.

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ И ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Васильев Евгений Сергеевич,
к. э. н., доц. кафедры бухгалтерского учета,
анализа и аудита Волгоградского филиала
академии труда и социальных отношений,
e-mail:vsilezes@gml.com,
Васильева Екатерина Николаевна,
к. э. н., доц. кафедры социальной работы
и медико-биологической адаптации
Волгоградского государственного университета

Зависимость инновационной политики предприятия строительного комплекса от эффективности использования технических инноваций и методики оценки инновационно-технического потенциала

The dependence of innovative policy of the enterprise of a building complex on the efficiency of the use of the technical innovations and evaluation methods of the innovative and technical potential

В работе авторов раскрываются сущность технических инноваций и их важность на предприятии строительного комплекса. Выведенные авторами коэффициенты свидетельствуют о том, что действительно от эффективности использования технических инноваций зависит вся инновационная политика предприятия. Также необходимо отметить, что приведенные методы расчета можно с некоторыми допусками применить к расчету показателей эффективности использования и всех остальных типов инноваций.

The paper discusses the essence of technical innovations and their importance at the enterprise of a building complex. The introduced indices show that the whole innovative policy of an enterprise depends on the efficiency of the use of the technical innovations. It is also necessary to point out that the given calculation methods can be used to the calculation of efficiency indices of the use of all other types of innovations too.

Ключевые слова: инновационно-технический потенциал; технические инновации; эффективность инновационной деятельности; управление инновациями; оценка инновационного потенциала.

Key words: innovative and technical potential; technical innovations; efficiency of the innovative activity; innovative management; innovation potential evaluation.

Опыт экономически развитых стран показывает, что победителем в конкурентной борьбе оказывается тот, кто строит свою деятельность на основе инноваций и главной целью стратегического плана ставит разработку новых товаров, работ и услуг. Российские предприятия также уже пришли к пониманию необходимости осуществления инновационной деятельности. Внедрение инноваций все больше рассматривается ими как единственный способ повышения конкурентоспособности производимых товаров, работ и услуг, поддержания высоких темпов развития и уровня доходности. Поэтому и строительные предприятия, преодолевая экономические трудности, начали своими силами вести разработки в области инноваций и активно внедрять новейшие методы управления строительным производством, новые технологии строительства, современные материалы и конструкции, машины и оборудование.

В настоящее время нет оптимальных подходов к оценке эффективности технических инноваций в строительстве. Развивая концепцию инновационного потенциала в целом как характеристики ресурсообеспеченности инновационной деятельности предприятия, влияющей на возможности стратегического развития, авторы существующих методик по оценке инновационного потенциала сосредоточивают внимание на анализе внутренней среды предприятия[1].

[1] Кислицына О. А. Управление инновационным потенциалом промышленных предприятий: стратегические подходы и методы оценки : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Новосибирск, 2003. – 155 с.

Вопросы разработки и внедрения инноваций в области строительства нашли отражение в работах В. В. Бузырева, И. Н. Воропановой, В. А. Ильичева, О. А. Кислицыной, В. А. Ланцова , А. В. Мирзаева, С. А. Соколовой и многих других[1]. Но, по нашему мнению, ни в одной из научных работ не уделяется достаточного внимания проблеме расчета эффективности использования технических инноваций в строительной отрасли. Под термином «техническая инновация» мы рассматриваем успешное научно-техническое нововведение, создаваемое на предприятии, где впервые получает экономическое содержание.

Наиболее распространенным случаем необходимости оценки инновационно-технического потенциала строительного предприятия является тот, когда перед руководством предприятия возникает проблема осуществления инновационного проекта, связанного с реализацией и внедрением нововведения технической направленности. Иначе говоря, потенциал организации по реализации технических инноваций оценивается относительно возможности осуществления конкретного проекта. В этом случае цель оценки – определить готовность и способность организации к реализации инновации. Для непосредственной оценки инновационного потенциала для данной цели используется детальный подход к анализу внутренней среды предприятия с упором на научно-технический уровень развития предприятия.

Частным случаем применения детального подхода к оценке инновационно-технического потенциала строительного предприятия является методика, предложенная А. В. Тодосийчуком[2]. Следует учесть, что автор предлагает свою методику как универсальную, т. е. не зависящую от направления деятельности предприятия. В нашем случае требуется осуществить оценку потенциала в реализации именно технических инноваций, и, следовательно, возникает необходимость внесения корректив в авторскую методику.

Оценку инновационно-технического потенциала предлагается осуществлять по двум его составляющим: научно-технической и производственной. Первая компонента определяется качеством научно-технического потенциала предприятия и оценивается по обобщающему показателю научно-технического уровня создаваемых разработок. Вторая составляющая, называемая интегральным уровнем (индекс) качества инновационного потенциала, оценивается перемножением трех следующих составляющих:

1) уровень качества промышленного и технологического оборудования предприятия;
2) уровень качества рабочей силы предприятия;
3) уровень качества организационной составляющей предприятия.

Таким образом, научно-техническая составляющая нами исключается из комплексной оценки инновационного потенциала и отождествляется, главным образом, с «производственным потенциалом».

Оценочная шкала качественных уровней, как инновационно-технического, так и инновационного потенциала, базируется на диапазоне оценок инновационно-технического уровня предлагаемых к реализации разработок (табл. 1).

На основании данной шкалы нами предложено оценивать соответствие качества промышленного оборудования и уровня квалификации работников научно-техническому уровню создаваемой продукции. Индекс качества организационной составляющей определяется отношением фактического значения главного (комплексного) показателя деятельности предприятия без использования управленческих нововведений к максимальному значению главного (комплексного) показателя деятельности предприятия.

---

[1] Кислицына О. А. Управление инновационным потенциалом промышленных предприятий: стратегические подходы и методы оценки : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Новосибирск, 2003. – 155 с.

[2] Тодосийчук А. В. Управление инновационным предприятием : учеб. пособие. – М : ЭКОС, 2000. – С. 19–29.

Таблица 1

Шкала научно-технического уровня (НТУ) разработки

№	*Характеристика НТУ разработки*	*Диапазон оценок НТУ*
1	Позволяет обеспечивать создание принципиально новой продукции, не имеющей аналогов ни в стране, ни за рубежом (превышает мировой уровень)	0,8-1,0
2	Позволяет обеспечивать создание новой продукции на базе новых конструкционных и технологических принципов, не имеющей аналогов в стране (соответствует мировому уровню, превышает отечественный уровень)	0,6-0,8
3	Позволяет обеспечить создание новой продукции, отличающейся от базовой большинством конструкторско-технологических признаков и обладающей более высокими технико-экономическими показателями	0,4-0,6
4	Позволяет обеспечить частичную модернизацию базовой продукции, способствующей незначительному улучшению основных технико-экономических показателей	0,2-0,4
5	Позволяет обеспечить модификацию базовой продукции, способствующей незначительному улучшению отдельных второстепенных технико-экономических показателей	0,1-0,2

Уровни составляющих инновационного потенциала в предлагаемой методике определяются комплексным методом, который основывается на определении интегрированной оценки – функции от частных индивидуальных оценок (показателей) и весовых коэффициентов, характеризующих важность того или иного индивидуального показателя.

Принципиальное расхождение нашей точки зрения с мнением автора заключается в следующем. На наш взгляд, комплексная оценка инновационно-технического потенциала должна охватывать ресурсы, задействованные на всех этапах инновационного процесса, и не быть ограничена показателями, характеризующими только стадии производства и распространения инноваций.

Мы считаем, что практическое использование данной методики возможно при анализе предполагаемого или существующего сотрудничества научно-исследовательских организаций и строительных предприятий. В этом случае необходимо учитывать соответствие уровней научно-технических разработок и производственных возможностей предприятия, материализующего новшество.

Также для оценки инновационного потенциала системы применяется диагностический подход[1]. В данном случае как система могут выступать и предприятие в целом, и его подсистемы. В качестве диагностируемых элементов авторы предлагают следующие[2]:

1) продуктовый блок (портфель проектов);
2) функциональный блок;
3) ресурсный блок;
4) организационный и управленческий блоки.

Диагностика отдельных элементов системы представляет собой экспертную оценку состояния инновационного потенциала по заданной шкале.

Для экспертной оценки авторы предлагают следующую шкалу:

5 – очень хорошее состояние, совершенно удовлетворяющее нормативной модели;

4 – хорошее состояние, удовлетворяющее нормативной модели;

3 – среднее состояние, требует некоторых ограниченных изменений, чтобы довести до требований нормативной модели;

2 – плохое состояние;

1 – очень плохое состояние, требует радикальных преобразований.

Таким образом, в предлагаемой методике оценка состояния каждого из блоков представляет собой выявление сильных и слабых сторон инновационного потенциала предприятия. На

---

[1] Ансофф И. Стратегическое управление. – М. : Экономика, 1989. – Гл. 12, 2.1. – С. 322.

[2] Гунин В. Н. [и др.] Управление инновациями: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 7. – М. : ИНФРА-М, 2000. – С. 113–118.

основании итоговых оценок состояния каждого блока (элемента системы) определяется интегральное значение инновационного потенциала всей организации.

В целом преимуществом диагностического подхода является то, что он может быть реализован при анализе и диагностике состояния организации по доступному как для внутренних, так и для внешних аналитиков кругу параметров.

К недостаткам данного подхода, на наш взгляд, можно отнести следующие основные моменты:

1) наличие элемента условности в выявлении параметров, определяющих диагностируемые элементы;

2) трудности при анализе взаимосвязей диагностических и структурных параметров системы;

3) высокая трудоемкость проведения оценки;

4) объективная необходимость привлечения большого числа высококвалифицированных специалистов, обладающих необходимыми навыками.

Мы считаем, что использование рассмотренных оценок инновационно-технического потенциала может быть полезным для строительного предприятия в целях выявления проблемных звеньев в инновационном развитии организации и формирования программ для проведения мероприятий, направленных на увеличение инновационно-технического потенциала предприятия.

Анализ положительных моментов и наличия недостатков, существующих в современной отечественной литературе подходов и методик к оценке инновационного потенциала промышленных предприятий, создает и позволяет сформулировать основные предпосылки к разработке новой методики оценки инновационного потенциала.

Во-первых, основанием использования качественных оценок при определении величины инновационно-технического потенциала предприятия, характерного момента для всех рассмотренных методик и подходов, является сложность в установлении причинно-следственных связей между показателями, характеризующими инновационный потенциал, сложность четкого отнесения тех или иных показателей как характеризующих инновационный потенциал или же инновационную восприимчивость.

Во-вторых, инновационный потенциал отдельно взятого предприятия – величина относительная. Следовательно, оценка инновационного потенциала должна предполагать наличие «базового уровня» показателей, относительно которого и будет определяться качественное значение фактической величины.

И в-третьих, величина инновационного потенциала предприятия является основой для определения конкурентоспособности предприятия и определяющим параметром для разработки инновационной стратегии развития предприятия. Следовательно, методика оценки инновационного потенциала должна делать возможным использование результатов при выборе и реализации стратегии предприятия.

По нашему мнению, формирование стратегии нацелено в первую очередь на обеспечение устойчивых конкурентных преимуществ предприятия. С этой позиции в использовании детального и диагностического подхода к определению инновационного потенциала будут различны уровни формирования конкурентоспособности. В первом случае анализу подвергается потенциал не всего предприятия, а той стратегической бизнес-единицы, в рамках которой осуществляется инновационный проект. Следовательно, нормативная модель инновационного потенциала определяется, с одной стороны, уровнем показателей, требующимся для реализации нововведения, а с другой – необходимым уровнем показателей данного нововведения с позиции конкурентоспособности новой продукции. В этом случае, анализ и выбор стратегии осуществляется с помощью портфельных моделей и матриц, широко используемых в стратегическом менеджменте и маркетинге.

Учитывая специфику отрасли, мы считаем, что использование технических инноваций может играть значительную роль в формировании инновационной политики предприятия. Оценка инновационного потенциала по показателям, характеризующим основные ресурсы предприятия, используемые в инновационной деятельности, не будет объективной без оценки

эффективности их использования. Иначе говоря, наличие у предприятия ресурсов даже самого высокого качества и в необходимом количестве еще не означает, что предприятие в полной мере использует имеющийся инновационный потенциал. Из этого следует только его наличие. Таким образом, возникает необходимость расчета уровня эффективности использования технических инноваций, исходя из которого будет происходить дальнейшее формирование инновационной политики строительного предприятия.

Так как разработка и внедрение технических инноваций неразрывно связаны с процессом или конечным результатом НИОКР (научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы), нами было решено за основу взять формулу расчета результативности НИОКР.

До некоторых пор показателями результативности исследований и разработок, осуществляемых предприятиями, являлись показатели количества патентов и лицензий. В современных условиях, если учитывать существующую тенденцию сокращения по ряду причин склонности к патентованию результатов НИОКР большинством предприятий, использование данного показателя в оценке инновационного потенциала вызывает сомнение в адекватности реалиям.

По нашему мнению, показатели использования ресурсов предприятия, направляемых на реализацию инновационных проектов, должны отражать результативность процессов создания и внедрения технических инноваций, а также учитывать фактор времени. Такой подход был представлен системой показателей, предложенных А. В. Гугелевым и А. Е. Герасимовым[1].

Так, результативность НИОКР ($P_{НИОКР}$) предлагается рассчитывать по следующей формуле:

$$P_{НИОКР} = \frac{\sum_{t=1}^{T} K_t^{ЭФФ} + \sum_{t=1}^{T} K_t^{ПР}}{\sum_{t=1}^{T} K_t^{ЭФФ} - \sum_{t=1}^{T} K_t^{РЕАЛ}}, \qquad (1)$$

где $K_t^{ЭФФ}$ – число самостоятельно разработанных новшеств, отвечающих требованиям промышленного предприятия в t-ом году;

$K_t^{ПР}$ – число приобретенных объектов интеллектуальной собственности, отвечающих требованиям промышленного предприятия в t-ом году;

$K_t^{РЕАЛ}$ – число объектов интеллектуальной собственности в результате НИОКР, реализованных во внешней среде промышленного предприятия в t-ом году, а T – рассматриваемый период.

Тем не менее, на наш взгляд, не является возможным использовать данную формулу для расчета эффективности использования технических инноваций на строительном предприятии. Поэтому мы предлагаем рассчитывать эффективность использования технических инноваций ($Э_{ТИ}$) по следующей формуле:

$$Э_{ТИ} = \frac{\sum_{t=1}^{T} K_{ТИ} \times \sum_{t=1}^{T} Ф_О}{\sum_{t=1}^{T} K_О \times \sum_{t=1}^{T} Ф_{ТИ}}, \qquad (2)$$

где $K_{ТИ}$ – число разработанных и внедренных технических инноваций в t-ом году;

$K_О$ – число остальных внедренных инноваций (общее число инноваций за минусом технических) в t-ом году,

$Ф_{ТИ}$ – доля финансовой отдачи с внедрения технических инноваций в t-ом году,

$Ф_О$ – доля финансовой отдачи с внедрения всех остальных инноваций.

Чем ближе данный показатель к единице, тем эффективнее работают средства, потрачен-

[1] Гугелев А. В., Герасимов А. Е. Определение эффективности инновационной деятельности // Вестник машиностроения. – 2000. – № 3. – С. 52–60.

ные на разработку (покупку) и внедрение технических инноваций, по сравнению с инновациями других направлений.

Немаловажной выглядит и степень зависимости предприятия от внешних источников технических инноваций ($C_{ТИ}^{ЗАВ}$), так как не каждая организация в состоянии проводить собственные НИОКР. Показатель данной зависимости можно рассчитать следующим образом:

$$C_{ТИ}^{ЗАВ} = \frac{\sum_{t=1}^{T} K_{ТИ}^{СОБ}}{\sum_{t=1}^{T} K_{ТИ}^{СОБ} + \sum_{t=1}^{T} K_{ТИ}^{ВН}}, \qquad (3)$$

где $K_{ТИ}^{СОБ}$ – число самостоятельно разработанных технических инноваций, отвечающих требованиям промышленного предприятия в *t*-ом году;

$K_{ТИ}^{ВН}$ – число приобретенных технических инноваций, отвечающих требованиям промышленного предприятия в *t*-ом году. Равенство данного показателя единице говорит об отсутствии импорта технических инноваций, т. е. предприятие реализует только собственные разработки. Значительное отклонение данного показателя от единицы в сторону уменьшения свидетельствует о том, что импорт технических инноваций значительно преобладает над количеством собственных разработок. Это говорит о чрезмерной зависимости предприятия от организаций-импортеров технических инноваций и ставит вопрос о целесообразности проведения собственных НИОКР.

Используя полученные показатели, мы предлагаем провести анализ текущего состояния инновационной политики, после чего сформировать пути дальнейшего ее развития.

Нами были разработаны несколько возможных вариантов развития инновационной политики исходя из полученных показателей:

1. $0{,}1 \le Э_{ТИ} < 0{,}5$

При таких значениях показателя следует отметить, что предприятие строительной индустрии внедряет технические инновации в необходимом размере. В дальнейшем использование инноваций следует оставить в таком же соотношении, не делая акцента на разработке и внедрении только технических инноваций.

В этом случае связь с внешними источниками технических инноваций необходимо или прекращать, или смещать в сферу, отличную от технических нововведений.

2. $0{,}5 \le Э_{ТИ} \le 1$

В данном случае следует заметить, что подобный высокий показатель сигнализирует о недостаточном использовании технических инноваций, следовательно, предприятию необходимо серьезно увеличить объемы внедрения технических инноваций.

В этих обстоятельствах следует активно расширять сотрудничество либо оперативно заводить новые отношения, направленные на увеличение количества внедряемых технических инноваций.

3. $Э_{ТИ} < 0{,}1$

Подобный низкий уровень следует понимать как насыщение общего объема инноваций нововведениями технического типа. В дальнейшем необходимо сделать упор на разработку и внедрение инноваций других типов.

При подобных значениях показателя эффективности надо стремиться к сворачиванию всех НИОКР, направленных на создание и внедрение технических нововведений.

Необходимость расчета степени зависимости предприятия от внешних источников технических инноваций основывается на построении политики взаимодействия с предприятиями-поставщиками нововведений.

В ходе проведенной работы мы пришли к выводам, что действительно эффективность использования технических инноваций влияет на общую инновационную политику предприятий строительной индустрии. Также хочется отметить, что приведенные методы расчета можно с некоторыми допусками применить к расчету показателей эффективности использования и всех остальных типов инноваций.

Российские предприятия уже начали сами приходить к пониманию необходимости осуществления инновационной деятельности. Внедрение инноваций все больше рассматривается ими как единственный способ повышения конкурентоспособности производимых товаров, работ и услуг, поддержания высоких темпов развития и уровня доходности. Поэтому и строительные предприятия, преодолевая экономические трудности, начали своими силами вести разработки в области инноваций и активно внедрять новейшие методы управления строительным производством, новые технологии строительства, современные материалы и конструкции, машины и оборудование.

Литература:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М : Экономика, 1989. – 522 с.
2. Баженов Г. Е. Проблемы оценки инновационного потенциала промышленных предприятий / Г. Е. Баженов, О. А. Кислицына // Сборник научных трудов НГТУ. – 2001. – № 1. – С. 32–56.
3. Гугелев А. В. Определение эффективности инновационной деятельности / А. В. Гугелев, А. Е. Герасимов // Вестник машиностроения. – 2000. – № 3. – С. 52–60.
4. Управление инновациями: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 7 / В. Н. Гунин [и др.]. – М. : ИНФРА-М, 2000. – С. 113–118.
5. Кислицына, О. А. Управление инновационным потенциалом промышленных предприятий: стратегические подходы и методы оценки : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / О. А. Кислицына. – Новосибирск ,2003. – 155 с.
6. Тодосийчук А. В. Управление инновационным предприятием : учеб. пособие / А. В. Тодосийчук. – М. : ЭКОС, 2000. – С. 19–29.
7. Чудаков Ф. И. Механизм формирования и управления инновационным потенциалом промышленного предприятия : дис. … канд. экон. наук : 08.00.05 / Ф. И. Чудаков. – М., 2003. – 213 с.

Калачева Оксана Сергеевна,
старший преподаватель кафедры
бухгалтерского учета, анализа и аудита
Волгоградского института бизнеса,
e-mail: oksana-kalacheva@yandex.ru

Венчурное финансирование и инновационная активность малого предпринимательства
Venture financing and innovative activity of small business

В статье рассматриваются основные проблемы, связанные с финансированием малого предпринимательства. Автором рассмотрен один из важнейших инструментов воздействия на активность малого бизнеса – венчурное финансирование.

In the article the basic problems connected with financing of small business are considered. The author presents one of the major tools of influence on the activity of small-scale business – venture financing.

Ключевые слова: малый бизнес; инновационная активность; венчурное финансирование.

Key words: small-scale business; innovative activity; venture financing.

В период перехода к рыночным отношениям в нашей стране государством не были созданы необходимые условия, позволяющие производить и внедрять в производство инновационную продукцию, характеризующуюся высоким уровнем конкурентоспособности. Отсутствие инновационной инфраструктуры и постоянное сокращение государственной поддержки способствовали усилению дифференциации в уровне инновационного развития отдельных субъектов хозяйствования и территориальных комплексов. Неэффективность взаимодействий между различными участниками рыночных отношений оказала негативное влияние на их инновационную активность.

В этой связи одним из основных условий устойчивого развития народного хозяйства Российской Федерации в целом, его региональных подсистем, отдельных организационно-правовых структур является повышение обоснованности экономико-организационных, нормативно-правовых и финансово-кредитных решений, направленных на совершенствование механизма стимулирования инновационной деятельности, рационализацию взаимодействия отдельных участников инновационного процесса.

В настоящее время инновацией считается результат деятельности по обновлению, преобразованию предыдущей деятельности, приводящий к замене одних элементов другими либо дополнению уже имеющихся новыми. Данный вид деятельности называется инновационной и определяется как деятельность по созданию результатов научных исследований и экспериментальных разработок, получивших реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, а также нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

Рынок инноваций в России в настоящее время характеризуется следующими тенденциями: отсутствие достаточных финансовых ресурсов для реализации инновационных разработок; инновационный рынок представлен не самой инновационной продукцией и состоит при этом из набора организаций, коллективов и отдельных специалистов, потенциально способных осуществить инновационную деятельность; существуют ограничения в использовании венчурного капитала при развитии инновационной деятельности.

Понятие «венчурный капитал» (от англ. venture – риск) означает рисковые инвестиции. Венчурный капитал представляет собой инвестиции в новые сферы деятельности, связанные с большим риском. Финансируются обычно компании, работающие в области высоких технологий.

Венчурные инвесторы (физические лица и специализированные инвестиционные компании) вкладывают свои средства в расчете на получение значительной прибыли. Предварительно они с помощью экспертов детально анализируют как инвестиционный проект, так и деятельность предлагающей его компании, финансовое состояние, кредитную историю, качество менеджмента, специфику интеллектуальной собственности. Особое внимание уделяется степени инновационности проекта, которая во многом предопределяет потенциал быстрого роста компании.

Венчурные инвестиции осуществляются в форме приобретения части акций венчурных предприятий, еще не котирующихся на биржах, а также предоставления ссуды или в других формах. Существуют механизмы венчурного финансирования, сочетающие различные виды капитала: акционерный, ссудный, предпринимательский. Однако в основном венчурный капитал имеет форму акционерного капитала.

К венчурным обычно относят небольшие предприятия, деятельность которых связана с большой степенью риска продвижения их продукции на рынке. Это предприятия, разрабатывающие новые виды продуктов или услуг, которые еще неизвестны потребителю, но имеют большой рыночный потенциал. В своем развитии венчурное предприятие проходит ряд этапов, каждый из которых характеризуется различными возможностями и источниками финансирования.

На первом этапе развития венчурного предприятия, когда создается прототип продукта, требуются незначительные финансовые средства; вместе с тем отсутствует и спрос на данный продукт. Как правило, источником финансирования на этом этапе выступают собственные средства инициаторов проекта, а также правительственные гранты, взносы отдельных инвесторов.

Второй (стартовый) этап, на котором происходит организация нового производства, характеризуется достаточно высокой потребностью в финансовых средствах, в то время как отдачи от вложенных средств практически еще нет. Основная часть издержек здесь связана не столько с разработкой технологии производства продукта, сколько с коммерческой его составляющей (формирование маркетинговой стратегии, прогнозирование рынка и др.). Крупные компании, как правило, не участвуют в инвестировании венчурного предприятия в данный период его развития; основными инвесторами выступают физические лица, вкладывающие личный капитал в осуществление рисковых проектов.

Третий этап является этапом раннего роста, когда начинается производство продукта и происходит его рыночная оценка. Обеспечивается определенная рентабельность, однако прирост капитала не является значительным. На этом этапе венчурное предприятие начинает представлять интерес для крупных корпораций, банков, других институциональных инвесторов.

На завершающем этапе развития венчурного предприятия финансирование его деятельности осуществляется путем продажи данного предприятия: выкупа акций предприятия его руководством, выкупа акций руководством и персоналом предприятия, выкупа акций другими менеджерами, выкупа акций инвесторами. В результате на основе выкупа существующей компании создается новая независимая фирма.

В случае успешного развития новых технологий и широкого распространения производимой продукции венчурные предприятия могут достигать высокого уровня рентабельности производства. При средней ставке доходности по государственным казначейским обязательствам в 6% венчурные инвесторы вкладывают свои средства, рассчитывая на годовую рентабельность, равную 20–25%.

Таким образом, исходя из характера венчурного предпринимательства, венчурный капитал является рисковым и вознаграждается за счет высокой рентабельности производства, в которое он инвестируется. В России пока не срабатывает главный фактор инвестиционной привлекательности венчурного бизнеса – его повышенная прибыльность. За рубежом доходность инвестиций венчурных фондов 40–50% в стартапы на 20–25% превышает доходность фондов прямых инвестиций в традиционные компании. В России же доходности и тех и других сравнимы. В 2007 г. средняя доходность российских венчурных фондов достигла 35% (в предыдущие годы была всего порядка 11%). В США за последние десять лет доходность прямых инвестиций в обычные компании составила 20,5%, а венчурных – 48%.

Поэтому инвесторы и не рискуют вкладывать в российский венчурный бизнес деньги. Их можно надежно инвестировать в сырьевые отрасли и получать тот же доход. Ежегодные венчурные инвестиции в России не превышают 0,01–0,02% ВВП (меньше 100 млн долл.).

В последнее время объемы венчурного финансирования в индустриальных странах динамично растут. Венчурный капитал приобретает решающую роль в развитии экономики. В Польше венчурные инвестиции составляют 0,08% ВВП, в Корее – 0,28%, в США – 0,48%. В Европе объем венчурных вложений превышает 5 млрд долл. в год, а в США – свыше 20 млрд долл. в год. В Индии объемы венчурных вложений достигли 1 млрд долл., в Китае – 1,27 млрд долл.

Это связано с тем, что именно благодаря венчурным предприятиям удалось реализовать значительное количество разработок в новейших областях промышленности, обеспечить быстрое перевооружение и реструктуризацию производства на современной научно-технической основе. Действующие правовые нормы, регулирующие данные виды экономической деятельности, созданы, как правило, с учетом особенностей экономики и законодательства конкретной страны. Однако, несмотря на это, в каждой из них можно выделить некоторые общие группы налоговых стимулов, предусмотренных для субъектов венчурной индустрии.

Первая группа включает в себя стимулы, предусмотренные для отдельных лиц, инвестирующих в венчурные фонды или венчурные компании. К числу таких налоговых льгот можно отнести:

– снижение налогов на дивиденды, получаемые на акции венчурных фондов или компаний;

– освобождение от уплаты налога на доход, полученный от продажи акций венчурных структур;

– возможность уменьшения убытков, понесенных от инвестирования в венчурные фонды и компании, путем их переноса на несколько последующих лет.

Наряду с этим законодательство некоторых стран предусматривает также ряд требований к индивидуальным инвесторам, в частности: установление минимума инвестируемых средств; необходимость держания акций, как правило, не менее пяти лет (иногда непосредственно с момента их выпуска); требование реинвестирования полученного дохода на протяжении определенного периода (примерно около 5 лет).

Ко второй группе налоговых стимулов можно отнести такие льготы, которые предназначены для развития венчурных компаний и фондов:

– освобождение от налогообложения доходов от акций инвестируемых компаний;

– освобождение проинвестированных компаний от корпоративных, а в ряде случаев от некоторых местных налогов.

Однако при этом установлен перечень требований, предъявляемых к венчурным фондам и компаниям, в частности:

– льготы предоставляются только на инвестирование малых и средних компаний;

– нередко требуется официальное подтверждение инновационного статуса инвестируемой компании;

– устанавливается ограничение на возможность приобретения венчурной структурой контрольных пакетов акций инвестируемых ею компаний;

– большая часть основного капитала венчурной компании должна быть вложена в акции малых или средних компаний, не продающиеся на фондовых биржах;

– инвестирование должно быть рассчитано как минимум на срок до трех лет.

Существенное влияние на венчурную индустрию в России стало оказывать принятие гл. 25 Налогового кодекса РФ, которая вступила в силу с 1 января 2002 г.

На этапе создания хозяйственного общества принципиальную роль играют вопросы стоимости акций, долей участия. В соответствии с положениями гл. 25 Налогового кодекса РФ для инвестора стоимость акций определяется с учетом стоимости имущества, вносимого в уставной капитал, которое в свою очередь определяется либо по решению собрания участников, либо по решению независимого оценщика. При увеличении уставного капитала компании налоговые последствия остаются в целом такими же, как и при ее создании, поэтому следует отметить только то, что при пропорциональном размещении дополнительно выпущенных акций среди акционеров налог на прибыль не взимается.

Кроме того, внесен ряд существенных изменений, и прежде всего это снятие основных ограничений по вычету процентов из налогооблагаемой прибыли.

В налоговом законодательстве также появились новые нормы, регулирующие безвозмездную передачу средств без возникновения налоговых обязательств от головной компании к дочерней и наоборот. Однако при этом остается неясным вопрос, каким образом будет отличаться такого рода безвозмездная передача от выплаты дивидендов, имеющей совершенно другие налоговые последствия. Безвозмездно полученное имущество от иностранного инвестора, если оно предоставляется для осуществления капитальных вложений и используется в течение года, также не подлежит обложению налогом на прибыль. Тем не менее российское гражданское законодательство запрещает дарение между юридическими лицами. При этом если имущество передает иностранный участник, то пути решения этой проблемы существуют.

Глава 25 НК РФ содержит также положения, освобождающие от налогообложения средства и активы, полученные в виде инвестиций на инвестиционных конкурсах или торгах. Это имеет большое значение в сырьевом секторе экономики, где безвозмездная передача средств часто производится в рамках инвестиционных конкурсов.

Говоря о налоговых последствиях реструктуризации, следует отметить такие общие правила, как возможность налогового правопреемства и сохранение сроков уплаты налогов правопреемниками. Важным моментом при реорганизации компании является тот факт, что для налоговых целей правопреемника реорганизуемой компании предусмотрена возможность переноса убытков на будущее, а также возможность использования специальных положений, касающихся амортизации имущества. Необходимо отметить, что налоговые стимулы помогают в решении и такой проблемы, как удержание вложенных инвестиций. Устанавливаемые для вкладчиков требования по держанию акций на протяжении длительных периодов, а также предоставляемые налоговые льготы при условии постоянного реинвестирования получаемых доходов позволяют малым предприятиям достаточно долго использовать предоставленные инвестиции.

Таким образом, было бы целесообразно разработать и внести в российское налоговое законодательство нормы, стимулирующие вложение инвестиций в венчурную индустрию, в основе которых было бы заложено:

– снижение налога на прибыль организаций при условии вложения инвестиций в акции и ценные бумаги компаний, не продающиеся на фондовых биржах;

– установление специальной налоговой ставки на доходы, получаемые венчурным фондом при «выходе» из инвестируемой компании.

В настоящее время доход от продажи акций (доля участия) российских предприятий облагается налогом на прибыль по ставке 20% (ст. 250, 268, 280, 284 НК РФ). Налоговая база определяется как разница между суммой дохода и величиной расходов на приобретение имущества. Между тем в некоторых странах ЕС такой доход полностью освобождается от налога при условии, что доля акционера в уставном капитале предприятия превышает 25%.

Одним из направлений развития системы льготного налогообложения субъектов венчурной деятельности может стать разработка мер, направленных на привлечение к участию в венчурном инвестировании физических лиц. В настоящее время такое участие возможно только при создании венчурного фонда в форме простого товарищества и при условии регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, так как для создания фонда должен быть заключен Договор простого товарищества на ведение предпринимательской деятельности, а участие в нем разрешено только индивидуальным предпринимателям и коммерческим организациям. Кроме того, в случае продажи акций (долей участия) физическим лицам, последние будут облагаться налогом на доход на сумму превышения дохода от продажи акций (долей участия) над расходами по приобретению этих акций (долей участия), или сумму превышения дохода от продажи акций (долей участия) над суммой в размере 125 тыс. рублей в течение календарного года.

Все вышеприведенные мероприятия могут способствовать поэтапному переходу к более эффективной форме взаимодействия государства, науки и бизнеса для активизации инновационных процессов.

Литература:

1. Игонина Л. Л. Инвестиции : учеб. пособие / Л. Л. Игонина. – М. : Экономист, 2004. – С. 97.

2. Фомина А. В. Привлечение финансирования: от нуля до бесконечности / А. В. Фомина, Н. К. Смирнова. – М. : Бератор-Паблишинг, 2008. – С. 121.

3. Архипов А. Государство и малый бизнес: финансирование, кредитование и налогообложение / А. Архипов, Г. Баткалина, В. Калинин // Вопросы экономики. – 1997. – № 4.

4. Сергиенко Я. Венчурные инвестиции и инновационная активность / Я. Сергиенко // Вопросы экономики. – 2006. – № 5.

Смирнов Дмитрий Сергеевич,
аспирант кафедры региональной экономики,
предпринимательства и теории рынка
Института управления, бизнеса и права,
г. Ростов-на-Дону,
e-mail: c1@aaanet.ru

Горизонт инвестирования в биржевых стратегиях
The investment horizon in stock strategies

В статье автором рассматривается формирование биржевой стратегии с учетом инвестиционного горизонта, а также возможности краткосрочного, среднесрочного и долгосрочного горизонтов инвестирования.

The author discusses the forming of a stock strategy with reference to the investment horizon. The article shows the possibility of short/mid term and long-term investment horizon.

Ключевые слова: инвестирование; тайм-фрэйм; прогнозирование; стратегия.

Key words: investment; time frame; forecasting; strategy.

Инвестиционный горизонт является первичным параметром любой инвестиционной или спекулятивной биржевой стратегии, его определение происходит многими способами. В ряде случае такой выбор диктуется обстоятельствами, так что инвестору необходимо подстраивать-

ся, часто инвестор определяет свой инвестиционный горизонт методом проб и ошибок, выбирая тот, в котором получает наибольшую отдачу, иногда использует несколько, разделяя свои инвестиционные ресурсы на долгосрочную и краткосрочную части.

Выбор методов прогнозирования определяется многими факторами: в первую очередь это способности и навыки управляющего активами, тип актива, толерантность к риску и даже исторический опыт. Однако какие бы факторы ни регулировали этот сложный процесс, первым шагом к определению методов и инструментов прогнозирования является определение инвестиционного горизонта.

Общий вид потенциала прогнозирования выглядит следующим образом (рис. 1):

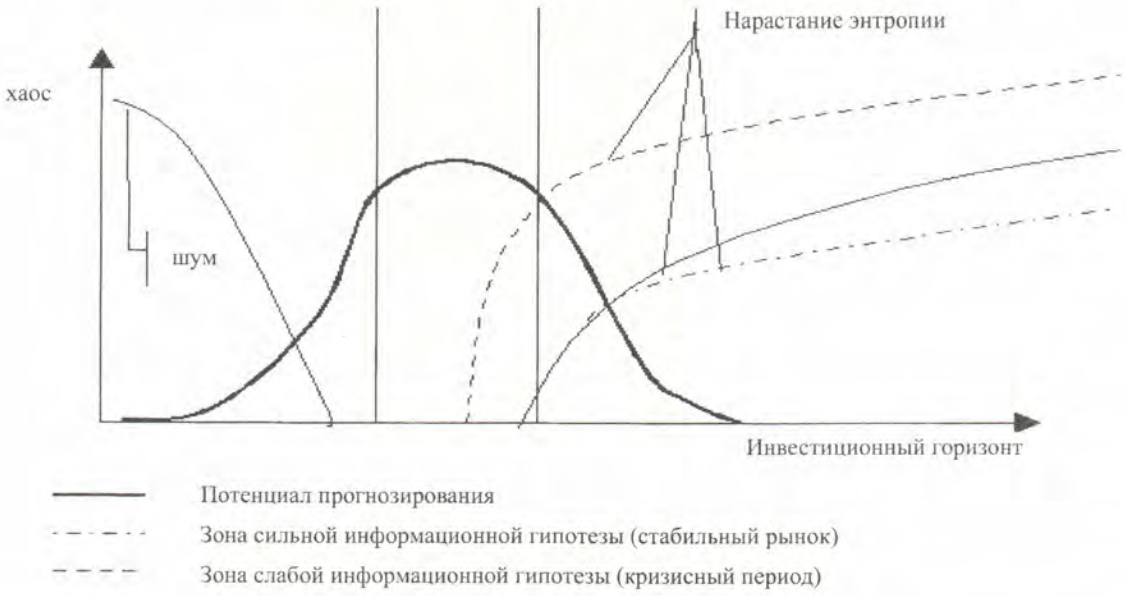


Рис. 1. Принципиальная схема взаимовлияния инвестиционного горизонта и потенциала прогнозирования

Из рисунка следует, что способность прогнозировать рынок увеличивается по мере уменьшения «шумов», а также исчезает в долгосрочной перспективе. Таким образом, для валидного прогнозирования инвестору всегда открыто определенное «окно» между нивелированием шумов и разрушением построения причинно-следственной логики.

Принципиальным является временная составляющая: инвестирование на срок более года предполагает изучение четырех квартальных циклов и одного годового периода, что дает достаточное количество информации для анализа методами фундаментального анализа.

В то же время торговля с малым инвестиционным горизонтом предполагает ориентирование на рыночную динамику и технанализ. Кроме того, уменьшение инвестиционного горизонта увеличивает долю спекулятивной психологии. Справедливо утверждение классика: «Биржевой график – есть математическое выражение человеческой жадности».

Наиболее комплексным описанием факторов формирования рыночной динамики можно признать круги обратной связи, предложенные Ларсом Твидом. Он описывал динамику рынка на трех инвестиционных горизонтах: долгосрочном, среднесрочном и краткосрочном.

Более пристальное изучение показывает, что динамика долгосрочного периода описывается фундаментальными факторами, которые меняются со временем. Некоторые представления о факторах формирования долгосрочной динамики рынка можно описать как причинно-следственные отношения макроэкономического и политического характера.

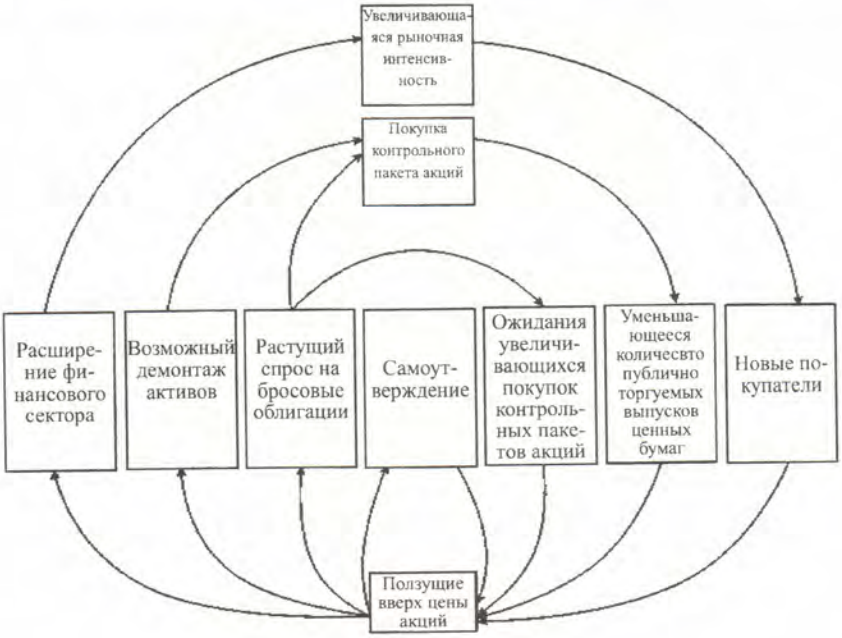


Рис. 2. Долгосрочные контуры обратной связи[1]

Среднесрочный период описывается в терминах психологических аспектов оценки собственной деятельности, а также общих законов воздействия массового бессознательного общества трейдеров на информационное поле. Образ взаимодействия трейдеров в среднесрочной перспективе меняется вместе с появлением новых методов прогнозирования, новых финансовых инструментов и появлением новых типов трейдеров на рынке. В среднесрочной перспективе сохраняет адекватность как технический, так и фундаментальный анализ.

Краткосрочные воздействия подвержены наименьшим изменениям во времени, влияющие факторы ценообразования краткосрочного периода не меняются десятилетиями. Данные процессы представляют собой сплав технической реакции торговых систем, но в больше степени базовых бессознательных функций восприятия.

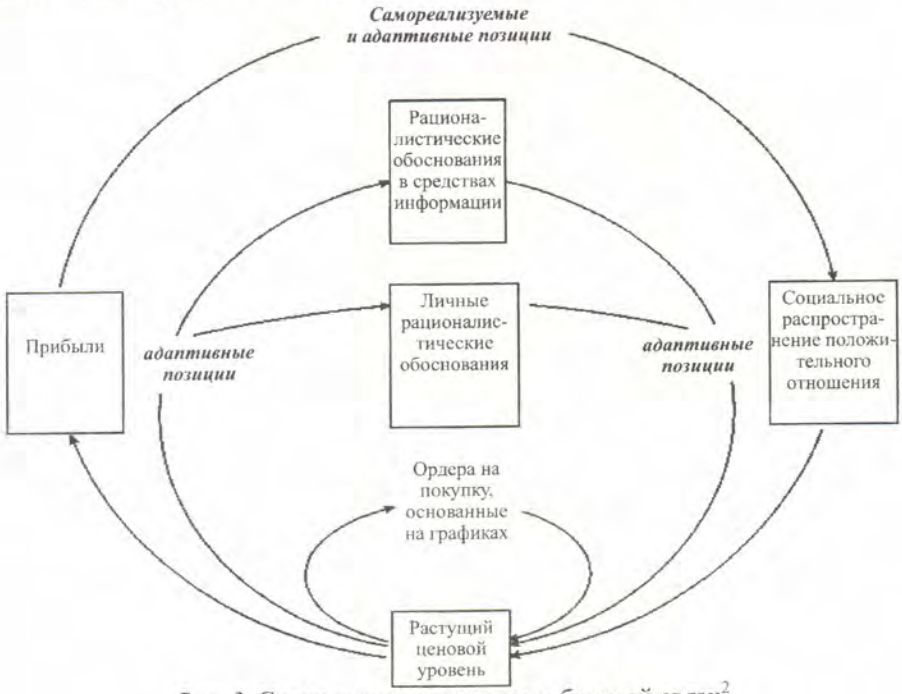


Рис. 3. Среднесрочные контуры обратной связи[2]

[1] Твид Л. Психология финансов. – М. : ИК Аналитика, 2002.
[2] Там же.

Для анализа краткосрочных тенденций лучше всего подходят системы компьютерного теханализа (в том числе автоматизированные), основанные на изучении ценового ряда в поиске краткосрочных рыночных искажений, или скальперинг – использование «перекосов» в балансе спроса/предложения. Кроме того, такой период актуален для арбитража.

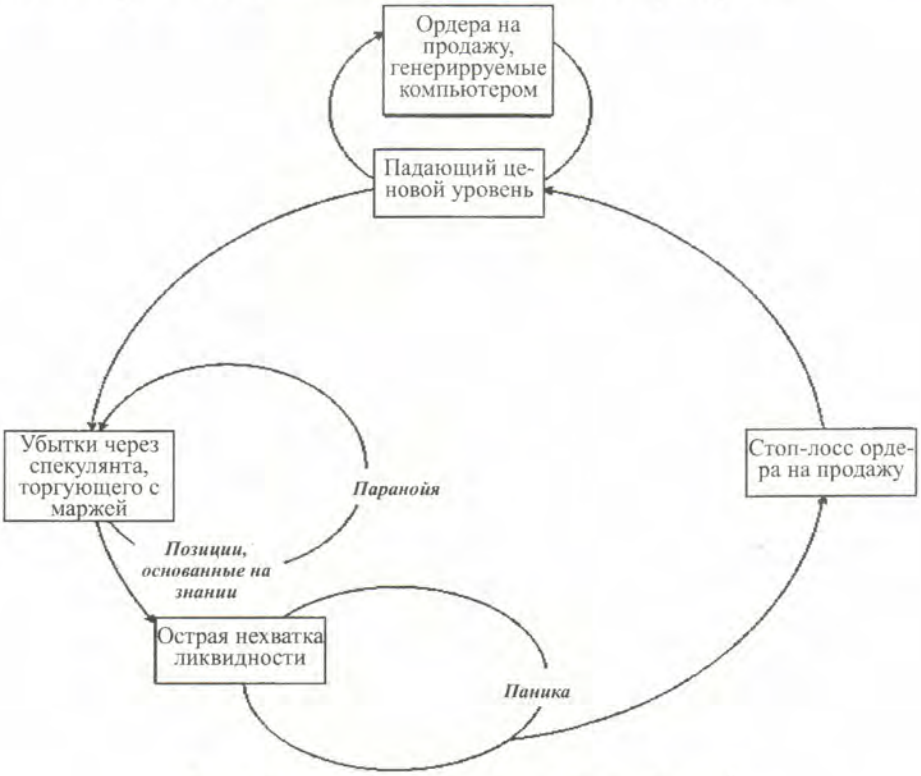


Рис. 4. Краткосрочные контуры обратной связи[1]

Таким образом, можно констатировать, что сам принцип образования динамики ценового ряда подталкивает инвестора от изучения фундаментальных факторов в долгосрочной перспективе к анализу ценовых рядов в краткосрочной.

Для долгосрочных и среднесрочных инвесторов более всего подходит фундаментальный анализ. Основной книгой, определившей понимание фундаментальной стоимости акций, считаются труды Б. Грэхэма. Самым распространенным методом выявления внутренней стоимости в РФ является метод дисконтированных денежных потоков. Постулаты фундаментального анализа гласят, что:

- рынок учитывает только общедоступную информацию;
- существует отличие между справедливой (фундаментальной) стоимостью актива и его ценой, эта разница называется внутренней стоимостью;
- фундаментальная стоимость будет признана рынком в долгосрочной перспективе.

Нельзя забывать, что по мере того, как цена догоняет фундаментальную стоимость акций, она также меняется. Таким образом, равенство фундаментальной и рыночной стоимости акций является случайным рыночным казусом, а долгосрочное равенство рыночной и фундаментальной представляется недостижимым (именно такой паритет и дает постоянную область применения фундаментального анализа).

Очень важным аспектом формирования стоимости является то, что цена актива всегда состоит из нескольких составляющих:

- Ликвидационная стоимость предприятия – те материальные ценности, которые останутся в случае банкротства предприятия.
- Вероятностные доходы эмитента актива, которые отразятся на его стоимости (изучение финансовых потоков эмитента актива).

[1] Твид Л. Психология финансов. – М. : ИК Аналитика, 2002.

• Ожидания будущих доходов по обладанию активом (спекулятивный процесс, формирующий фондовые пузыри).

Чем более сложен технологический уклад эмитента (структура актива), тем в большей степени его стоимость определяется ожиданиями доходов. Стоимость добывающих компаний практически целиком определяется стоимостью недр, которая является известной и (в некотором приближении) постоянной величиной, а стоимость компаний сектора интернет-технологий определяется представлениями о будущих доходах компании, в то время как ее ликвидационная стоимость равна нулю.

По мере сокращения срока прогнозирования снижается важность общесистемных оценок макроэкономических показателей (горизонт прогнозирования до пяти лет) и денежного потока (до трех), а инвестор имеет возможность уделять все большее внимание новостному фону, поскольку в долгосрочной перспективе влияние каждого отдельного фактора ничтожно, но с сокращением горизонта инвестирования до одного отчетного периода (например, квартала) принципиальным может стать верное прогнозирование текущей отчетности, таким образом, игра на разнице квартального отчета «по факту» и ожиданий инвесторов относительно него является самой краткосрочной из доступных фундаментальных стратегий.

Технический анализ, в свою очередь, соотносится с инвестиционным горизонтом посредством тайм-фрэйма. Тайм-фрэйм – базовое свойство интервальных биржевых графиков типа «японская свеча» или «бар», которая определяет минимальную временную единицу такого графика. Управление тайм-фрэймом заключается в верном определении трех видов графиков, необходимых инвестору.

Базовым типом графика является тот, в котором инвестор получает основные торговые сигналы и соответственно принимает базовые инвестиционные решения. Выбор такого фрэйма зависит от срочности торговли. На личном опыте автор утвердился во мнении, что для торговли с инвестиционным горизонтом две трансакции в неделю основным фрэймом будет часовой (одна свеча – один час). Такая размерность графика дает возможность к исследованию до полугода торгового периода на стандартном мониторе 21 дюйм, что является и удобным, и достаточным в пользовании.

Принимая во внимание, что наилучшие результаты торговли (в большинстве стратегий) получаются при совмещении нескольких индикаторов различной длины и периодов, можно утверждать, что определение основного тайм-фрэйма ведет к определению еще двух: вторичного и управляющего.

Вторичный тайм-фрэйм служит краткосрочным инструментом, позволяющим детально ориентироваться в текущем периоде. Не давая перспективы, он может использоваться для детализации сигналов или параметров входа-выхода. Таким тайм-фрэймом может служить график, на уровень или два меньший в шкале периодов свечного или барового графика. Автор склонен рекомендовать 15-минутный график как вторичный для часового, однако встречал и 5-минутные.

Управляющим тайм-фрэймом, который необходим для определения глобальных (относительно базового сценария) тенденций, становится размерность графика, большая на один уровень, чем базовый. На основании более общей информации инвестор может проще и быстрее определить тенденции. Кроме того, принимая во внимание концепцию рефлексивности[1], более длинные периоды могут быть использованы для согласования собственной стратегии с долгосрочными игроками. Особенно важен такой тайм-фрем для трейдеров, практикующих технический анализ графического типа при построении горизонтальных уровней поддержки и сопротивления.

Таким образом, спекулянт может эффективно использовать до трех размерностей интервального графика с большой эффективностью, и срочность этих графиков зависит как от глубины прогнозирования, так и от личных предпочтений инвестора.

Литература:

1. Твид Л. Психология финансов / Л. Твид. – М. : Аналитика, 2002.
2. Сорос Дж. Алхимия финансов / Дж. Сорос. – М. : ИНФРА-М, 1997.

[1] Сорос Дж. Алхимия финансов. – М. : ИНФРА-М, 1997.

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Тюленев Виктор Владимирович,
к. э. н., доц. кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
Волгоградского филиала Академии труда и социальных отношений,
e-mail: tylenev-victor8@yandex.ru

Маркетинг регионального рынка зерна
Marketing of regional grain market

В статье раскрывается понятие «маркетинга», а также делается акцент на маркетинг регионального рынка зерна. Проводится обзор основных функций маркетинга применительно к зерновому рынку. Рассматриваются составляющие макромаркетинга и система основных методов маркетингового исследования рынка зерна.

The article deal with the notion of marketing and it pays attention to the marketing of the regional grain market. The paper discusses the main functions of marketing and the system of main methods of marketing research of the grain market.

Ключевые слова: маркетинг; макромаркетинг, метод корреляционно-регрессионного анализа; микромаркетинг; индексный метод; системный анализ.

Key words: marketing; macromarketing; method of correlation and regression analysis; micromarketing; method of index numbers; system analysis.

Понятие маркетинга и его интерпретация разными экономистами настолько широки и отражают в основном аспекты его эволюции, что до сих пор не существует общепринятого определения. По мнению А. Н. Семина, тема агромаркетинга является остроактуальной для отечественных сельхозпроизводителей, но она остается пока малоразработанной[1].

Во многих работах за основополагающую формулировку исследуемого понятия взято определение из первой фундаментальной работы по проблеме изучения рынка. В монографии американского экономиста Ф. Котлера маркетинг определяется как «работа с рынком ради осуществления обменов, цель которых – удовлетворение человеческих нужд и потребностей… Это анализ, планирование, претворение в жизнь и контроль за проведением мероприятий, рассчитанных на установление, укрепление и поддержание выгодных обменов с целевыми покупателями ради достижения определенных задач организации, таких как получение прибыли, роста объема сбыта, увеличения доли рынка и т.п.»[2].

В странах с относительно стабильной рыночной экономикой теория и практика маркетинга является общепризнанным и широко применяемым методологическим инструментарием для товарных рынков, в то же время как формирование рыночных отношений в регионах России создает мощный импульс выработки более эффективных систем маркетинга. Этой проблеме посвящено значительное количество научных публикаций, в которых активное участие принимали Е. В. Стрелков, А. Н. Жигалов, В. А. Клюкач, М. А. Бабков, Г. И. Макин и ряд других экономистов. При этом обнаружились принципиально разные подходы к пониманию маркетинговой деятельности. Одни авторы (Е. В. Стрелков, А. Н. Жигалова, В. С. Сергунова и др.) исходили из того, что маркетинговую деятельность необходимо рассматривать на микроуровне и главным образом как деятельность соответствующих служб на каждом отдельном предприятии системы хлебопродуктов. Другие экономисты (в частности, Г. И. Макин, В. А. Клюкач, М. А. Бабков), наоборот, рассматривали на макроуровне и маркетинг в системе управления зерновым рынком и его организацию определяли как взаимосвязанную систему деятельности маркетинговых служб на различных иерархических уровнях: отдельное предприятие, орган управления района, региона, страны.

---

[1] Семин Е. В. Рыночно ориентированное хозяйствование в агропромышленном комплексе. – М. : АгриПресс, 2001. – С. 5–6.

[2] Котлер Ф. Основы маркетинга. – М. : Прогресс, 1992. – С. 55–56.

Следует отметить, что точка зрения автора совпадает с мнением второй группы ученых, и маркетинг регионального рынка зерна понимается как комплексная система, направленная на организацию всех участников производственно-сбытовой деятельности на микро- и макроуровнях, обеспечивающая снижение диспропорций на рынке и получение максимальной прибыли хозяйствующими субъектами. Основными принципами, которые легли в основу маркетинга, являются:

– системность, предполагающая применение к рынку зерна всего комплекса маркетинговых мероприятий, а не каждого в отдельности;

– дифференцированность, т. е. учет экономических, природных, социально-демографических и других особенностей региона, а также производимой зерновой продукции, продавцов и покупателей зерна;

– подчиненность всей маркетинговой деятельности главной цели – удовлетворению региональных потребностей в зерновой продукции;

– направленность на долговременный результат, основанный на научных прогнозных разработках;

– контроль за реализацией принимаемых решений[1].

А. И. Алтуховым, А. С. Васютиным применительно к зерновому рынку, в том числе и к региональному, были выделены следующие функции маркетинга, сгруппированные по отдельным направлениям:

– исследовательское – сбор, обработка, обобщение и анализ фактических данных о спросе на зерно и продукты его переработки и их предложении, каналах сбыта, уровнях складывающихся цен и тарифов на услуги, наличии и движении зерна и зерновой продукции, прогнозировании развития зернового рынка;

– информационное – участие в создании и совершенствовании системы информационно-рекламного обеспечения деятельности маркетинговых служб; организация и участие в разработке и внедрении современных экономико-математических моделей в сфере управленческого и производственного маркетинга; организация изданий и распространение бюллетеней, сборников, справочников, информационно-рекламной и учебно-методической литературы и других материалов по вопросам, касающимся маркетинга;

– организационное – участие совместно с заинтересованными структурами и содействие им в разработке маркетинговых проектов и программ, в формировании новых форм и каналов распределения зерна и зернопродуктов (товарные биржи, ярмарки, аукционы, интегрированные объединения горизонтального и вертикального типов);

– научно-методическое – проведение консультаций по составлению бизнес-планов предприятий, их реализации, правовым, налоговым и финансовым вопросам, оценке разного рода рисков и прибыли и др.; организация проведения научно-исследовательских работ в области маркетинга; организация и разработка программ и учебно-методических планов, методических пособий и других учебных материалов по управленческому и производственному маркетингу;

– нормативно-правовое – инициирование на основе исследования зернового рынка и участие в разработке законов, постановлений, положений и других нормативных актов, регламентирующих производственно-сбытовую деятельность, включая стандарты на товарные характеристики зерна и продуктов его переработки; новые методы их сертификации и контроля качества, учета наличия и движения товарных запасов и др.; контроль за выполнением законодательства Российской Федерации по маркетинговой деятельности[2].

При рассмотрении теории маркетинга рынка зерна автором[3] выделяются два его уровня:

– микромаркетинг, который представляет собой подсистему организационной структуры зернопроизводящих предприятий, являющихся основными субъектами рынка, отвечающих

---

[1] Алтухов А. И. Российский рынок зерна: проблемы эффективного функционирования. – М., 2001. – С. 68.

[2] Алтухов А. И., Васютин А. С. Зерно России. – М. : ЭКОНДС-К, 2002. – С. 277–278.

[3] Ляпунов Б. Р. Организационно-экономические проблемы функционирования регионального рынка зерна (на материалах Ставропольского края) : дис. … канд. экон. наук. – Ставрополь, 1998. – С. 41–43.

за результаты своей деятельности в целях выхода и закрепления на рынке с получением максимально возможной и стабильной прибыли;

– макромаркетинг – это система организации и управления региональным рынком зерна как экономической системой и составной частью единого рынка АПК региона. Цель его применения состоит в обеспечении равновесного состояния между спросом и предложением, удовлетворении потребностей населения в продуктах питания, перерабатывающей промышленности – в сырье, животноводческой отрасли – в кормах. В макромаркетинге можно выделить три составляющие: производственную, сбытовую, управляющую (рис. 1).

Макромаркетинг		
Производственная составляющая	*Сбытовая составляющая*	*Управленческая составляющая*
♦ определение обеспеченности производства ресурсами; ♦ анализ достигнутых в регионе объемов и темпов роста или спада производства и их причин; ♦ изучение видовой структуры производства зерновых культур с учетом сформировавшихся региональных природных условий и специализации территорий; ♦ анализ экономической эффективности производства зерна и определение резервов ее повышения	♦ товарная структура рынка; ♦ состояние рыночной конкуренции со стороны спроса и предложения; ♦ сегментация рынка в соответствии с региональной структурой производства и баланса использования зерна; ♦ каналы сбыта и процессы ценообразования; ♦ потенциальные и реальные емкости регионального рынка; ♦ состояние сбытовой инфраструктуры	♦ качественная и количественная оценка существующего уровня государственного регулирования регионального рынка зерна; ♦ выбор инструментария регулирования; ♦ анализ конъюнктуры рынка; ♦ разработка прогнозных моделей краткосрочного, среднесрочного и долгосрочного развития рынка

Рис. 1. Составляющие макромаркетинга

Маркетинг регионального рынка зерна объединяет всех участников, начиная от производителя зерна до конечного потребителя, которым необходимо использовать все виды экономической информации для проведения маркетинговых исследований. При этом информационная система в каждом конкретном регионе может иметь свои особенности. Вместе с тем следует отметить, что в регионах сегодня отсутствует оперативная и доступная для всех участников рынка зерна информационная система, но основа для ее создания существует. Существующая информация в виде сборников в областном комитете государственной статистики не отвечает требованиям рынка.

К сожалению, наша государственная статистическая информация имеет ряд недостатков, среди которых:

– отсутствие отдельных показателей, характеризующих функционирование зернового рынка;

– неточность количественного учета наличия и перемещения зерна и продуктов его переработки;

– несвоевременность подготовки и выдачи оперативной информации[1].

В странах с развитой экономикой информация о состоянии зернового рынка имеет высокий уровень, но ценной считается оперативная информация, которая формируется в течение суток и возникает в местах проведения сделок. Информацией, ограниченной временными рамками более суток, занимаются специализированные предприятия

[1] Алтухов А. И., Васютин А. С. Зерно России. – М. : ЭКОНДС-К, 2002. – С. 282.

и организации. Как отмечает ряд авторов, нередко получить официальную информацию об отечественном зерновом рынке по нашим источникам труднее, чем по зарубежным.

Поэтому создание информационной базы данных и системы обеспечения всех участников зернового рынка, а также управленческих структур достаточной, оперативной и доступной информацией по всем интересующим вопросам являются первоочередной задачей макромаркетинга.

В настоящее время в России ни на уровне региона, ни в целом по стране не сложилась целостная маркетинговая инфраструктура деятельности зернового рынка. На федеральном уровне в системе агропромышленного производства была попытка организации маркетингового центра, которая потерпела неудачу. Как отмечает В. А. Клюкач в своей книге[1], маркетинговая служба регионального рынка зерна должна создаваться в структурных подразделениях Министерства сельского хозяйства и областного (регионального) и районного уровней и осуществляться на некоммерческой (государственной) основе. К разработке и принятию стратегии маркетинга в регионе должны привлекаться службы и организации, непосредственно связанные с зерновым рынком. Маркетинговый центр должен создаваться на базе исполнительной власти региона и осуществлять полный мониторинг информации по рынку зерна не только в регионе, но по стране в целом путем взаимодействия с федеральной службой информации.

Маркетинг зерна в регионе должен осуществляться по горизонтальным и вертикальным связям. Предприятия и организации на рынке зерна, с одной стороны, должны вести внутреннюю и внешнюю аналитическую деятельность на горизонтальном уровне, самостоятельно работая с клиентами на рынке, с другой – представлять информацию, пользуясь маркетинговой информацией соответствующих служб региона.

Возможны следующие формы организации маркетинга в регионе:

– служба маркетинга комитета по сельскому хозяйству администрации области;
– службы маркетинга различных рыночных структур региона;
– информационно-консультационные службы с участием квалифицированных специалистов по маркетингу.

Структура и численность маркетинговой службы определяется в соответствии с ее целями и задачами. Региональная структура управления маркетингом на зерновом рынке, предложенная нами, изображена на рис. 2. Роль координатора маркетинговой деятельности на федеральном уровне могли бы выполнять Зерновые союзы.



Рис. 2. Рекомендуемая структура управления маркетингом

[1] Клюкач В. А., Бабков М. А., Пролыгина Н. А. Маркетинг в системе управления рынком зерна на федеральном уровне. – М. : Петит : ВНИЭСХ, 1996. – С. 51.

Система маркетинга производства зерна в регионе выполняет следующие функции:

– комплексное исследование рынка зерна, в том числе анализ и прогноз экономической конъюнктуры;

– ценовой региональный мониторинг с прогнозным анализом;

– управление товарной политикой, координация и планирование производства и развитие инфраструктуры;

– осуществление политики ФОССТИС;

– обеспечение контроля и оценки эффективности маркетинговой деятельности;

– консультации покупателям и продавцам по вопросам товародвижения, ценовой политики и в целом о состоянии зернового рынка.

В Канаде, например, организация зернового маркетинга построена на правительственном уровне путем создания Комитета по пшенице, финансирование которого осуществляется за счет отчислений фермеров и основная функция которого сводится к закупке у фермеров по залоговым ценам, установленным правительством, за счет кредитных ресурсов банков (под гарантию правительства), и реализация его на внутреннем и внешних рынках[1].

Данный Комитет фактически является маркетинговой организацией товаропроизводителей. Он работает на бесприбыльной основе. Прибыль от удачной реализации зерна поступает непосредственно производителям, убытки же покрываются из бюджета (если зерно реализовано по ценам, ниже гарантированных). Деньги товаропроизводителям выплачиваются в три этапа: под посевную кампанию, летнюю обработку химическими средствами защиты растений от вредителей, окончательный расчет осуществляется после реализации всей продукции. Для авансовых выплат берутся кредиты во Всемирном банке. Консультативный совет Комитета состоит из выборных представителей производителей зерна. Комитет по пшенице тесно сотрудничает с государственными органами, представляя всю информацию о ценах, предложения по установлению гарантированных цен и свои прогнозы.

Основными задачи Комитета являются:

– сбор, обработка, анализ и прогноз рынка зерна;

– прогноз урожайности и валовых сборов зерна;

– маркетинговые исследования возможных рынков сбыта;

– предложения по гарантированным ценам[2].

По мнению автора, данный опыт был бы полезен при организации маркетинга зернового рынка как на федеральном, так и региональных уровнях, который помогал бы производителям зерна реализовывать свою продукцию по гарантированным государственным ценам без большого числа посредников.

В маркетинге зернового рынка особое место занимают вопросы совершенствования инструментария маркетинговых исследований и разработки системы базовых показателей, которые позволили бы дать количественную и качественную характеристику факторам, формирующим региональный рынок зерна, и выполнить прогнозирование его развития.

Методическая основа маркетинговых исследований должна складываться из общенаучных и аналитико-прогностических методов, как системный анализ, программно-целевое и индикативное планирование, комплексный факторный подход, экономико-математическое моделирование и др., а также из методических приемов, заимствованных из других областей науки[3] (рис. 3).

---

[1] Куделя А. Д., Рябова Т. Ф. Мировой рынок зерна. – М., 1997. – С. 53–54.

[2] Там же. – С. 55–59, 54, 61–62.

[3] Клюкач В. А., Алтухов А. И., Васютин А. С. Рекомендации по государственному регулированию зернового рынка Российской Федерации. – М., 2000. – С. 40.

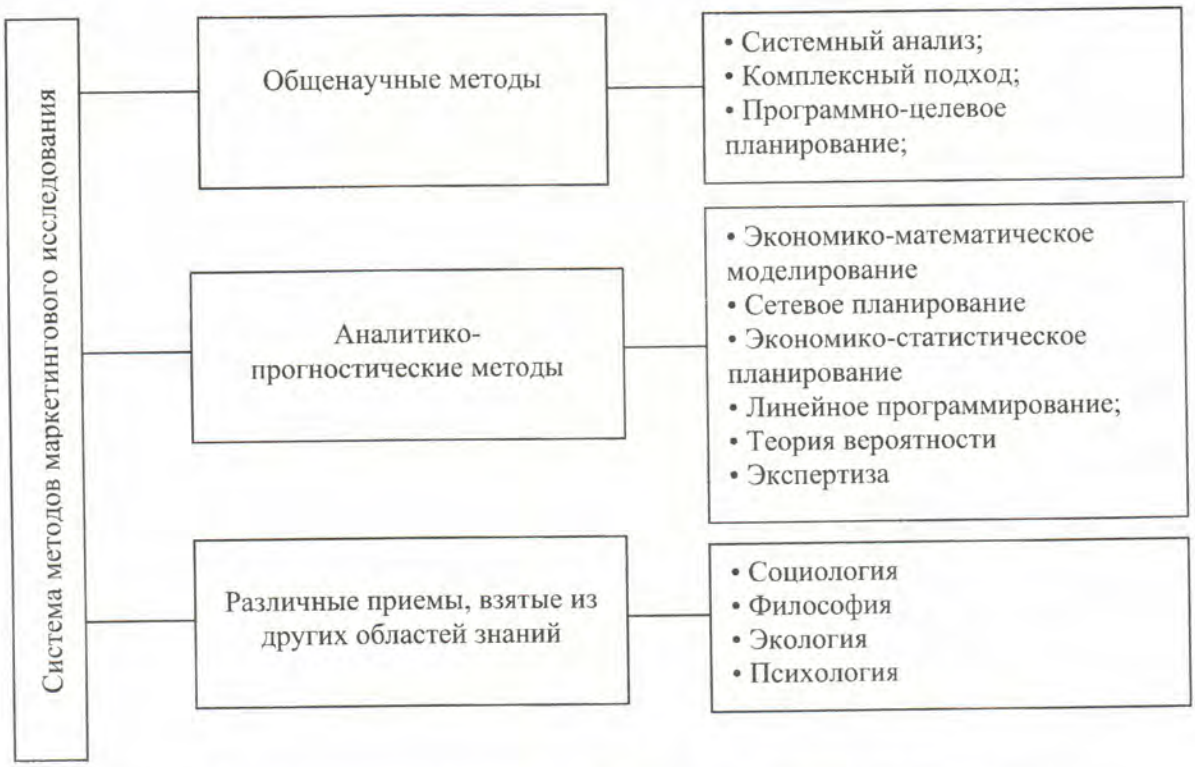


Рис. 3. Система основных методов маркетингового исследования рынка зерна.

Основными методическими приемами маркетинговых исследований регионального рынка зерна могут быть следующие.

Системный анализ позволяет исследовать решение социальных, организационных и экономических проблем, состоит в комплексном рассмотрении условий, в которых функционирует система. На базе его применения изыскиваются возможности увеличения прибыли и снижения издержек хозяйствующими субъектами рынка, что способствует повышению эффективности их функционирования.

Сравнение и сопоставление экономических показателей позволяет выявить причины и следствия, установить тенденции и закономерности рыночных процессов и определить их направленность. Посредством отбора и обработки данных, характеризующих состояния рынка зерна, приводятся к сопоставимому виду, на основании которых делаются выводы.

Широко применяются для анализа рынка зерна средние величины для обобщения массы однородных явлений и выявления закономерностей на основе наблюдения. В зависимости от имеющихся данных в исследованиях рынка применяются средняя арифметическая, средняя геометрическая, средняя гармоническая, медиана и др.

Индексные методы позволяют количественно оценить влияние отдельных факторов в динамике изменений обобщающих показателей. В исследованиях зернового рынка целесообразно определить базовым годом 1991 г., который положил начало реформам в аграрном секторе экономики страны.

Из всех видов группировок в маркетинговых исследованиях необходимо выделить аналитические группировки, которые позволяют выявить связь и зависимость между происходящими на рынке зерна явлениями и их признаками. Обычно все группы формируются по факторному признаку.

С помощью графических методов отображаются зависимости между отдельными показателями, а также их изменения в динамике в виде графиков и диаграмм, что позволяет наглядно просмотреть экономическую информацию о состоянии и развитии рынка зерна.

Интерес в исследованиях представляют ряды динамики, характеризующие изменение социально-экономических явлений, процессов во времени. Результатом применения рядов динамики является определение скорости, интенсивности и тенденции развития экономического процесса на рынке.

Метод корреляционно-регрессионного анализа позволяет изучить и оценить влияние разнообразных и многочисленных факторов на экономические явления.

Завершением маркетинговых исследований рынка является прогнозирование, позволяющее получить количественные и качественные характеристики будущего состояния зернового рынка. Для этих целей могут применяться различные методы, которых в арсенале экономической науки насчитывается более 160: экспертные оценки, экономико-математическое моделирование и др.

По временному признаку для зернового рынка нашего региона практическое значение, по нашему мнению, имели бы краткосрочные прогнозы от нескольких месяцев до 3-х лет и среднесрочные на 4–5 лет, так как он находится в стадии становления.

Таким образом, уже назрела ситуация по развитию научных и методологических подходов к проблеме функционирования регионального рынка зерна. Решение данной проблемы должно строиться на полном и достоверном анализе и оценке процессов и явлений, происходящих на аграрном рынке региона. Реальные экономические трудности в становлении рыночных отношений в аграрной сфере, связанные со сложившимся финансовым положением сельхозтоваропроизводителей, нарушения ценового паритета и несовершенство экономического механизма и определили систему анализа состояния и развития рынка зерна в регионе.

Литература:

1. Алтухов А. И. Российский рынок зерна : проблемы эффективного функционирования / А. И. Алтухов. – М., 2001. – 126 с.

2. Алтухов А. И. Зерно России / А. И. Алтухов, А. С. Васютин. – М. : ЭКОНДС-К, 2002. – 432 с.

3. Клюкач В. А. Маркетинг в системе управления рынком зерна на федеральном уровне / В. А. Клюкач, М. А. Бабков, Н. А. Пролыгина. – М. : Петит : ВНИЭСХ, 1996. – С. 51.

4. Клюкач В. А. Рекомендации по государственному регулированию зернового рынка Российской Федерации / В. А. Клюкач, А. И. Алтухов, А. С. Васютин. – М., 2000. – 85 с.

5. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Прогресс, 1992. – 736 с.

6. Куделя А. Д. Мировой рынок зерна / А. Д. Куделя, Т. Ф. Рябова. – М., 1997. – 156 с.

7. Ляпунов Б. Р. Организационно-экономические проблемы функционирования регионального рынка зерна (на материалах Ставропольского края) : дис. … канд. экон. наук / Б. Р. Ляпунов. – Ставрополь, 1998. – С. 41–43.

8. Семин Е. В. Рыночно ориентированное хозяйствование в агропромышленном комплексе / Е. В. Семин. – М. : АгриПресс, 2001. – 624 с.

Скоробогатченко Дмитрий Анатольевич,
к. т. н., доц. кафедры бухгалтерского учета, анализа
и аудита Волгоградского института бизнеса,
e-mail: skor2004@rambler.ru

Проблемы управления финансовыми средствами на содержание транспортной инфраструктуры региона
Problems of financial management for the maintenance of transport infrastructure in the region

В статье рассматриваются основные проблемы, связанные с содержанием транспортной инфраструктуры региона. В целях оптимизации финансовых затрат авторами предлагается создание и использование автоматизированных систем поддержки принятия решений.

The article examines the main problems associated with the maintenance of transport infrastructure in the region. In order to optimize the financial cost authors propose the creation and the use of automated decision support systems.

Ключевые слова: автомобильная дорога; распределение средств; финансирование; эксплуатационное состояние.

Keywords: road, allocations; financing; operating condition.

На сегодняшний день основной проблемой является рост транспортной нагрузки на автомобильные трассы (шоссе, магистрали). Сложившаяся тенденция в России свидетельствует, что к началу XXI века около половины федеральных дорог требуют ремонта и более 40% нуждаются в усилении дорожной «одежды», при этом около 20% – в улучшении ровности покрытия. Существующая сеть федеральных дорог по протяженности и техническому состоянию не отвечает современным требованиям автомобильного транспорта. Эксплуатируемые автомобильные трассы были построены для прохода по ним автомобильного транспорта с нагрузкой в 6 т на одиночную ось, и лишь отдельные из них должны были выдерживать нагрузку в 10 т. Основную транспортно-эксплуатационную составляющую составляют тяжеловесные автомобили с осевой нагрузкой до 13 т, которые к тому же нередко бывают перегружены на 25–30%, что приводит к интенсивному разрушению автомобильных дорог. Но при этом рост парка грузовых автомобилей в России к 2010 г. до 4,8–5,2 млн шт., автобусов – до 700–730 тыс. шт. Ситуация еще больше обострится.

Существующее несоответствие уровня развития автомобильных дорог уровню автомобилизации и спросу на автомобильные перевозки приводит к снижению скорости движения, продолжительным простоям транспортных средств, повышению уровня аварийности. Как показывают данные статистических исследований, рост автомобилизации характерен не только для России. С каждым годом увеличивается транспортная нагрузка в странах Европы, особенно в части тяжелых грузовиков и полуприцепов.

Таким образом, одной из актуальных проблем, стоящих перед мировой дорожной отраслью, на сегодня являются высокая степень износа и неприспособленность большинства автомобильных дорог к современному парку автомобилей.

Поэтому если в ближайшие годы в России не будет увеличена дорожная сеть, то ситуация превратится в кризисную. Данные Росавтодора показывают, что по расчетам, в 1,5-2 раза снизится уровень доступности услуг медицинской, образовательной, социальной и культурной инфраструктуры, возрастет уровень энергоемкости отечественной экономики по причине значительного удельного расхода топлива автотранспортом, снизится уровень мобильности рабочей силы, а производственные связи предприятий будут существенно ограничены в развитии.

При этом мы отметим, что управление транспортной инфраструктурой, которая ранжируется по сегментам региональной и федеральной значимости, представляет собой сложно подчиненный механизм взаимодействия на региональную неравномерность развития отечественной транспортной инфраструктуры, которая ограничивает развитие единого экономического пространства страны и не позволяет в полной мере осваивать ресурсы регионов. Существенными являются различия между европейской частью Российской Федерации и регионами Сибири и Дальнего Востока. Различия в транспортной обеспеченности между субъектами Российской Федерации достигают недопустимого уровня. Различия между отдельными субъектами Российской Федерации по плотности дорог с твердым покрытием в расчете на 1000 кв. км достигают 450 раз.

Существенное отставание в развитии автомобильных дорог от потребностей экономики страны приводит к существенным потерям – более 1,3 трлн руб., что составляет почти 6% ВВП России. Отметим, что потери, связанные с недостаточным развитием дорожной сети и ее неудовлетворительным техническим состоянием, – около 700 млрд руб., потери сельскохозяйственных предприятий, связанные с отсутствиям подъездов с твердым покрытием к сельским населенным пунктам, – 200 млрд руб. в год, потери от дорожно-транспортных происшествий – около 300 млрд руб. в год, ущерб от негативного воздействия автотранспорта на окружающую среду – 100 млрд руб. ежегодно[1].

В условиях инновационного направления развития экономики наиболее существенной проблемой, стоящей перед дорожной отраслью, на сегодня является снижение объемов финансирования и отсутствие адекватной базы распределения финансовых ресурсов. Именно недос-

[1] Развитие транспортной системы России (2010–2015 годы) : Федеральная целевая программа. – Режим доступа : www. URL : http// www.spbgid.ru/index.php?news=157276.

таточные объемы финансирования не позволяют в полной мере разрешить вышеперечисленные проблемы. Остановимся на данной теме подробнее.

На сегодняшний день существующее финансирование дорожного хозяйства Российской Федерации в период 1991–2000 гг. осуществлялось в соответствии с Федеральным законом «О дорожных фондах в Российской Федерации». С 1 января 2005 г. Федеральный закон «О дорожных фондах в Российской Федерации» был отменен. В результате упразднения дорожных фондов объемы финансирования автомобильных дорог общего пользования в 2005 году уменьшились в 2,2 раза по сравнению с 2000 г., при этом объемы выделяемых средств на финансирование федеральных дорог сократились на 28%, на финансирование территориальных дорог – в 2,5 раза. Доля расходов на дорожное хозяйство в ВВП России уменьшилась с 2,9% в 2000 г. до 1,1% в 2005 г. При этом наблюдалось снижение доли расходов на автомобильные трассы (шоссе) в федеральном бюджете с 4,9% в 2000 г. до 3,0% в 2005 г. А доля расходов на автодороги в бюджетах субъектов Российской Федерации за этот период снизилась с 28,9% в 2000 г. до 9,1% в 2005 г. Сокращение объемов финансирования дорожного хозяйства привело к снижению объемов дорожных работ: в 5 раз уменьшились объемы строительства и реконструкции автодорог, в 2 раза – объемы ремонта дорог.

Разработанная и принятая Правительством РФ подпрограмма «Автомобильные дороги» Федеральной целевой программы «Модернизация транспортной системы России» (2002–2010 гг.) и вторая часть Национальной программы «Модернизация и развитие автомобильных дорог Российской Федерации до 2025 года» по целевым показателям выполняются неудовлетворительно.

Резюмируя изложенное выше, можно сказать, что снижение финансирования приводит к ухудшению основных показателей транспортно-эксплуатационного состояния автомобильных дорог, что в свою очередь влечет за собой негативные последствия как для дорожно-транспортного комплекса, так и для экономики в целом.

Перспективным развитием сферы дорожного хозяйства является разработка правительством плана финансирования до 2010 г. 2,1 трлн рублей в рамках программы «Модернизация и развитие автомобильных дорог Российской Федерации до 2025 года», простым увеличением инвестиций в дорожное хозяйство существующие проблемы решить нельзя.

Нам представляется, что в центре внимания должна быть проблемная ситуация, заключающаяся в несоответствии между требуемым по нормативам транспортно-эксплуатационным состоянием автомобильных дорог и объемом финансирования дорожных работ.

Как нам видится, одним из путей решения этого несоответствия является увеличение финансирования, главным образом за счет коммерциализации дорожной отрасли. Существующая в большинстве стран в настоящее время практика управления автомобильными дорогами государственной службой не дает хороших результатов, тогда как передача этих функций частному сектору приводит к положительному изменению ситуации.

На сегодняшний день российские дорожники также призывают к необходимости текущего ремонта дорожных покрытий в начальной стадии их разрушений. Можно констатировать, что эксплуатационные мероприятия по содержанию и текущему ремонту, безусловно, снижают как затраты на более дорогостоящие дорожные работы, так и эксплуатационные автотранспортные издержки в целом.

Внедряемые эксплуатационные мероприятия дают лишь некоторое увеличение экономии на автотранспортных перевозках особенно в первый год. В силу деструктивных процессов состояние дороги не достигает первоначальной величины. Закономерным является постепенное ухудшение состояния сети автомобильных дорог, несмотря на ежегодный рост капиталовложений в содержание.

Существующую проблему нельзя решить ни увеличением финансирования, ни повышенным вниманием к эксплуатационным работам. Необходим комплексный подход к проблеме на основе планирования и оптимизационного распределения дорожных ассигнований. Наиболее действенным способом повышения эффективности использования инвестиционных ресурсов

является применение систем управления состоянием автомобильных дорог[1]. Их основная цель – обеспечение наиболее эффективного использования ассигнований на содержание и ремонт дорог. Эти системы, исходя из фактического состояния участков дорог, определяют место и время проведения мероприятий по содержанию ремонтных работ. Критерием, как правило, является максимум суммарного эффекта от выполнения работ, определяемый как разность между суммарными приведенными затратами до и после проведения соответствующих ремонтов или выгоды, которые будут получены в период эксплуатации дороги[2]. К числу выгод относят сокращение времени транспортировки, снижение стоимости эксплуатации машин, снижение дорожно-транспортных происшествий и др.

Наиболее многочисленные исследования по созданию оптимизационных систем управления принадлежат американским ученым. Первые системы управления состоянием дорожных покрытий были созданы в отдельных штатах более 30 лет назад, и к настоящему времени США является лидером в данной области. В Европе ограниченное финансирование дорожной отрасли также привело к разработкам в области компьютерных систем по эксплуатации и содержанию автомобильных дорог.

Обобщая изложенные аспекты, можно сделать вывод, что в условиях инновационного подхода к управлению создание автоматизированной системы управления состоянием сети автомобильных дорог является на сегодня наиболее оптимальным решением актуальной проблемы дорожной отрасли – несоответствия между требуемым эксплуатационным состоянием автомобильных дорог и низким объемом финансирования дорожной отрасли.

Литература:

1. Виноградов А. П. Во что обходится отложенный ремонт / А. П. Виноградов, В. П. Носов, В. А. Попов // Автомобильные трассы (шоссе). – 1998. – № 5. – С. 8–9.

2. Развитие транспортной системы России (2010–2015 годы) : Федеральная целевая программа. – Режим доступа : www. URL : http// www.spbgid.ru/index.php?news=157276.

3. Цезарь Кейроз. Строить или ремонтировать / Кейроз Цезарь // Автомобильные трассы (шоссе). – 1996. – № 11. – С. 45.

4. Aschauer David. 2008. Infrastructure Expenditures and Macro Trends. In Proceedings of the Africa Infrastructure Symposium, World Bank, Washington, D.C.

5. Developing an Economic Evaluation Procedure for Road Investments / Freeney B. P., Devlin J. // Irish J. Environ. Sci. – 2007. – № 2. – P. 1–9.

6. Guidelines for effective maintenance-budgeting strategies / Reno A. T., Hyman W. A., Shaw M. E. // NCHRP Rept / Nat. Coop. Highway Res. Program. – 2004. – № 366. – P. I–VI, 1–39.

7. Pavement preservation: Preserving our investment in highways. Davies Robert M., Sorenson Jim. Public Roads. – 2005. – № 24. – P. 37–42.

[1] Guidelines for effective maintenance-budgeting strategies / Reno A. T., Hyman W. A., Shaw M. E. // NCHRP Rept / Nat. Coop. Highway Res. Program. – 2004. – № 366. – С. I–VI, 1–39.

[2] Цезар Кейроз. Строить или ремонтировать // Автомобильные трассы (шоссе). – 1996. – № 11. – С. 10–11.

Набиева Антонина Рамазановна,
к. м. н., ассистент кафедры экономической теории
и экономики здравоохранения
Астраханской государственной
медицинской академии Росздрава,
e-mail: nabiev56@list.ru
Тюякпаева Аида Абаевна,
ассистент кафедры экономики и управления предприятием
Астраханского государственного технического университета,
e-mail: eup_agty@mail.ru

Информатизация регионального здравоохранения как инструмент повышения эффективности его функционирования
Information support of regional public health service as a tool to increase the efficiency of its functioning

В статье обоснована необходимость использования информатизации как инструмента повышения эффективности управления здравоохранением. Раскрыта сущность направлений информационного обеспечения здравоохранения Астраханской области.

The article deals with the necessity of use of information support as tool to increase the efficiency of public health management. The author shows the essence of directions of information support of public health services of the Astrakhan region.

Ключевые слова: здравоохранение; единая медицинская информационная система (ЕМИС); информатизация медицинских услуг.

Key words: Public health services; Unified Healthcare Information System (ЕМИС); information support of medical services.

На практике существует необходимость улучшить связь между всеми звеньями системы здравоохранения.

Так, серьезной проблемой является отсутствие системной дистанционной консультации для лечения тяжелобольных пациентов. К тому же в случае экстренной госпитализации пациента в бессознательном состоянии не представляется возможным выяснить о переносимости больным лекарственных средств.

У населения, в свою очередь, отсутствуют достоверные источники информации о лечебно-профилактических учреждениях (ЛПУ), оказывающих те или иные платные медицинские услуги.

Кроме того, не организованный должным образом персонифицированный учет оказанной медицинской помощи ведет к финансовым потерям как со стороны ЛПУ, так и территориальных фондов обязательного медицинского страхования (ФОМС) и страховых медицинских организаций (СМО) и затрудняет (усложняет) определение необходимых объемов финансирования из бюджета на обеспечение лекарственными средствами льготных категорий граждан.

Проблемы отрасли условно можно разделить на четыре направления: отсутствие постоянных каналов связи между медицинскими учреждениями; отсутствие необходимых механизмов для эффективного управления отраслью и осуществления контрольных функций; отсутствие систем поддержки принятия решения и планирования медицинской и финансово-хозяйственной деятельности ЛПУ; отсутствие эффективных каналов связи и механизмов взаимодействия между элементами системы здравоохранения и населением региона[1].

Мировой опыт показывает, что улучшить управление отраслью и обеспечить оперативность и требуемое качество медицинской помощи наиболее эффективно позволит информатизация здравоохранения[2].

---

[1] Акишкин В. Т. Организация финансовой системы здравоохранения: теория и практика. – Волгоград : Волгоградское науч. изд-во, 2009.

[2] Гулиев Я. И., Гулиева И. Ф., Рюмина Е. В. Экономическая эффективность информационных систем в медицине // Менеджмент здравоохранения. – 2009. – № 4. – С. 52–64.

Вышеуказанные проблемы характерны для системы здравоохранения Астраханской области.

Основной целью информатизации регионального здравоохранения является повышение эффективности ее функционирования. При этом она имеет множество субъектов и объектов, задач и функций.

В процессе информатизации должны быть решены следующие *задачи*: формирование единой медицинской информационной сети; формирование единого медицинского портала; развитие информационно-коммуникационных технологий в сфере здравоохранения; рост доступности медицинских услуг и сервисов, оказываемых в электронном виде; совершенствование управления системой здравоохранения; расширение возможностей межведомственного информационного обмена; создание условий для формирования единого информационного пространства региона.

Основными *направлениями информационного обеспечения* системы здравоохранения являются: мониторинг ресурсов здравоохранения и их размещения на территории области; мониторинг сети ЛПУ, ее мощности и структуризации; мониторинг лицензированных видов и профилей медицинской деятельности; мониторинг оказания медицинской и лекарственной помощи населению, ее объемов и структуры; мониторинг финансирования медицинской и лекарственной помощи; мониторинг показателей здоровья населения; информатизация медицины катастроф, создание транковой системы экстренного оповещения и мониторинга в режиме реального времени чрезвычайных ситуаций; информатизация экстренной медицинской помощи; информатизация специализированной медицинской помощи; информатизация лечебно-диагностического процесса; мониторинг исполнения государственных гарантий по обеспечению населения территории бесплатной медицинской помощью; разработка и внедрение информационной системы оценки качества и эффективности медицинской помощи, а также методики оценки эффективности управления экономическими ресурсами в ОМС; мониторинг кадровой службы системы здравоохранения области, а также последипломного образования; совершенствование организационной структуры и научно-методического обеспечения информатизации здравоохранения; интеграция информационных технологий, уже внедренных Министерством здравоохранения Астраханской области, научными и образовательными медицинскими учреждениями области; обеспечение безопасности и защиты информации на всех уровнях; стандартизация и унификация информационных технологий в рамках единой медицинской информационной системы; внедрение электронной карты пациента, электронных направлений и рецептов; внедрение единого электронного пожизненного индекса пациента (MPI – Medical Patient Index) и совместимость с существующими индексами; внедрение новых информационных технологий, современных программных и аппаратных средств, модификация программного обеспечения; создание автоматизированной системы электронного документооборота здравоохранения области; разработка, внедрение и закрепление методологических, методических и правовых аспектов информатизации здравоохранения области[1].

Реализацию базовых направлений информатизации здравоохранения региона обеспечивают: паспортизация ЛПУ; персонифицированный учет трудовых ресурсов ЛПУ, их квалификационных характеристик; персонифицированный учет населения; однозначная идентификация пациента на основе электронных средств и документов при оказании медицинских услуг населению; персонифицированный учет медицинской помощи населению, в том числе профилактических мероприятий; персонифицированный учет заболеваемости населения; персонифицированный учет лекарственной помощи населению по программе дополнительного лекарственного обеспечения населения (ДЛО); персонифицированный учет затрат на оказание медицинской и лекарственной помощи населению.

Необходимо отметить, что информационное обеспечение системы здравоохранения региона должно удовлетворять следующим *требованиям:* соответствие основным направлениям и задачам развития здравоохранения; устойчивость к институциональным преобразованиям областной системы здравоохранения и ее финансированию; рациональное сочетание годовой

[1] URL : http//www.minzdravao.ru.

и оперативной отчетности; сохранение динамических рядов контрольных показателей развития здравоохранения при изменении требований к отчетности и нормативных документов; интеграция с существующими информационными системами; рациональное сочетание централизованного и децентрализованного управления информацией на всех уровнях; формирование исходных информационных массивов на уровне первичного звена, начиная с фельдшерско-акушерских пунктов (ФАП); обеспечение ЛПУ оперативной достоверной информацией, необходимой для принятия управленческих решений; вертикальная и горизонтальная интеграция имеющихся и вновь создаваемых информационных систем; наличие критериев «иерархической детализации» информации при ее движении по вертикали, обеспечивающей объединение имеющихся ресурсов и возможность дальнейшего их наращивания; наличие возможности межведомственной и межтерриториальной интеграции; открытость информационных систем.

Инструментом их удовлетворения является единая медицинская информационная система (ЕМИС). Она состоит из физической коммуникационной среды и программно-инструментальной оболочки, призванная соединить все учреждения регионального здравоохранения, а также имеющая связь с внешней средой посредством единого медицинского информационного портала.

ЕМИС обеспечивает формирование единых информационных потоков об оказанной и оплаченной медицинской помощи, единой программно-технической политике на территории области в системе здравоохранения, экономию финансовых затрат на этапе создания системы и на этапе ее сопровождения, интеграцию информационных ресурсов, исключение дублирования процессов подготовки, обработки, накопления, хранения и передачи информации.

Необходимость создания ЕМИС Астраханской области определяется тем, что существующие информационные системы скорее представляют собой комплекс автоматизированных рабочих мест, чем единую информационную среду.

Обобщая сказанное, можно отметить следующие проблемы информатизации системы здравоохранения Астраханской области: существующие информационные системы частично перекрывают друг друга по реализуемым функциям, слабо связаны структурно, поддерживают разные форматы данных и не могут быть интегрированы в одну систему без существенных переработок; отсутствует единая инфраструктура сбора, хранения, обработки, передачи и использования информации в системе здравоохранения и ОМС; существующие информационные системы не рассчитаны на работу в едином информационном пространстве, а используемые технологии передачи данных не способны обеспечить актуализацию данных в необходимом масштабе времени; отсутствуют единые информационные ресурсы, содержащие взаимоувязанные сведения об объектах и субъектах учета; отсутствует возможность соотношения, сопоставления и анализа данных из различных информационных подсистем для получения полной, достоверной и актуальной информации о состоянии территориальной системы здравоохранения; существует дублирование информации вследствие недоступности данных из различных информационных систем друг для друга; ряд подсистем устарел как с точки зрения программного обеспечения, так и аппаратных средств; отсутствует единая нормативно-правовая, организационная и методическая база функционирования и использования информационных систем.

Интеграционной основой, позволяющей организовать обеспечение полной, достоверной и актуальной информацией о состоянии дел в сфере здравоохранения, предоставить возможности для оперативной обработки и анализа указанной информации и ее использования в целях управления и эффективного использования, для выполнения основных направлений и задач развития здравоохранения может стать ЕМИС Астраханской области.

Основными *принципами формирования ЕМИС* Астраханской области должны являться: максимально эффективное использование разработанного прикладного программного обеспечения; использование лицензионного программного обеспечения; использование кроссплатформенных решений; использование (по возможности) программных продуктов, поставляемых по лицензии GPL и с открытым кодом (Open Source); согласование требований нормативных актов федерального и областного уровней, регламентирующих процессы, реализуемые прикладным программным обеспечением; использование типовых решений для однотипных орга-

низаций и учреждений – субъектов ЕМИС области; функциональная специализация отдельных программных комплексов, их расширение и модификация; единство исходных данных в системе в целом; использование единой нормативно-справочной системы; использование единых протоколов обмена информацией; разделение полномочий по формированию и доступу к информации в соответствии с компетенцией и полномочиями субъектов ЕМИС области; организация ввода исходных данных в организациях – субъектах ЕМИС; возможность формирования показателей на основе исходных данных в структурах управления в режиме свободного запроса и в режиме реального времени; доступность исходных данных, сформированных учреждениями и организациями – субъектами ЕМИС области, органам управления (с учетом целесообразности и безопасности данных); максимально целесообразная автоматизация деловых процессов по подготовке отчетной информации и отчетных документов.

Организационными принципами формирования ЕМИС Астраханской области должны стать: организация процессов наполнения и актуализации сведений в информационных подсистемах на основе существующих и разрабатываемых методических указаний и регламентов; ответственность субъектов ЕМИС за достоверность, полноту, актуальность и своевременность представления сведений; наличие единого центра координации работ по созданию и эксплуатации ЕМИС области.

Для создания ЕМИС Астраханской области необходимо решить следующие задачи: разработать и осуществить комплекс организационных, нормативных, методических и технических мер по созданию, поддержке, эксплуатации, сопровождению и развитию ЕМИС области в соответствии с полномочиями Министерства здравоохранения области; создать необходимую инфраструктуру для обеспечения функционирования ЕМИС (оснащение компьютерной техникой, сетевой инфраструктурой и т. д.); внедрить программное обеспечение в субъектах ЕМИС области.

Технологическими и программно-техническими принципами ЕМИС в регионе могут быть: использование современных информационно-технологических средств формирования и хранения массивов информации; использование современных информационно-технологических средств оперативного анализа данных; создание ЕМИС области на основе трехуровневой клиент-серверной архитектуры; обмен данными между программными комплексами с использованием языка XML или любого другого заранее определенного формата с использованием интернет-технологий; использование технологии организации хранилищ данных и многомерного анализа данных для формирования аналитической информации; обеспечение безопасного информационного пространства; использование интеллектуальных средств автоматического контроля при вводе учетных данных пациента и данных об оказанной ему медицинской помощи.

ЕМИС Астраханской области должна включать *информационные подсистемы:* паспортизации ЛПУ и учета ресурсов здравоохранения; мониторинга сети ЛПУ и ресурсов здравоохранения; персонифицированного учета населения; персонифицированного учета медицинской помощи (подсистема может работать как на сервере при наличии локальной вычислительной сети в лечебном учреждении, так и на отдельном персональном компьютере); персонифицированного учета оплаты медицинской помощи с учетом результатов экспертизы счетов ЛПУ; управление лечебно-диагностическим процессом ЛПУ; автоматизация лечебно-диагностического процесса оказания медицинской помощи; формирования территориальной программы государственных гарантий; мониторинга показателей здоровья населения, объемов и структуры оказанной медицинской помощи, в том числе профилактической; мониторинга ДЛО; информационно-методического обеспечения населения и медработников различными информационными и специальными сервисами на основе портальной системы.

В связи со сложностью и многоаспектностью выполняемых задач и функций необходимо четко определить полномочия участников системы здравоохранения.

Так, *Министерство здравоохранения Астраханской области* должно осуществлять: заполнение (ввод информации), актуализацию и отправку редактируемых справочников единой нормативно-справочной системы; функции единого представительского центра, отвечающего за формирование и функционирование ЕМИС; функции единого центра приема и обработки

данных ЕМИС; все функции по формированию программы государственных гарантий оказания населению области бесплатной медицинской помощи; просмотр всех исходных (введенных в ЛПУ) и результирующих данных (отчетных форм) паспортов ЛПУ; прием данных паспортов ЛПУ и формирование показателей мониторинга сети ЛПУ и ресурсов здравоохранения; прием данных об оказанной медицинской помощи и формирование показателей здоровья (заболеваемости) населения, объемов и структуры медицинской помощи; формирование единого центра обработки данных; координацию действий всех субъектов информационного обмена на основе договоров и соглашений.

Астраханский областной территориальный ФОМС должен осуществлять: заполнение, актуализацию и отправку редактируемых справочников; формирование и отправку классификаторов медицинских услуг и тарифов на их оплату; прием данных о застрахованном населении, заключенных договорах, выданных полисах ОМС и ведение единого регистра застрахованного населения; просмотр всех исходных и результирующих отчетных форм данных паспортов ЛПУ; импорт/ввод, первичный технологический контроль счетов за медицинскую помощь, оказанную застрахованным гражданам в медицинских учреждениях, работающих в системе ОМС Астраханской области, формирование отчетных документов по результатам контроля счетов, передачу счетов в СМО; экспертизу и оплату счетов за медицинскую помощь, оказанную гражданам, застрахованным в других субъектах Российской Федерации, и формирование реестров счетов для территориальных фондов ОМС других субъектов Российской Федерации (взаиморасчеты за медицинскую помощь, оказанную гражданам вне территории страхования); импорт, медико-экономическую экспертизу и оплату счетов за медицинскую помощь, оказанную гражданам, имеющим полис ОМС области, вне территории страхования и формирование соответствующих отчетных документов; формирование сводно-аналитических данных о ДЛО льготных категорий населения.

Органы управления здравоохранением осуществляют прием и просмотр всех исходных и результирующих данных паспортов муниципальных ЛПУ.

ЛПУ с правами юридического лица (главные) осуществляют: ввод и просмотр информации паспортов ЛПУ, входящих в их структуру; ввод и просмотр данных по лицензиям; ввод и отправку данных о ЛПУ, формирование отчетных форм по паспорту ЛПУ; ввод данных об оказанной населению медицинской помощи; передачу персонифицированных реестров о выписанных рецептах лицам, имеющим право на получение набора социальных услуг; просмотр и печать форм государственной статистической отчетности и оперативных отчетов по своему и входящим учреждениям; формирование, просмотр и отправку документов на оплату медицинской помощи по своему учреждению (входящему); прием и просмотр отказов по оплате.

СМО осуществляют: взаимодействие с ФОМС и Министерством здравоохранения Астраханской области по ведению единого регистра застрахованного населения; взаимодействие с Министерством здравоохранения области по предоставлению сервиса по проверке актуальности выданных полисов; прием информации с документами на оплату медицинской помощи от ЛПУ; отправку информации с отказами в оплате медицинской помощи в ЛПУ.

Аптечные учреждения осуществляют: передачу персонифицированных реестров рецептов лекарственных средств, отпущенных отдельным категориям граждан, и отложенных рецептов; передачу информации об остатках лекарственных средств.

Информатизация здравоохранения позволит выстроить эффективную, постоянно развивающуюся и совершенствующуюся систему, основной целью которой является поддержание на максимально высоком уровне здоровья населения Астраханской области.

Социальный эффект информатизации заключается в снижении социальной напряженности среди населения, в изменении отношения населения области к медицинской системе как более понятной, доступной; экономический – в оптимизации бюджетных ресурсов и в повышении их результативности.

При оценке результата информатизации ЛПУ выделяют три основные составляющие эффективности – клиническую, организационную и экономическую.

В качестве критериев оценки клинической эффективности служат такие показатели, как повышение точности, оперативности и информативности диагностических исследований, уменьшение числа обострений хронических заболеваний за определенный период времени, общее снижение заболеваемости, повышение степени соответствия лечения установленным стандартам, наиболее важным показателем считается уменьшение количества врачебных ошибок при назначении препаратов и направлении на обследование.

Большую помощь в постановке диагноза оказывают встроенные в ЕМИС функции обработки показателей. Как только результаты будут внесены в электронную карту и подтверждены ЭЦП, они станут доступны лечащим врачам.

Дополнительная автоматизированная обработка полученных результатов с помощью оригинальных методик должна повысить именно информативность исследований. Для этого необходимо создать эффективные экспертные системы с большим объемом соответствующих «знаний». Важно также, что включенный в современные лабораторные информационные системы (ЛИС) контроль качества результатов исследований позволяет значительно снизить процент ошибок.

Предоставление врачу инструмента, содержащего все необходимые элементы для оперативного принятия правильного решения при постановке диагноза и определения тактики лечения, – одна из задач ближайшего будущего.

В повышении качества медицинского обслуживания большое значение придается автоматизации клинико-лабораторных исследований. Введение технологий машиночитаемых форм в совокупности со штриховым кодированием биологических проб не только увеличит пропускную способность лаборатории, но и снизит в несколько раз количество ошибок, возникающих на этапе регистрации сведений о пациенте и перечня необходимых тестов, т. е. специализированных исследований. Также будет решена задача организации современной высокотехнологичной автоматизированной лаборатории.

Наиболее адекватным показателем организационной эффективности системы, на наш взгляд, можно считать уменьшение затрат рабочего времени медицинского персонала при подготовке отчетной документации.

По мере дальнейшего развития ЕМИС этот раздел работы можно будет вообще исключить из круга обязанностей медицинского работника. Система сама должна автоматически забирать всю необходимую информацию и передавать ее специалистам, ответственным за оформление отчетов.

Внедрение можно считать успешным, если через какое-то время системой будет пользоваться практически весь медицинский персонал ЛПУ, и в таком случае уже ставится вопрос о количественных оценках эффективности.

Экономическая эффективность обеспечивается комплексным подходом к автоматизации ЛПУ.

В результате реальные доходы ЛПУ при эксплуатации ЕМИС увеличиваются, во-первых, за счет роста производительности труда врачей-диагностов при использовании формализованных бланков; во-вторых, благодаря более интенсивному использованию такого дорогостоящего оборудования, как компьютерный томограф, маммограф и УЗИ-сканер; в-третьих, в силу рационализации расходов на медикаменты, реагенты, необходимые для проведения лабораторных исследований, и другие материалы; в-четвертых, благодаря контролю расчетов со страховыми компаниями за услуги, оказанные по системе ОМС, что позволяет исключить необоснованные недоплаты; и наконец, за счет возможности руководства ЛПУ контролировать работу учреждения в реальном времени. Благодаря приросту доходов учреждения появляется возможность целенаправленно развивать не только экономически эффективные медицинские технологии, но и экономически неэффективные, однако необходимые для полноценного медицинского обслуживания пациентов. И что очень важно, при практически неизменной численности персонала удалось добиться стабильного увеличения объемов медицинских услуг, заработной платы сотрудников, вложений в развитие материально-технической базы ЛПУ.

А уменьшение числа врачебных ошибок за счет автоматизированного контроля назначений медикаментов может окупить все расходы на информатизацию учреждения только за счет снижения издержек от судебных исков.

Созданный информационный комфорт в работе сотрудников, формирование корпоративной общности, оптимального психологического климата, более ответственного отношения к принятию управленческих решений также являются показателями эффективности внедрения ЕМИС. Руководители некоторых ЛПУ напрямую связывают повышение имиджа своих учреждений с внедрением ЕМИС.

В то же время для ЛПУ любой формы собственности в одинаковой степени важно, как скажется внедрение ЕМИС на совершенствовании лечебно-диагностического процесса, а рост доходов учреждения является средством достижения основной цели – предоставления пациенту высококачественной медицинской помощи. Разумеется, частный бизнес предполагает на определенном этапе некоторый крен в сторону экономической эффективности, но есть такие понятия, как репутация учреждения и врача, к тому же существует конкуренция в предоставлении медицинских услуг, и здесь качество лечения является определяющим фактором.

В наибольшей степени критерии эффективности определяются специализацией и приоритетными задачами ЛПУ.

Предлагаемая система, на наш взгляд, обладает определенными достоинствами, может быть использована на всей территории РФ.

Литература:

1. Акишкин В. Т. Организация финансовой системы здравоохранения: теория и практика / В. Т. Акишин. – Волгоград : Волгоградское науч. изд-во, 2009.

2. Гулиев Я. И. Экономическая эффективность информационных систем в медицине / Я. И. Гулиев, И. Ф. Гулиева, Е. В. Рюмина // Менеджмент здравоохранения . – 2009. – № 4. – С. 52–64.

3. Доклад Министра здравоохранения Астраханской области за 2008 г. – Режим доступа : www. URL : http//www.minzdravao.ru.

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Сазонов Сергей Петрович,
заслуженный экономист России, д. э. н., проф., академик РАЕН,
руководитель Управления Федерального казначейства по Волгоградской области,
заведующий кафедрой экономики и финансов предприятий
Волгоградского государственного технического университета
Сазонов Александр Сергеевич,
аспирант кафедры корпоративных финансов и банковской деятельности
Волгоградского государственного университета,
e-mail:meon_nauka@mail.ru

Контроль в органах Федерального казначейства и его совершенствование
Control of Federal exchequer and its improvement

(издание осуществлено при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда проект №09-02-20202а/В)

В статье рассматриваются проблемы финансового контроля и в основном ведомственного контроля в органах Федерального казначейства. Отмечается, что внутренний (ведомственный) контроль в федеральных органах исполнительной власти (на примере Федерального казначейства) является важной составляющей и серьезно влияет на организацию всей системы управления. Даются предложения по совершенствованию системы внутреннего контроля и аудита в органах Федерального казначейства и внесению изменений в законодательство по этому вопросу.

Problems of the financial control and basically the departmental control of Federal exchequer are considered in the article. It is noted that the internal (departmental) control of the federal bodies of executive power (for example, the Federal exchequer) is an important part and it seriously affects the organization of the entire system of governance. Suggestions for improving the internal control and audit systems of Federal exchequer, legislation modifications are given.

Ключевые слова: финансовый контроль, ведомственный контроль, контроль внутренний, предварительный, текущий и последующий, концепция внутреннего контроля и аудита, Федеральное казначейство.

Key words: financial control, departmental control, internal control, preliminary, following and the subsequent, concepts of the internal control and audit, Federal exchequer

В целом бюджетное законодательство Российской Федерации содержит отдельные положения, которые не составляют целостной нормативной основы правового регулирования финансового контроля органа, осуществляющего казначейское исполнение бюджета. Подобное положение во многом объясняется отсутствием в настоящий момент концепции государственного финансового контроля, а также нормативно-правового акта, закрепляющего наиболее общие, концептуальные основы государственного и муниципального финансового контроля, развиваемые в законодательстве об отдельных разновидностях государственного финансового контроля (бюджетном, валютном, налоговом и т. д.).

Существующая в стране система органов и служб, на которые возложены функции финансового контроля, не отвечает требованиям и условиям дальнейшего экономического развития государства. Наблюдается разобщенность и несогласованность во взаимодействии различных контролирующих инстанций, что приводит, с одной стороны, к дублированию и параллелизму в осуществлении контрольных проверок, с другой – к тому, что отдельные получатели бюджетных средств длительное время не подвергаются финансовому контролю. В результате создаются благоприятные условия для нарушения принципов и правил

финансового контроля, для совершения финансовых правонарушений и безответственных лиц, их совершивших[1].

Организация действенного финансового контроля за полнотой формирования и своевременностью поступления государственных доходов, а также за законностью и эффективностью использования бюджетных средств и распоряжением государственной собственностью становится одним из главных приоритетов современной экономической политики российского государства.

Финансовый контроль имеет разнообразные внешние проявления, осуществляется в различных формах, в связи с чем возможна его классификация в зависимости от избранного критерия.

Традиционно финансовый контроль подразделяется по критерию времени проведения контроля и времени совершения проверяемых финансовых операций на предварительный, текущий и последующий[2].

Классифицируя формы финансового контроля по временному признаку к предварительному контролю, можно отнести выдачу органом, осуществляющим казначейское исполнение бюджета, разрешений организациям на открытие счетов по учету средств, полученных от предпринимательской и иной приносящей доход деятельности и учет казначейским органом обязательств, подлежащих исполнению за счет средств бюджета.

К текущему контролю относится проверка соответствия бюджетной росписи, лимитам бюджетных обязательств и сметам расходов бюджетополучателей платежных документов, составленных получателями для расходования бюджетных средств.

К формам последующего контроля относятся: контроль за своевременностью зачисления или перечисления кредитными организациями бюджетных средств; проверка отчетности, предоставленной получателями бюджетных средств; проверка целевого использования бюджетных средств получателями бюджетных средств.

Совершенствование структуры и механизмов государственного и муниципального финансового контроля и формирование системы мониторинга эффективности бюджетных расходов входят в число основных задач, названных в Бюджетном послании Президента Российской Федерации Федеральному Собранию от 23 июня 2008 года «О бюджетной политике в 2009–2011 гг.»

Современная практика свидетельствует о том, что эффективная система финансового контроля должна включать следующие взаимоувязанные компоненты: внутренний контроль; внутренний аудит; внешний аудит.

Базовым уровнем системы контроля является система внутреннего контроля. Именно на систему внутреннего контроля ложится основная нагрузка в части соблюдения субъектом проверки законодательных, нормативных правовых актов, регламентирующих осуществление Федеральным казначейством полномочий в установленной сфере.

Федеральное казначейство является главным распорядителем средств федерального бюджета, который в соответствии со ст. 158 Бюджетного кодекса Российской Федерации организует и осуществляет ведомственный финансовый контроль в сфере своей деятельности, а именно: проводит проверки подведомственных ему управлений Федерального казначейства по субъектам РФ[3].

При рассмотрении работы органов Федерального казначейства акцентируется внимание на их деятельности в области исполнения федерального бюджета, кассового обслуживания исполнения бюджетов бюджетной системы Российской Федерации и управления доходами бюджета. Зачастую упускается такая важная казначейская функция, как контроль.

---

[1] Васильева М. В. Концептуальные подходы к организации контрольно-счетной деятельности в субъектах Российской Федерации //Финансы и кредит. – 2009. – № 11 (348). – С. 67–74.

[2] Нестеренко Т. Г. Казначейская система как инструмент эффективного управления государственными финансами // Финансы. – 2001. – № 3. – С. 18–19.

[3] Комментарии к Бюджетному кодексу Российской Федерации / отв. ред. Ю.А. Крохина. – М. : Юрайт, 2008.

Вместе с тем казначейство является единственным федеральным органом государственного финансового контроля в России, для которого приоритетным направлением деятельности служит превентивный характер контроля. Несмотря на семнадцатилетнюю практику контрольной деятельности органов Федерального казначейства, научные исследования в данной области знаний практически отсутствуют, что значительно тормозит ее развитие.

В контрольной деятельности органов Федерального казначейства можно выделить два направления: контроль за доходами и контроль за расходами государства. Причем полномочия в сфере контроля за исполнением доходной части бюджета значительно уже по сравнению с полномочиями при контроле за расходной частью. При этом контрольные действия осуществляются и по горизонтали, и по вертикали.

В соответствии со ст. 267 Бюджетного кодекса Российской Федерации Федеральное казначейство осуществляет контроль за:

– непревышением лимитов бюджетных обязательств, распределенных главными распорядителями (распорядителями) средств федерального бюджета между нижестоящими распорядителями и получателями средств федерального бюджета, над утвержденными им лимитами бюджетных обязательств;

– непревышением бюджетных ассигнований, распределенных главными администраторами источников финансирования дефицита федерального бюджета между администраторами источников финансирования дефицита федерального бюджета, над утвержденными им бюджетными ассигнованиями;

– непревышением кассовых расходов, осуществляемых получателями средств федерального бюджета, над доведенными до них лимитами бюджетных обязательств и (или) бюджетными ассигнованиями;

– непревышением кассовых выплат, осуществляемых администраторами источников финансирования дефицита федерального бюджета, над доведенными до них бюджетными ассигнованиями;

– соответствием содержания проводимой операции коду бюджетной классификации Российской Федерации, указанному в платежном документе, представленном в Федеральное казначейство получателем средств федерального бюджета;

– наличием у получателя средств федерального бюджета документов, подтверждающих в соответствии с порядком санкционирования расходов, установленных Министерством финансов Российской Федерации, возникновение у него денежных обязательств.

Казначейство России является федеральным органом исполнительной власти, поэтому является и органом внутреннего государственного контроля.

Субъектами контроля органов Федерального казначейства являются:

– главные администраторы (администраторы) доходов бюджета;

– главные администраторы (администраторы) источников финансирования дефицита бюджета;

– главные распорядители, распорядители и получатели средств федерального бюджета, лицевые счета которых открыты в органах Федерального казначейства;

– получатели средств бюджета субъекта Российской Федерации, осуществляющие расходы за счет полученных средств из федерального бюджета.

В органах Федерального казначейства проводится документальный контроль; применяется как сплошной метод контроля (например, проверка платежных документов клиентов), так и выборочный (например, проверка подведомственных получателей средств федерального бюджета – вид ведомственного контроля).

Классификация видов и форм государственного финансового контроля, осуществляемого органами Федерального казначейства, приведена на рисунке 1.

Рассмотрим их более подробно по всем формам и на всех уровнях бюджетной системы.

Предварительный казначейский контроль предшествует фактическому исполнению бюджета, т. е. поступлению налоговых и иных платежей в бюджет, расходованию средств

бюджета и принятию каких-либо решений по финансовым и другим вопросам. Фактически этот контроль осуществляется в процессе регулирования доходов бюджетов разных уровней, поступающих на счета органов Федерального казначейства.

Предварительный казначейский контроль направлен на предупреждение неэффективного, нецелевого и незаконного расходования бюджетных средств. Проведение предварительного контроля предусматривает проверку обоснованности расходов, правильности представленных расчетов, сверку соответствия плановых сметных назначений соответствующим лимитам бюджетного финансирования.

Этапы предварительного контроля, осуществляемого органами Федерального казначейства, представлены на рисунке 2.

Существом предварительного и текущего контроля является предотвращение самого факта нецелевого использования средств федерального бюджета еще на стадии выделения бюджетных средств и совершения расходов бюджета посредством последовательного и неукоснительного соблюдения всех этапов процедуры санкционирования и финансирования расходов бюджета.

Текущий казначейский контроль проводится в процессе исполнения бюджета путем анализа оперативных данных, текущей отчетности об исполнении бюджета, данных об использовании средств бюджетополучателями. Это контроль за оперативной деятельностью на этапе совершения финансовых операций со средствами бюджета, состоящий в регулярной проверке соблюдения распорядителями бюджетных ассигнований финансовой дисциплины, т. е. соблюдения бюджетных норм и нормативов, своевременного осуществления финансово-денежных расчетов, а также целевого использования бюджетных средств.

Этапы текущего контроля, осуществляемого органами Федерального казначейства, представлены на рисунке 3.

Органы Федерального казначейства начинают текущий контроль уже на стадии принятия денежных обязательств получателями средств федерального бюджета, регистрируя заключение договоров между получателем бюджетных средств и поставщиком продукции (услуг, работ).

Текущий контроль осуществляется при санкционировании оплаты расходов с лицевых счетов бюджетополучателей по платежным документам после проведения проверки соответствия документов, подтверждающих правомерность расхода в пределах лимитов бюджетных обязательств и сметных назначений, в соответствии с Порядком санкционирования оплаты денежных обязательств получателей средств федерального бюджета и администраторов источников финансирования дефицита федерального бюджета, утвержденного Приказом Министерства финансов РФ от 1 сентября 2008 г. № 87н «О порядке санкционирования оплаты денежных обязательств получателей средств федерального бюджета и администраторов источников финансирования дефицита федерального бюджета»[1].

Такой контроль наиболее эффективен в целях сохранности средств федерального бюджета и оказывает наибольшее превентивное воздействие на процесс формирования и использования государственных ресурсов.

Предварительный и текущий контроль за целевым использованием бюджетных средств, осуществляемый органами Федерального казначейства, охватывает все учреждения, финансируемые из федерального бюджета через лицевые счета бюджетополучателей. Это обусловлено технологией прохождения средств через систему счетов, открытых в органах Федерального казначейства.

И не случайно в Бюджетном послании Президента Российской Федерации Федеральному собранию Российской Федерации «О бюджетной политике в 2008–2010 годах» от 9 марта 2007 г. сказано: «Завершено формирование системы Федерального казначейства, осуществляющего в соответствии с едиными стандартами и процедурами кассовое обслуживание исполнения бюджетов. Это, в частности, увеличило степень сохранности

[1]Электронная справочно-правовая система «Гарант».

бюджетных средств. Обеспечена прозрачность операций, реализуемых при исполнении бюджетов, повысилась оперативность предоставления и достоверность бюджетной отчетности. Появились возможности для действенного контроля за целевым использованием бюджетных средств, принятием и исполнением бюджетных обязательств».

Вместе с тем новые требования к организации и проведению внутреннего контроля в органах Федерального казначейства требуют корректировки нормативно-правовых документов и в частности «Концепции развития системы внутреннего контроля и аудита в Федеральном казначействе в 2006–2011 годах»[1].

Для исполнения приказа Федерального казначейства от 12 октября 2009 г. № 231 необходимо разработать или внести корректировки:

– в положение о системе внутреннего контроля Федерального казначейства;
– положение о системе внутреннего аудита Федерального казначейства;
– стандарт внутреннего контроля;
– стандарт внутреннего аудита;
– порядок внедрения стандартов внутреннего контроля;
– порядок внедрения стандартов внутреннего аудита;
– положение об управлении казначейскими рисками.

Важность создания эффективной модели ведомственного контроля Федеральным казначейством отмечается в целом ряде статей Бюджетного кодекса Российской Федерации, в частности, в ст. 158, 166.1, 265, 266, 267, 269, 270.1[2], а также в Положении о Федеральном казначействе, утвержденном постановлением Правительства Российской Федерации № 703, и в Положениях об управлениях Федерального казначейства по субъектам Российской Федерации, утвержденных приказом Минфина России № 33н.

Необходимо рассмотреть предложения о внесении дополнений в Бюджетный кодекс Российской Федерации, в частности, о необходимости:

1) внесения дополнений в статью 6 БК РФ в части законодательного закрепления понятия «Государственный финансовый контроль»,

2) установления четкого разграничения полномочий субъектов бюджетных отношений, что позволит избежать дублирования функций, и как следствие, позволит повысить качество контроля.

Следует также отметить, что в Бюджетном кодексе Российской Федерации речь идет о ведомственном контроле как об одном из важнейших составных элементов системы внутреннего контроля.

В части государственного финансового контроля Бюджетным кодексом Российской Федерации определены полномочия Федерального казначейства по осуществлению предварительного, текущего и ведомственного контроля.

Важнейшим направлением повышения эффективности системы управления органами государственной власти является совершенствование системы ведомственного контроля – в направлении перехода от традиционно пассивного, констатирующего контроля к его активным формам, например, к контрольно-аналитическому обеспечению управления информацией и обоснованию организационных и управленческих решений, к выявлению резервов повышения эффективности деятельности органов государственной власти. Поэтому в настоящее время особенно актуальны вопросы организации ведомственного контроля, направления его совершенствования и повышения эффективности контрольных мероприятий.

Решение определенных здесь задач позволит сказать, «…что единая система финансового контроля – это прежде всего единство целей, принципов и согласованность действий в области контроля над федеральными, региональными и муниципальными бюджетными средствами…»[3].

---

[1] Приказ Федерального казначейства от 12 октября 2009 г. № 231 «Об организации работ по выполнению плана реализации Концепции развития системы внутреннего контроля и аудита в Федеральном казначействе в 2006–2011 гг.».

[2] Бюджетный кодекс Российской Федерации (по состоянию на 1 февраля 2009 года). – Новосибирск: Сиб. унив. изд-во, 2009.

[3] Степашин С. Лучше горькая правда, чем сладкая ложь [текст] // Финансовый контроль. – 2010. – №3 (100). – С. 18.

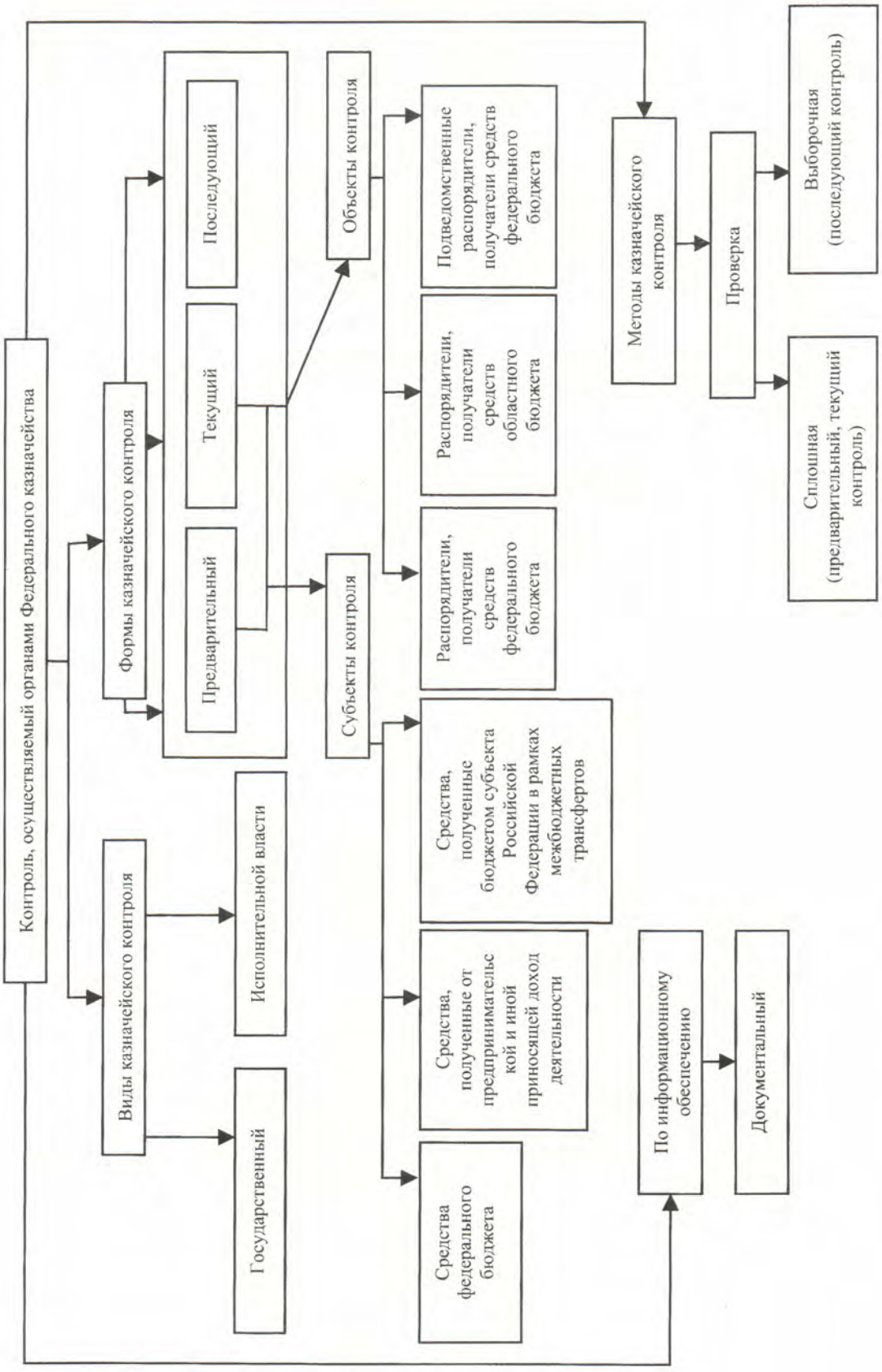


Рис. 1. Виды и формы государственного финансового контроля, осуществляемые органами Федерального казначейства[1]

1 Сазонов А. С. Организация государственного финансового контроля органами Федерального казначейства на региональном уровне (на примере УФК по Волгоградской области) [Текст] : препринт / А. С. Сазонов ; ГОУ ВПО «ВолГУ». – Волгоград : Изд-во ВолГУ , 2007. – С. 107.

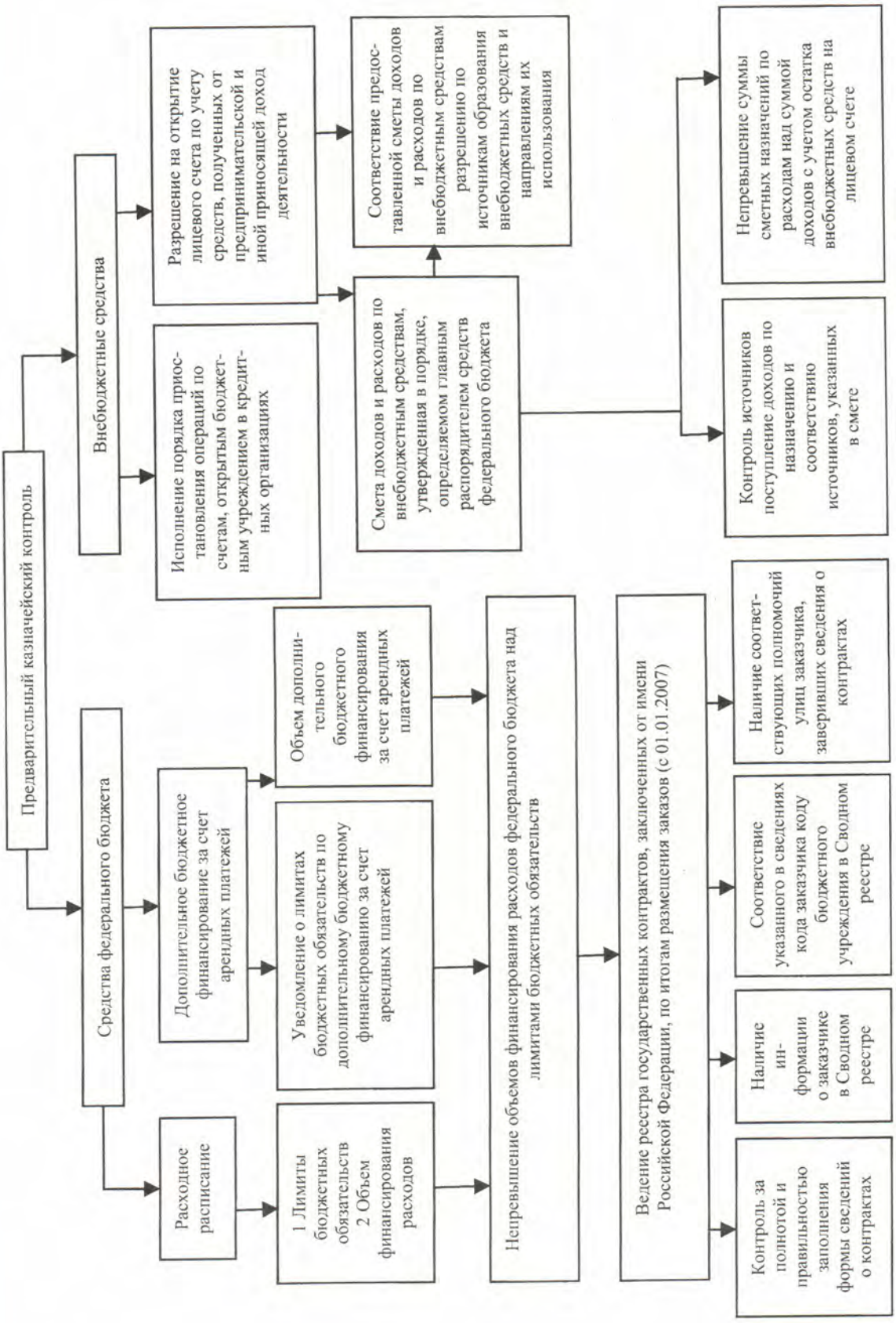


Рис. 2. Этапы предварительного контроля, осуществляемые органами Федерального казначейства[1]

1 Сазонов А.С. Организация государственного финансового контроля органами Федерального казначейства на региональном уровне (на примере УФК по Волгоградской области) [Текст] : препринт / А.С. Сазонов ; ГОУ ВПО «ВолГУ». – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2007. – С. 108.

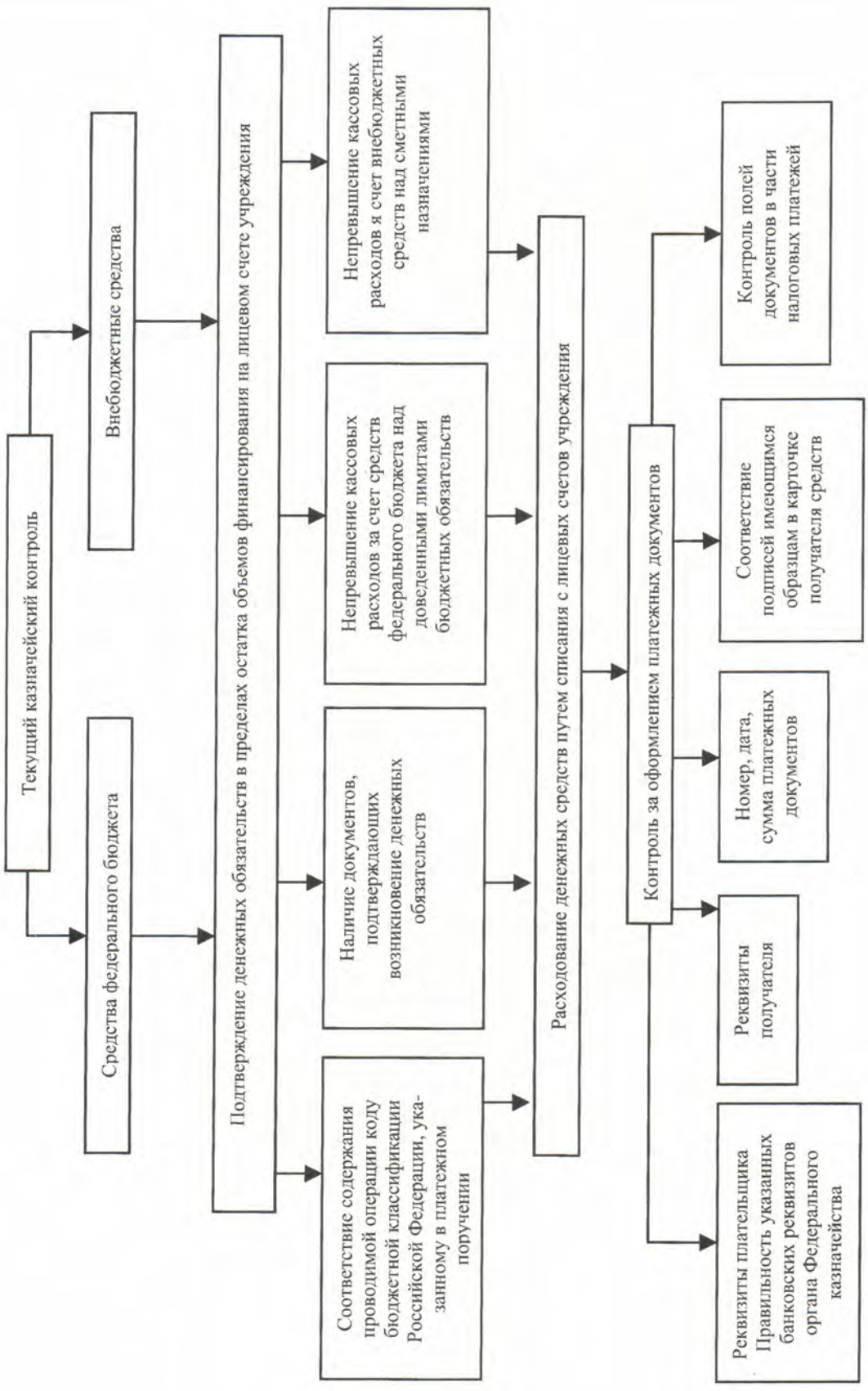


Рис. 3. Этапы текущего контроля, осуществляемые органами Федерального казначейства[1]

1 Сазонов А. С. Организация государственного финансового контроля органами Федерального казначейства на региональном уровне (на примере УФК по Волгоградской области) [Текст] : препринт / А. С. Сазонов ; ГОУ ВПО «ВолГУ». – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2007. – С. 109

Литература:

1. Концептуальные подходы к организации контрольно-счетной деятельности в субъектах Российской Федерации // Финансы и кредит. – 2009. – № 11 (348). – С. 67–74.
2. Нестеренко Т. Г. Казначейская система как инструмент эффективного управления государственными финансами // Финансы. – 2001. – № 3. – С. 18–19.
3. Комментарии к Бюджетному кодексу Российской Федерации / отв. ред. Ю. А. Крохина. – М. : Юрайт, 2008. – 980 с.
4. Сазонов А. С. Организация государственного финансового контроля органами Федерального казначейства на региональном уровне (на примере УФК по Волгоградской области) [Текст] : препринт / А.С. Сазонов ; ГОУ ВПО «ВолГУ». – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2007. – 126 с.
5. Электронная справочно-правовая система «Гарант».
6. Приказ Федерального казначейства от 12 октября 2009 г. № 231 «Об организации работ по выполнению плана реализации Концепции развития системы внутреннего контроля и аудита в Федеральном казначействе в 2006–2011 годах»
7. Бюджетный кодекс Российской Федерации (по состоянию на 1 февраля 2009 года). – Новосибирск: Сиб. унив. изд-во, 2009. – 239 с.
8. Степашин С. Лучше горькая правда, чем сладкая ложь [текст] // Финансовый контроль. – 2010. – № 3 (100).

Татаркина Дарья Олеговна,
к.э.н., доц. кафедры бухгалтерского учета и аудита
Волгоградской государственной
сельскохозяйственной академии,
e-mail: GTatarkina@geliopax.ru

Учетная политика – один из сегментов информационной базы консолидации отчетности в холдингах
Accounting policy is one of segments of the information base of consolidation accounts in agricultural holding companies

Процедура консолидации бухгалтерской отчетности начинается с унификации учета и формирования единой учетной политики для группы предприятий. Стандартизация учетной политики, применение единых способов ведения бухгалтерского учета позволяют подготовить информационную базу для консолидации отчетности.

The procedure of accounting consolidation starts with the unification of accounting and forming of unified accounting policy for the group of enterprises. Standardization of accounting policy and use of united methods of accounting make it possible to prepare information base for accounting consolidation.

Ключевые слова: учетная политика; группа предприятий; бухгалтерский учет; консолидация.

Key words: accounting policy; group of enterprises; accounting; consolidation.

В условиях укрупнения бизнеса и выхода российских компаний на международные рынки возрастает роль корпоративной отчетности – консолидированной. Консолидированная отчетность является новым видом отчетности, раскрывающим информацию о финансовом положении и результатах деятельности холдинга в целом, рассматривая его как единое предприятие, представляет всю производственно-хозяйственную деятельность холдинга в прозрачном виде и для инвесторов, и для кредиторов, повышая уровень доверия к группе.

В российском законодательстве составление консолидированной отчетности не является обязательным условием, составляется российскими холдингами при необходимости. Однако в соответствии с концепцией развития бухгалтерского учета и отчетности в РФ в 2008–2010 гг. предполагается обязательный перевод на МСФО консолидированной финансовой отчетности

ряда хозяйствующих субъектов, которые составляют такую отчетность по иным международным стандартам.

В настоящее время консолидированная отчетность является обязательной для финансово-промышленных и банковских групп, порядок ее составления установлен Постановлением Правительства РФ от 9 января 1997 г. № 24 «О порядке ведения сводных (консолидированных) учета, отчетности и баланса финансово-промышленных групп». Сводная (консолидированная) бухгалтерская отчетность ФПГ составляется по установленным центральной компанией формам.

В указанном Постановлении Правительства в отдельных комментариях специалистов понятия сводной и консолидированной отчетности равнозначные, однако в данном случае речь идет о различных подходах к формированию отчетности группы предприятий. Хотелось бы отметить, сводная отчетность составляется путем суммирования показателей любой отчетности, а консолидированная – путем элиминирования отдельных показателей. Таким образом, консолидированная отчетность, в отличие от сводной, несет в себе информационную и аналитическую направленность и не является отчетностью юридически самостоятельного предприятия, в ней отражены только отношения с внешними контрагентами, а внутригрупповые операции элиминируются, т. е. консолидация позволяет воссоздать реальную картину финансово-хозяйственной деятельности единой группы.

Отсутствие единых стандартов по консолидации учета и отчетности в РФ приводит к тому, что ряд холдингов использует либо международные стандарты, либо собственные разработки, основанные на определенных требованиях. Начальным этапом подготовки к консолидированному балансу группы предприятий является анализ учетной политики дочерних и зависимых предприятий на предмет их соответствия учетной политике, принятой для целей консолидации в отношении способов бухгалтерского учета.

К способам ведения бухгалтерского учета, принятым при формировании единой учетной политики группы и подлежащим раскрытию в консолидированной бухгалтерской отчетности, нами отнесены:

1. Единые способы амортизации основных средств, нематериальных и иных активов, в отношении:

- принятых организацией сроков полезного использования объектов основных средств и нематериальных активов;
- порядка амортизации объектов недвижимости, принятых в эксплуатацию и фактически используемых, но находящихся на регистрации;
- способов начисления амортизационных отчислений по отдельным группам объектов основных средств и нематериальных активов.

При наличии различий скорректируется остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов, а также прибыль (убыток) отчетного периода.

2. Единые способы оценки производственных запасов, товаров, незавершенного производства, готовой продукции и финансовых вложений. Унифицируется, как минимум, следующая информация:

- о способах оценки материально-производственных запасов и финансовых вложений по их группам, товаров, незавершенного производства и готовой продукции;
- о порядке формирования стоимости материально-производственных запасов, переданных в залог.

3. Соответствие видов доходов и расходов в отношении их отнесения к доходам и расходам от обычных видов деятельности либо к прочим доходам и расходам. То есть отчет о прибылях и убытках должен быть составлен исходя из тех требований к определению категории дохода или расхода, которые выдвигает единая учетная политика.

4. Признание в составе текущих затрат коммерческих и управленческих расходов. Коммерческие и управленческие расходы могут признаваться в себестоимости проданных продукции, товаров, работ, услуг полностью в отчетном году их признания в качестве расходов по обычным видам деятельности или такие расходы формируют себестоимость производства товаров, работ, услуг,

включаются в фактическую себестоимость покупных товаров и списываются в состав текущих затрат по мере завершения производственного процесса либо по мере продажи покупных товаров.

5. В разделе единой учетной политики группы предприятий, регулирующей отражение информации по займам и кредитам, необходимо наличие единого подхода:

- к порядку и условиям перевода долгосрочной задолженности в краткосрочную;
- к составу и порядку списания дополнительных затрат по займам;
- к выбору способов начисления и распределения причитающихся доходов и осуществляемых расходов по заемным обязательствам.

Таким образом, головная организация проверяет применение единых способов ведения бухгалтерского учета, всеми организациями, входящими в холдинг.

Методика составления консолидированных отчетов первоначально заключается в своде по методу «строка за строкой», объединяя такие статьи, как активы, обязательства, акционерный капитал, доходы и расходы. Далее в своде элиминируются все взаимные операции внутри группы, а именно:

- балансовая стоимость инвестиций головной компании в каждую дочернюю;
- межгрупповые сальдо и операции, в том числе продажи, расходы, дивиденды;
- полученные в результате межгрупповых операций внереализационные прибыли и убытки.

Таким образом, консолидация отчетности основывается на едином подходе к организации бухгалтерского учета и единых принципах учета на всех предприятиях холдинга. Составление консолидированных документов, сопряженное с элиминированием операций между предприятиями, входящими в группу, осуществляется в специальных формах внутригрупповой отчетности (трансформационных таблицах), которые позволяют не только агрегировать факты хозяйственной жизни в конечные бухгалтерские записи в целом по холдингу, но и элиминировать двойное отражение хозяйственных операций в бухгалтерском учете и представить факты хозяйственной жизни отдельно взятых предприятий группы как единого целого.

Нами разработаны трансформационные таблицы, необходимые для элиминирования и составления консолидированного баланса, в части:

- расчетов с дебиторами и кредиторами за товары, работы и услуги;
- расчетов по авансам, полученным (выданным);
- расчетов по займам;
- долгосрочных и краткосрочных финансовых вложений;
- уставного и резервного капитала;
- нераспределенной прибыли (непокрытого убытка);
- чистой прибыли (чистого убытка) текущего года;
- дивидендов, выплаченных участникам группы.

В конечном счете цель консолидированной отчетности состоит в том, чтобы ее пользователи получили адекватное представление о финансовом положении и деятельности группы предприятий и могли бы на этой основе принимать обоснованные управленческие решения. В случае, когда одни предприятия контролируют другие, вряд ли целесообразно анализировать отчетность каждой из дочерних структур по отдельности, поскольку с точки зрения управления группа компаний практически не отличается от крупной корпорации, имеющей разветвленную организационную структуру. Более логичным с точки зрения поддержки принятия решений является анализ всей группы целиком независимо от количества юридических лиц, входящих в состав группы, и их местоположения.

Литература:

1. Вахрушева Е. Составление консолидированного отчета о денежных потоках / Е. Вахрушева // Финансовая газета. – 2008. – № 14. – С. 12–13.

2. Исаев Д. Применение систем консолидации финансовой отчетности для выполнения требований корпоративного законодательства / Д. Исаев // Финансовая газета. – 2007. – № 43. – С. 14.

3. Козлова Т. В. Консолидированная бухгалтерская отчетность : методика составления / Т. В. Козлова // Бухгалтерский учет. – 1997. – № 3. – С. 58.

4. Международные стандарты учета и аудита : сборник с комментариями. Вып. 2. Международные стандарты учета / сост. М. М. Раппопорт ; Фирма Аудит-Трейдинг. – М., 1992.

5. Новодворский В. Д. Составление сводной бухгалтерской отчетности группами взаимосвязанных организаций / В. Д. Новодворский, Ю. В. Слепов // Бухгалтерский учет. – 2000. – № 17. – С. 21–24 ; № 18. – С. 20–30.

6. Помаз Е. А. Холдинговое управление: передача функций единоличного исполнительного органа управляющей компании / Е. А. Помаз // Финансовые и бухгалтерские консультации. – 2007. – № 2. – С. 19–21.

Заволочкина Лариса Юрьевна,
аспирант кафедры экономического анализа
и финансов Волгоградской государственной
сельскохозяйственной академии,
бухгалтер ООО «ХАТЦЕНБИХЛЕР»;
e-mail: L.u.zav@mail.ru

Принципы формирования финансовой (бухгалтерской) отчетности по Международным стандартам бухгалтерской отчетности и Российским стандартам бухгалтерского учета
Principles of formation of the financial (accounting) reporting under the International Accounting Standards and the Russian Accounting Standards

В статье раскрываются основные различия в принципах формирования бухгалтерской (финансовой) отчетности по международным стандартам финансовой отчетности и российским стандартам бухгалтерского учета.

The paper presents the basic distinctions in principles of formation of the accounting (financial) reporting under the International Accounting Standards and the Russian Accounting Standards.

Ключевые слова: финансовая (бухгалтерская) отчетность; основополагающие допущения; качественные характеристики информации.

Keywords: financial (accounting) reporting; basic assumptions; Qualitative characteristics of the information.

Обусловливаемая рынком объективная необходимость в достоверной, своевременной и сопоставимой информации заставляет все большее количество организаций во всем мире приходить к единым стандартам представления финансовой (бухгалтерской) отчетности. Успех российских компаний в привлечении инвестиций напрямую зависит от степени понимания иностранными и отечественными инвесторами сложившейся экономической среды российской экономики, экономических условий, в которых работают организации. Российские компании продолжают составлять финансовую отчетность в соответствии с российской системой бухгалтерского учета (РСБУ). Постепенно в дополнение к российской отчетности некоторые из них начинают готовить финансовую отчетность в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО).

В РСБУ бухгалтерская отчетность – это единая система данных об имущественном и финансовом положении организации и о результатах ее хозяйственной деятельности, составляемая на основе данных бухгалтерского учета по установленным формам[1].

[1] Бухгалтерская отчетность организации (ПБУ 4/99) : положение по бухгалтерскому учету : утверждено приказом Минфина России от 06 июля 1999 г. № 43н // СПС «КонсультантПлюс».

Согласно МСФО, финансовая отчетность представляет собой структурированное представление финансового положения и операций, осуществленных компанией. При формулировании цели составления финансовой отчетности МСФО, в отличие от РСБУ, делают акцент на удовлетворении информационных потребностей широкого круга пользователей для принятия экономических решений[1].

Существуют два основных способа подготовки отчетности по Международным стандартам:

– трансформация данных отчетности, т. е. перекладка российской финансовой отчетности в отчетность по Международным стандартам путем необходимых корректировок;

– параллельное ведение финансового учета по РСБУ и МСФО, заключается в отражении в учете по МСФО каждой хозяйственной операции.

Перечень действующих различий между требованиями МСФО и РСБУ при кажущихся похожих формулировках достаточно велик. Рассмотрим лишь принципы двух систем учета по МСФО и РСБУ, которые влекут за собой непреодолимые на сегодняшний день расхождения, как в составе, так и в показателях финансовой отчетности, составленной по Российским и Международным стандартам.

Принципы определяют концептуальные основы формирования отчетности, которые не заменяют нормативных актов, а устанавливают лишь общие требования и подходы к формированию информации, содержащейся в бухгалтерской отчетности. Принципы составления финансовой отчетности в соответствии с МСФО подразделяются на две группы:

1. Основополагающие допущения:

1.1. Метод начисления (accrual basis) означает, что хозяйственные операции отражаются в момент их совершения, а не по мере получения или выплаты денежных средств и их эквивалентов.

1.2. Непрерывность деятельности (going concern) предполагает, что предприятие продолжит свою деятельность в обозримом будущем. Поскольку у предприятия нет намерения ликвидироваться или существенно сокращать масштабы деятельности, то его активы будут отражаться по первоначальной стоимости без учета ликвидационных расходов. В противном случае финансовая отчетность должна составляться на другой основе, и эта основа должна быть раскрыта[2].

2. Качественные характеристики информации:

2.1. Понятность (understandability) информации означает, что она доступна для понимания пользователям, обладающим достаточными знаниями в области бухгалтерского учета.

2.2. Уместность или значимость (relevance) информации предполагает, что она будет влиять на экономические решения пользователей. Уместность информации определяется ее характером и существенностью.

2.3. Надежность или достоверность (reliability) информации имеет место в том случае, если она не содержит существенных ошибок и искажений и является беспристрастной. Достоверная информация должна удовлетворять следующим требованиям:

- правдивое представление (faithful representation) – информация должна правдиво раскрывать хозяйственные операции в финансовой отчетности;
- приоритет содержания над формой (substance over form) – информация должна принимать во внимание, прежде всего, экономическую сущность фактов хозяйственных операций, а не юридическую форму;
- нейтральность (neutrality), т. е. ненацеленность информации на интересы определенных групп пользователей;
- осмотрительность (prudence) – это очень важное требование, которое заключается в консервативной оценке активов и пассивов. Активы и доходы не должны быть переоценены, а обязательства и пассивы недооценены, т. е. активы отражаются по наименьшей из возможных оценок, а обязательства – по наибольшей. Иными словами, учитываются потенциальные убытки, а не потенциальные прибыли.

---

[1] IAS 1 «Представление финансовой отчетности» // СПС «КонсультантПлюс».

[2] Чая В. Т., Рожкова Е. В. Концептуальные отличия Международных стандартов финансовой отчетности от Российской системы бухгалтерского учета // Международный бухгалтерский учет. – 2009. – № 9.

2.4. Полнота (completeness) – в отчетности должны получить отражение все существенные с точки зрения пользователей отчетности факты хозяйственной деятельности за отчетный период.

2.5. Сопоставимость или сравнимость (comparability) информации должна обеспечивать сопоставимость данных финансовой отчетности как с предшествующими периодами, так и по отношению к другим компаниям.

Возможность обеспечения качества информации в МСФО ограничена рядом факторов:

- своевременность заключается в том, что руководству компании необходимо найти баланс между относительными выгодами своевременного представления отчетности и надежностью информации;
- баланс между выгодами и затратами, т. е. выгоды от использования информации, должен превышать затраты на ее формирование[1].

В России принципы бухгалтерского учета сформулированы в Федеральном законе от 21 ноября 1996 № 129-ФЗ «О бухгалтерском учете», в положениях по бухгалтерскому учету «Учетная политика предприятия» (ПБУ 1/2008) и «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99), а также в принятой Концепции бухгалтерского учета в рыночной экономике (далее – Концепция)[2].

Принципы составления бухгалтерской отчетности, провозглашенные в Концепции, во многом близки к принципам МСФО, что было предусмотрено Программой реформирования бухгалтерского учета в Российской Федерации. В отечественной Концепции, аналогично МСФО, выделяются две группы принципов составления отчетности[3]:

1. Основные допущения при организации бухгалтерского учета:

1.1) допущение непрерывности деятельности предприятия;

1.2) допущение временной определенности фактов хозяйственной деятельности – аналог метода начисления;

1.3) допущение имущественной обособленности, т. е. активы и обязательства организации существуют обособленно от активов и обязательств собственников этой организации;

1.4) допущение последовательности применения учетной политики (принятая организацией учетная политика применяется последовательно от одного года к другому).

2. Требования к информации, формируемой в бухгалтерском учете:

2.1) уместность информации с точки зрения заинтересованных пользователей, т. е. если ее наличие или отсутствие оказывает влияние на решения этих пользователей, помогая им оценить прошлые, настоящие или будущие события.

На уместность информации влияют ее содержание и существенность. Существенной признается информация, отсутствие или неточность которой могут повлиять на решения заинтересованных пользователей;

2.2) надежность информации, т. е. информация не содержит существенных ошибок и удовлетворяет следующим требованиям:

- правдивое представление, информация должна объективно отражать факты хозяйственной деятельности;
- требование приоритета содержания перед формой, т. е. отражение в бухгалтерском учете факторов хозяйственной деятельности исходя не столько из их правовой формы, сколько из экономического содержания фактов и условий хозяйствования;

---

[1] Чая В. Т., Чичерина Е. Н.Сравнительная оценка принципов РСБУ и МСФО // Международный бухгалтерский учет. – 2009. – № 5; IAS 1 «Представление финансовой отчетности» // СПС «КонсультантПлюс»; URL : http://www.gaap.ru.

[2] О бухгалтерском учете : Федеральный закон от 21 ноября 1996 г № 129-ФЗ. – Режим доступа : www. URL : http// www.rushydro.ru/file/main/global/investors/disclosure/issuing/Ap...; О формах бухгалтерской отчетности организаций : Приказ Минфина России от 22 июля 2003 г. № 67н // СПС «КонсультантПлюс».

[3] О бухгалтерском учете : Федеральный закон от 21 ноября 1996 г. № 129-ФЗ. – Режим доступа : www. URL : http// www.rushydro.ru/file/main/global/investors/disclosure/issuing/Ap...; Чая В. Т., Чичерина Е. Н. Сравнительная оценка принципов РСБУ и МСФО // Международный бухгалтерский учет. – 2009. – № 5; Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99) : положение по бухгалтерскому учету : утверждено приказом Минфина России от 06 июля 1999 г. № 43н // СПС «КонсультантПлюс».

- нейтральность, т. е. информация должна быть свободной от односторонности, кроме отчетов специального назначения;
- требование осмотрительности, предполагает большую готовность к признанию в бухгалтерском учете расходов и обязательств, чем возможных доходов и активов, не допуская создания скрытых резервов;
- требование полноты отражения в бухгалтерском учете всех факторов хозяйственной деятельности.

3. Сравнимость, т. е. по каждому числовому показателю финансовой отчетности, кроме отчета за первый год, должны быть приведены данные за два года, отчетный и предшествующий отчетному.

При составлении отчетности важно знать, что выполнение требований уместности и надежности информации ограничены рядом факторов:

- во-первых, требованием своевременности информации, так как чрезмерная просрочка в представлении информации заинтересованным пользователям может привести к потере ее уместности;
- во-вторых, польза, извлекаемая из формируемой в бухгалтерском учете информации, должна быть сопоставима с затратами на подготовку этой информации.

В результате последовательного применения основных допущений и требований к информации при составлении отчетности обеспечивается достоверное и объективное представление о финансовом положении организации и финансовых результатах ее деятельности. В соответствии с российскими стандартами бухгалтерского учета и регламентирующими нормативными актами бухгалтерская отчетность организации как единая система данных о финансовом положении организации составляется на основе данных бухгалтерского учета по установленным формам[1]:

- бухгалтерский баланс;
- отчет о прибылях и убытках;
- приложения к ним, предусмотренные нормативными актами;
- аудиторское заключение;
- пояснительная записка.

Таким образом, федеральным законодательством отчет об изменениях капитала и отчет о движениях денежных средств рассматриваются как часть приложений к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках.

В РСБУ бухгалтерская отчетность составляется за отчетный год. Отчетным годом считается период с 1 января по 31 декабря календарного года включительно. Иной отчетный период установлен для вновь созданных организаций. Отчетной датой считается последний календарный день отчетного периода.

Международные стандарты – это стандарты финансовой отчетности, в то время как в российской практике отчетность называется бухгалтерской. Состав финансовой отчетности по МСФО[2]:

- бухгалтерский баланс;
- отчет о прибылях и убытках;
- отчет о движении капитала;
- отчет о движении денежных средств;
- учетная политика и пояснительная записка.

Отчетным периодом для финансовой отчетности по МСФО признается календарный год, начало отчетного периода может быть определено с 1-го числа любого месяца года. Когда в исключительных обстоятельствах отчетная дата компании изменяется и годовая финансовая отчетность представляется за период продолжительнее или короче, чем один год, компания в дополнение к периоду, охваченному финансовой отчетностью, должна раскрыть:

---

[1] О бухгалтерском учете : Федеральный закон от 21 ноября 1996 г. № 129-ФЗ. – Режим доступа : www. URL : http// www.rushydro.ru/file/main/global/investors/disclosure/issuing/Ap...

[2] IAS 1 «Представление финансовой отчетности» // СПС «КонсультантПлюс».

а) причину выбора периода, отличающегося от одного года;

б) факт того, что сравнительные суммы для отчетов о прибылях и убытках, об изменениях капитала, о движении денежных средств и соответствующих примечаний не в полной мере сопоставимы.

В системе МСФО, в отличие от РСБУ, не существует определения формы бухгалтерской отчетности. В связи с этим отчеты, включаемые в полный комплект финансовой отчетности, могут формироваться исходя из предлагаемых в МСФО вариантов построения финансовой отчетности и разрабатываться организациями самостоятельно. Российские формы отчетности, даже с учетом продекларированного подхода к самостоятельной разработке организациями форм отчетности на основе образцов форм, приведенных в приложении к приказу Минфина России от 22 июля 2003 г. № 67н, зачастую не отличаются от рекомендуемых.

Кроме того, в отличие от российских стандартов, МСФО не фиксируют отчетную дату, а также предусматривают возможность выбора организацией отчетного периода, в том числе для промежуточной отчетности. Российские нормативные документы четко определяют периодичность составления как промежуточной, так и годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности, делая исключения лишь для вновь созданных организаций.

Исследование концептуальных основ составления финансовой отчетности в МСФО и российском законодательстве по бухгалтерскому учету, проведенное в данной статье, позволяет сделать вывод об определенной доле сходства в общих подходах к формированию показателей финансовой отчетности в российских и международных стандартах. Вместе с тем уже в концептуальных основах имеются существенные отличия, которые неизбежно приведут к различию в показателях отчетности, составленной по российским стандартам и по МСФО. Так, финансовая отчетность, подготовленная в соответствии с МСФО, готовится главным образом для действительных и потенциальных инвесторов и финансовых институтов. Российская практика сложилась таким образом, что в большинстве случаев отчетность составляется не в целях удовлетворения интересов широкого круга пользователей в информации, необходимой им для принятия экономических решений, а для формального исполнения требований законодательства в части порядка составления и представления отчетности. Финансовой отчетностью, составленной в соответствии с РСБУ, пользуются фискальные органы, органы государственного управления и статистики.

Сопоставительный анализ принципов составления бухгалтерской (финансовой) отчетности по отечественной концепции и МСФО показал, что на практике существуют значительные сложности с реализацией продекларированных принципов подготовки финансовой отчетности. Это главная проблема, которая пока остается нерешенной до настоящего времени. Например, одним из принципов, являющихся обязательными в МСФО, но не всегда применяемых в российской системе учета, является приоритет содержания над формой представления финансовой информации. В соответствии с МСФО содержание операций или других событий не всегда соответствует тому, каким оно представляется на основании их юридической или отраженной в учете формы. В соответствии с Российской системой учета операции чаще всего учитываются строго в соответствии с их юридической формой, а не отражают экономическую сущность операции.

Например, отсутствие надлежащей документации для списания основных средств в российской системе учета не дает оснований для их списания, несмотря на то, что руководству известно, что такие объекты более не существуют по указанной балансовой стоимости.

Также не всегда выполняется норма ПБУ 4/99 п. 10 (принцип сопоставимости), так как в балансах большинства организаций содержатся показатели только по датам отчетного периода (января и 31 декабря), но отсутствуют сравнительные данные хотя бы за один предшествующий период.

В числе задач реформирования следует отметить необходимость окончательного разделения бухгалтерского учета на финансовый, управленческий и налоговый, как это принято в международной практике. При этом финансовый учет будет ориентирован на внешних пользователей (собственников, инвесторов, кредиторов, дебиторов и т. д.), управленческий учет будет использоваться для систематизации затрат, принятия управленческих решений и планирования, а налоговый учет применяться для исчисления налогов.

Литература:

1. О бухгалтерском учете : Федеральный закон от 21 ноября 1996 г. № 129-ФЗ. – Режим доступа : www. URL : http// www.rushydro.ru/file/main/global/investors/disclosure/issuing/Ap...
2. О формах бухгалтерской отчетности организаций : Приказ Минфина России от 22 июля 2003 г. № 67н // СПС «КонсультантПлюс».
3. Сухарева О. А. Расхождения РПБУ и МСФО : мифы и реальность / О. А. Сухарева // Международный бухгалтерский учет. – 2099. – № 14. – С. 13.
4. Чая В. Т. Сравнительная оценка принципов РСБУ и МСФО / В. Т. Чая, Е. Н.Чичерина // Международный бухгалтерский учет. – 2009. – № 5.
5. Чая В. Т. Концептуальные отличия Международных стандартов финансовой отчетности от Российской системы бухгалтерского учета / В. Т. Чая, Е. В. Рожкова // Международный бухгалтерский учет. – 2009. – № 9.
6. Бухгалтерская отчетность организации (ПБУ 4/99) : положение по бухгалтерскому учету : утверждено приказом Минфина России от 06 июля 1999 г. № 43н // СПС «КонсультантПлюс».
7. IAS 1 «Представление финансовой отчетности» // СПС «КонсультантПлюс».
8. Режим доступа : www. URL : http://www.gaap.ru.
9. Режим доступа : www. URL : http://www.klerk.ru.

Воронин Владимир Михайлович,
к. э. н., генеральный директор ЗАО «Гелио-Пакс»,
e-mail: meon_nauka@mail.ru

Взаимоотношения участников агрохолдинга как объект финансового управления
The cooperation of agricultural holding company's members as the object of financial administration

В статье рассмотрены взаимоотношения предприятий в холдинге. Отмечена специфика финансового механизма агрохолдинга, заключающаяся в возможности головной компании перераспределять ресурсы, менять направление финансовых потоков.

The author of the article presents the co-operation of enterprises that are included in holding company, and the order of bankroll administration. It is also marked that the specificity of financial mechanism of agricultural holding company that gives the opportunity of the head company to redistribute resources and to change the direction of financial flows.

Ключевые слова: агрохолдинг; финансовые взаимоотношения; финансовый механизм; консолидированные ресурсы.

Key words: agricultural holding company; financial cooperation; financial mechanism; consolidated resources.

Эффективное финансовое управление интегрированным агроформированием невозможно без четкого определения финансовой структуры агрохолдинга, необходимой для осуществления единой научно-технической и инвестиционной политики и для координации производственно-хозяйственной деятельности. Особенностью финансовых взаимоотношений в группе предприятий является то, что происходит оптимальное сочетание интересов группы в целом и интересов отдельного субъекта, входящего в группу.

Члены формирования агрохолдингового типа строят свои взаимоотношения, с одной стороны, как продавцы и покупатели, и тогда экономические отношения между ними, как отношения взаимодействия, должны основываться на возмездной эквивалентности, обеспечивающей баланс интересов предприятий-участников. С другой стороны, каждый субъект выполняет определенные функции технологически связанного процесса в рамках единой организации, и тогда экономические отношения должны обеспечивать расширенное воспроизводство всем звеньям организационно-технологического комплекса, которые могут строиться и не на эквивалент-

ности взаимодействия, а, например, на принципах усиления «слабого звена» или стратегической приоритетности.

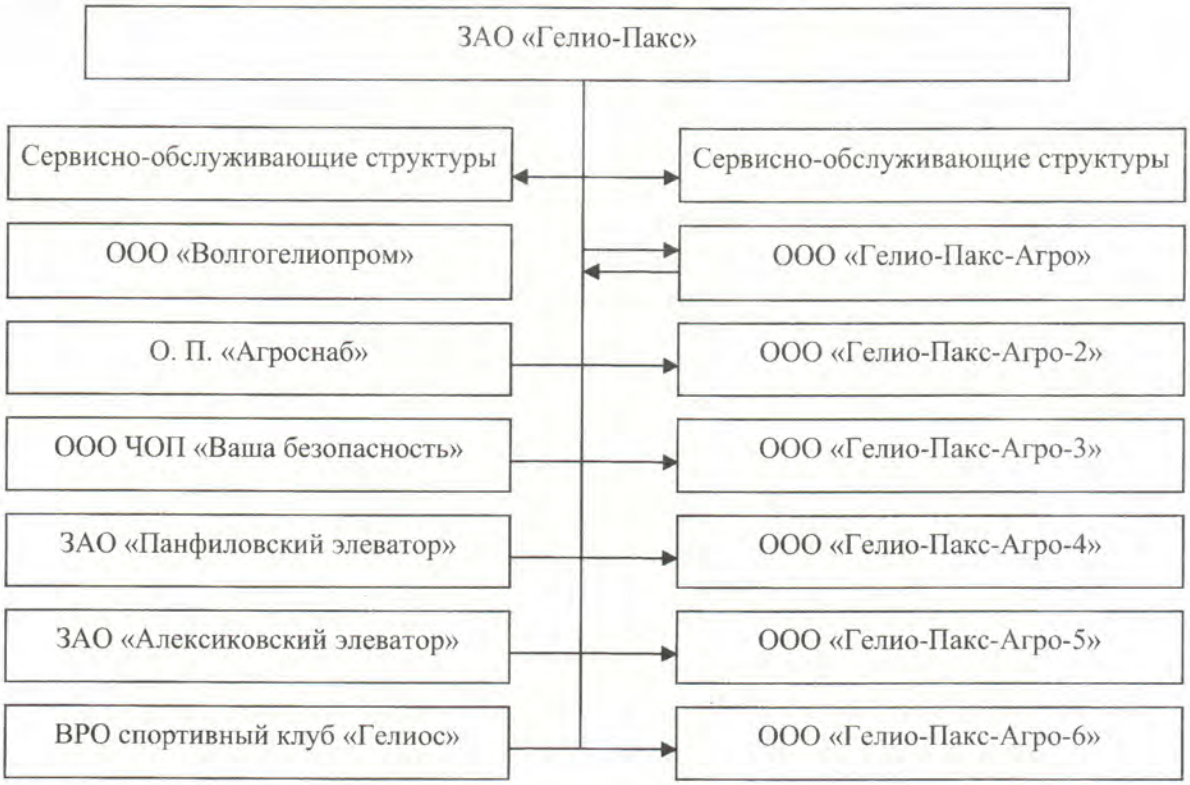


Рис. 1. Организационно-производственная структура интегрированного формирования холдингового типа ЗАО «Гелио-Пакс»

При этом не исключается использование внутренних компенсаций повышенных затрат, убытков или недополученных доходов, вызванных объективными причинами через механизм внутренних трансфертов. Организационно-производственная структура интегрированного формирования холдингового типа ЗАО «Гелио-Пакс» представлена на рисунке 1, в ее состав входят 12 юридических лиц. Взаимоотношения финансового характера регламентируются в холдинге внутренними регламентными документами.

Хотелось бы отметить, что финансовые взаимоотношения агрохолдингов имеют специфические особенности, в первую очередь это взаимоотношения внутри предприятий группы, во-вторых, это взаимоотношения каждого предприятия группы с внешними контрагентами отдельно, как самостоятельное юридическое лицо и как группа в целом.

Однако материнская компания контролирует все финансовые и товарные потоки, концентрирует все реальные рычаги управления, имеет стопроцентный или блокирующий пакет акций субъектов-участников. Такое формирование по сути является единым объектом собственности, а входящие в него участники структурными подразделениями, осуществляющими свою хозяйственную и экономическую деятельность на основе внутреннего взаимодействия.

В сформированной интегрированной структуре (рис. 1) в едином комплексе осуществляются воспроизводство, накопление, концентрация и обращение финансового, производственного и товарного капиталов, их инвестирование. Цель интегрированного объединения – повышение эффективности производства через интенсификацию, насыщение сельскохозяйственного производства высокотехнологичным оборудованием, высокоэффективной, многофункциональной современной сельскохозяйственной техникой, позволяющей увеличить производительность труда, улучшить качество обработки, повысить урожайность с.-х. культур, снизить затраты на 1 га обрабатываемой площади. Таким образом, агрохолдинги мы рассматриваем как ориентир движения к формированию финансово самодостаточных систем с внутренним самоуправлением и распределением финансовых ресурсов.

Эффективная и слаженная работа агрохолдингов в немалой степени определяется внутренним построением системы, четким взаимодействием входящих в нее структур. Финансовый механизм агрохолдинговых структур способен обеспечить даже в условиях затянувшегося кризиса аграрной сферы стратегический курс развития аграропродовольственного сектора экономики, интеграционный рост и создание крупнотоварных предприятий. Интеграция позволяет увеличить активы, расширить масштабы инновационной деятельности, повысить технологический уровень производства, оптимизировать налогооблагаемую базу, добиться налоговых, кредитных и других льгот.

Для сбалансированного развития входящих в холдинг предприятий в первую очередь необходимо пересмотреть порядок управления движением финансовых ресурсов в группе. Организацию учета и учетную политику, планирование и бюджетирование, контроль и анализ производственно-хозяйственной деятельности, формирование и распределение прибыли, централизацию и оптимизацию денежных потоков, финансовую политику необходимо закрепить за единым центром, которым выступает в нашей группе предприятий финансово-экономический департамент, созданный на базе материнской компании (рис. 2).

Все финансовые ресурсы холдинга, как собственные, так и привлекаемые, поступают в распоряжение материнской компании и перераспределяются в рамках группы, в зависимости от потребности каждого участника. Потребность в финансовых ресурсах планируется, утверждается и обеспечивается через заявки, поступающие в единый финансово-расчетный центр от предприятий холдинга, в плановом порядке.

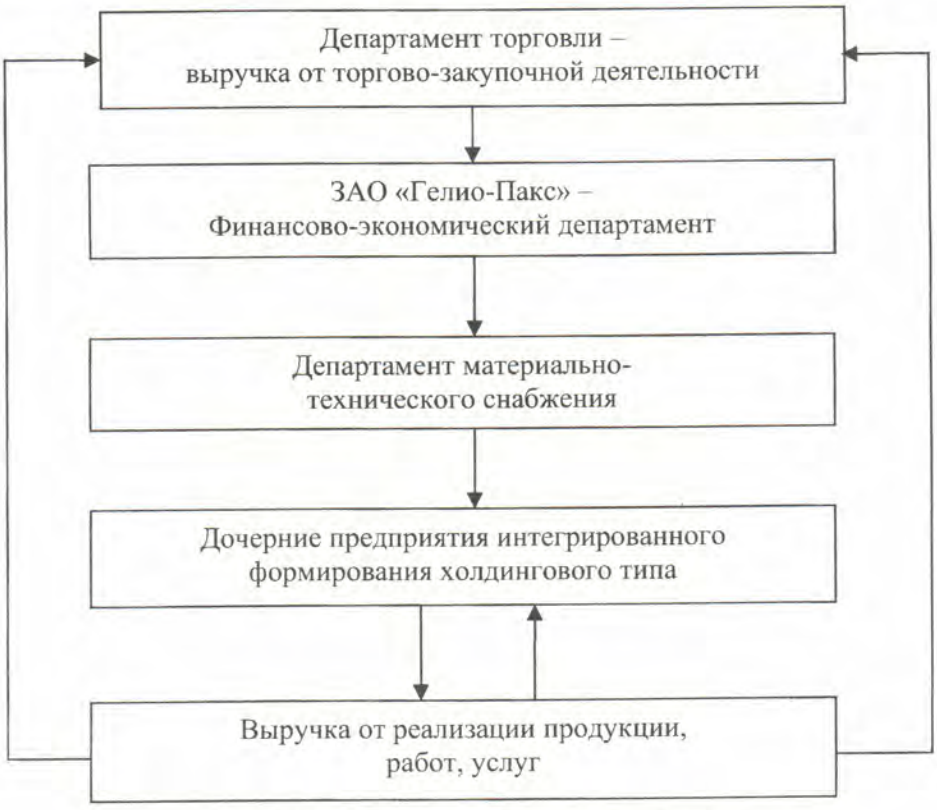


Рис. 2. Схема движения финансовых потоков

Достоинством финансового механизма агрохолдинга является возможность головной компании перераспределять ресурсы, менять направление финансовых потоков, осуществлять инвестиционные проекты в своей группе преимущественно за счет собственных источников финансирования. При их недостатке холдинг привлекает финансовые ресурсы со стороны, так как является кредитоспособным и финансово устойчивым.

Таким образом, цель внутреннего финансового взаимодействия сводится к усилению ориентации личных (индивидуальных) и групповых (коллективных) интересов на общий, интегральный, а механизм его реализации обеспечивает регулирование экономических

отношений, позволяющих повысить эффективность конечных результатов интегрированной системы. В этой связи деятельность входящих в состав агрохолдинга субъектов – подразделений оценивается как деятельность отдельных звеньев целостного технологического процесса в границах единого экономического пространства, обеспечивающая реализацию поставленной цели, а расширение юридических границ внутри холдинга и формирование на его базе единой бизнес-единицы лишь усиливает их реализующую способность за счет маневренности ресурсов, и в первую очередь финансовых.

Финансовый механизм агрохолдингов особо востребован в современных условиях развития сельского хозяйства, когда необходимы оперативная мобилизация финансовых ресурсов, их эффективное перераспределение в ключевые сферы производства. С точки зрения теории финансов объединение предприятий, создание центров ответственности, централизация финансовых ресурсов позволяют за счет особых схем взаимоотношений и привлечения дополнительных средств обеспечить эффект финансового рычага и оптимизировать структуру капитала.

Финансовые отношения внутри группы регулируются, в первую очередь, нормами действующего законодательства, а также внутренними правилами и положениями, к которым мы относим финансовую политику холдинга, которая призвана обеспечить финансовыми ресурсами производственно-хозяйственную деятельность холдинга, высокий уровень платежеспособности, ликвидности и кредитоспособности, должна сглаживать неравнозначные условия производства для предприятий холдинга, т. е. предусматривать возможности перераспределения консолидированных финансовых ресурсов холдинга на наиболее значимых участках. Проводником финансовой политики выступает финансово-экономический департамент (ФЭД), призванный оптимизировать ресурсный поток и обеспечить реализацию основных функций:

- инвестиционно-распределительную, направленную на распределение по предприятиям финансовых ресурсов холдинга в целях наиболее эффективного их использования;
- функцию капитализации, выражающуюся в обеспечении интересов собственников в увеличении прибыли, капитала, стоимости бизнеса;
- контрольную функцию финансов, реализуемую собственниками и управляющими предприятия через интеграцию с другими функциями управления.

Таким образом основными принципами формирования финансового механизма агрохолдинга в условиях ресурсно-воспроизводственного кризиса являются:

- обеспечение высокого уровня развития инвестиционного потенциала в интересах социально-экономической стабилизации каждого участника агрохолдинга в целом;
- повышение конкурентоспособности продукции и инвестиционной конкурентоспособности;
- поиск и мобилизация внутренних инвестиционных резервов, способных обеспечить устойчивость, безопасность и жизнеспособность экономики агрохолдинга;
- создание оптимальных организационно-экономических условий для эффективного использования инвестиционного потенциала участников.

Финансовый контроль является важнейшим элементом обратной связи в финансовом управлении и определения эффективности финансового механизма. Целью финансового контроля взаимодействия участников агрохолдингов является максимизация чистого денежного потока, стоимости капитала и благосостояния собственников, достигаемая за счет синергетического эффекта интеграции, снижения трансформационных и трансакционных затрат, рационализации внутреннего товарно-денежного оборота, управления свободным остатком денежных средств.

Литература:

1. Адамов Н. Финансовая стратегия группы компаний / Н. Адамов, Т. Козенкова // Финансовая газета. – 2008. – № 18. – С. 16.

2. Горбунов А. Р. Дочерние компании, филиалы, холдинги. Организационные структуры. Консолидированный баланс. Налоговое планирование / А. Р. Горбунов. – М. : АНКИЛ. – 1997. – 150 с.

3. Злобин Е. Организация финансово-расчетных центров в ОАО «Орловский агрокомбинат». / Е. Злобин // АПК: экономика, управление. – 2004. – № 1. – С. 16–25.

4. Исаев Д. Применение систем консолидации финансовой отчетности для выполнения требований корпоративного законодательства / Д. Исаев // Финансовая газета. – 2007. – № 43. – С. 14.

5. Перекрестова Л. В. Консолидированный учет и финансовый контроль взаимодействия участников агрохолдинга : монография / Л. В. Перекрестова, Д. О. Татаркина ; под. ред. Л. В. Перекрестовой. – Волгоград : НИВА, 2009. – 185 с.

6. Помаз Е. А. Холдинговое управление: передача функций единоличного исполнительного органа управляющей компании / Е. А. Помаз // Финансовые и бухгалтерские консультации. – 2007. – № 2. – С. 19–21.

7. Экономические отношения агропредприятий в условиях интеграции: отраслевой аспект : монография / Г. А. Татаркина [и др.] ; под. ред. Р. С. Шепитько. – Волгоград : Волгоградское научное издательство. – 2007. – 155 с.

ПОЛОЖЕНИЕ

О порядке и условиях публикации в научном журнале «Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса»

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Журнал «Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса» зарегистрирован в качестве средства массовой информации в Федеральной службе по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций (свидетельство ПИ № ФС77-33692 от 3 октября 2008 г.).

1.2. Учредителем журнала «Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса» является НОУ ВПО «Волгоградский институт бизнеса».

1.3. Журнал «Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса» публикует статьи научно-теоретического и прикладного характера. Свое название журнал получил исходя из профиля исследуемой в нем проблематики и, прежде всего, вопросов развития среднего и малого бизнеса в малых городах и сельских районах регионов России. В связи с этим анализ подходов к данной проблематике с различных сторон – экономической, правовой, организационной, управленческой – и сформировал три базовых направления исследования данной темы, которые были закреплены в названии Вестника.

1.4. Тематика журнала «Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса» охватывает проблемы экономики и развития предприятий, отраслей, комплексов, управления инновациями и инвестиционной деятельностью, региональной экономики, экономических аспектов народонаселения и демографии, тенденций и закономерностей экономики труда, территориальных особенностей развития предпринимательства, экономики и управления качеством, современного состояния экономической безопасности России и ее регионов, экономической оценки и управления природными ресурсами, макроэкономики, теории и методологии управления экономическими системами и др.

1.5. К публикации в журнале «Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса» принимаются статьи академиков РАН И РАЕН, докторов и кандидатов наук, докторантов и аспирантов, соискателей ученых степеней докторов и кандидатов наук и ученых званий профессоров и доцентов, студентов, российских и иностранных граждан, занимающихся научно-исследовательской деятельностью.

II. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕЦЕНЗИРОВАНИЮ РУКОПИСЕЙ СТАТЕЙ

2.1. Статьи научно-теоретического характера, поступившие в редакцию журнала «Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса» (далее – в редакцию), подлежат обязательному рецензированию лицами, имеющими ученую степень. Рецензентами статей кандидатов наук, докторантов и соискателей ученых степеней докторов наук могут быть, как правило, только доктора наук.

2.2. Подпись на рецензии должна быть заверена по месту работы или нотариально.

2.3. Рецензирование организуется редколлегией.

2.4. Рецензии оформляются в соответствии с Положением «О порядке рецензирования авторских оригиналов статей (материалов), представляемых к публикации в редакцию научного журнала «Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса». Общие требования к содержанию рецензии публикуются на Интернет сайте (vestnik.volbi.ru)

III. ПРАВИЛА ПРЕДСТАВЛЕНИЯ РУКОПИСЕЙ СТАТЕЙ

3.1. Рукописи статей представляются непосредственно в редакцию по адресу: Волгоград, ул. Южно-Украинская, кабинет 604, либо отправляются по адресу электронной почты: meon_nauka@mail.ru. Телефон для справок: тел: (8442) 54-46-23.

3.2. Рукописи статей, представляемые непосредственно в редакцию, принимаются в распечатанном и в электронном виде.

3.3. Авторы, являющиеся аспирантами, как правило, представляют документ, подтверждающий их статус. При отправке статьи по электронной почте указанный документ предоставляется в отсканированном виде.

IV. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РУКОПИСЕЙ СТАТЕЙ

4.1. Для издания принимаются только ранее не опубликованные авторские материалы – научные (практические) статьи, обзоры (обзорные статьи), рецензии, соответствующие тематике журнала «Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса».

4.2. Основные требования к содержанию авторских материалов (научная статья, обзор, рецензия на монографию, учебник, рецензия на научную статью).

Научная (практическая) статья. Статья должна быть структурирована, во вводной части должны быть обоснованы актуальность и целесообразность разработки темы (научной проблемы или задачи). В основной части статьи необходимо раскрыть технологии исследования проблемы, полученные результаты (при возможности с оценкой их достоверности). В заключительной части желательно подвести итог, сформулировать выводы, рекомендации, указать возможные направления дальнейших исследований.

Обзор (обзорная статья). В обзоре должны быть проанализированы, сопоставлены и выявлены наиболее важные и перспективные направления развития науки (практики), ее отдельных видов деятельности, явлений, событий и пр. Материал должен носить проблемный характер, демонстрировать противоречивые взгляды на развитие научных (практических) знаний, содержать выводы, обобщения, сводные данные.

Рецензия на монографию, учебник – анализ, критический разбор, оценка научного произведения (кроме диссертационных исследований) в жанре газетно-журнальной публицистики. Заглавие рецензии допускается заменять библиографическим описанием рецензируемого произведения. Библиографическое описание оформляется согласно ГОСТ 7.1–2003 Порядок библиографического описания рецензии по ГОСТ 7.1-2003.

Рецензия на научную статью – отзыв на научную работу перед ее публикацией. Рецензия, которая направляется в журнал, должна раскрывать актуальность, значимость, научно-теоретическую, методологическую и практическую ценность статьи, содержать оценку, характеристику работы, выводы.

4.3. После заключения редколлегии о том, что статья соответствует профилю журнала, статья может быть направлена на рецензирование или принята к печати по результатам заключения рецензии, сопровождающей статью автора (образец рецензии – приложение 1).

4.4. Требования к авторскому оригиналу (образец оформления статьи – приложение 2).

4.5. В редакцию следует направлять компьютерный *авторский оригинал* **на русском языке.**

Файл должен содержать построчно:

- фамилию, имя, отчество (полностью);
- ученую степень, ученое звание, иные почетные звания (если есть);
- аспирант (соискатель) с указанием кафедры и учебного заведения;
- должность и место работы, город;
- контактный e-mail;
- название статьи (на русском языке и английском языке) (Шрифт TNR 12), выравнивание по центру;

- аннотацию на русском и английском языках (Шрифт TNR 10, начертание - курсив), выравнивание по ширине;
- ключевые слова, используемые в статье (до 12 слов) на русском и английском языке (Шрифт TNR 10, начертание - курсив), выравнивание по ширине.

ОФОРМЛЕНИЕ:

- Объем статьи – до 40000 символов (1 п.л.), включая пробелы.
- Формат страницы – А4, книжная ориентация.
- Шрифт TNR, 12, интервал одинарный, шрифт черный.
- Отступ 1,25 мм.
- Поля со всех сторон – 20 мм.

Список использованной литературы: под заголовком «Литература» (начертание – жирный), Times New Roman, 12.

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 – TNR 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 и бумажного варианта.

Список литературы. Библиографический аппарат статьи должен быть представлен библиографическими ссылками, оформленными согласно ГОСТу 7.0.5-2008, и библиографическими списками **в конце материала** ***(раздел «Список литературы»).*** При оформлении библиографического списка к научной статье необходимо соблюдать основные правила описания документов, закрепленные ГОСТом 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:

Двуянинова Г. С. Комплимент: Коммуникативный статус или стратегия в дискурсе / Г. С. Двуянинова // 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.

4.6. Редакция журнала рекомендует при подготовке публикации авторам использовать материалы публикаций предыдущих номеров.

4.7. При последующей публикации материалов в других изданиях автор обязан сделать ссылку на первичную публикацию.

4.8. В конце статьи автор представляет основные сведения о себе: фамилию, имя, отчество полностью, должность и место работы, ученое звание и ученую степень, контактную информацию для связи редакции с автором: адрес фактического проживания с почтовым индексом, номер телефона, факса, адрес электронной почты.

V. УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ СТАТЕЙ

5.1. Статьи в журнале публикуются в порядке очередности, рекомендованной редколлегией.

5.2. Услуги по рецензированию, переводу на английский язык названия статьи, аннотации и ключевых слов, научному, литературному и техническому редактированию, а также по набору статьи с требованиями издателя являются платными. Смета на рецензирование утверждается ректором НОУ ВПО ВИБ.

5.3. Палата за публикацию статей с аспирантов не взимается.

5.4. Автор, не представивший предварительно рецензию на статью, оплачивает рецензирование статьи.

5.5. Решение о публикации статьи или об отказе принимает редакционная коллегия с учетом поступивших рецензий. Редакционная коллегия может принять решение о принятии статьи к публикации после доработки автором. О принятом решении извещается автор. Доработанная автором статья может подлежать повторному рецензированию и редактированию.

5.6. После принятия положительного решения о публикации оформляется счет оплачиваемых услуг для автора с указанием точной суммы и банковских реквизитов. Расчет стоимости производится в соответствии с решением ректората НОУ ВПО ВИБ: по смете очередного выпуска журнала.

5.7. Журнал распространяется по подписке и индивидуальным заказам. Смета на стоимость журнала утверждается ректором НОУ ВПО ВИБ.

5.8. Авторский экземпляр публикации автор получает по электронной почте или на бумажном носителе, по требованию. Журнал с публикацией автор получает по подписке или индивидуальному заказу.

5.9. Дополнительные экземпляры автор может приобрести, заключив договор на выполнение индивидуального заказа.

5.10. При обращении автора с вопросом о срочной внеочередной публикации, данный вопрос решается редколлегией.

Приложение 1

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

Приложение 2

Образец оформления статьи

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.

Оформление пристатейных ссылок

Монографии, авторефераты, диссертации:
Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь /
Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 5-е изд., перераб. и доп. –
М.: ИНФРА-М, 2006. – 494 с.

Статьи из журналов и сборников:
Адорно Т. В. К логике социальных наук //
Вопр. философии. – 1992. – № 10. – С. 76–86.

Интернет-документы:
Рынок тренингов Новосибирска: своя игра [Электронный ресурс]. –
Режим доступа : www/ URL : http://nsk.adme.ru/news/2006/07/03/2121.html (дата обращения 08.08.10).