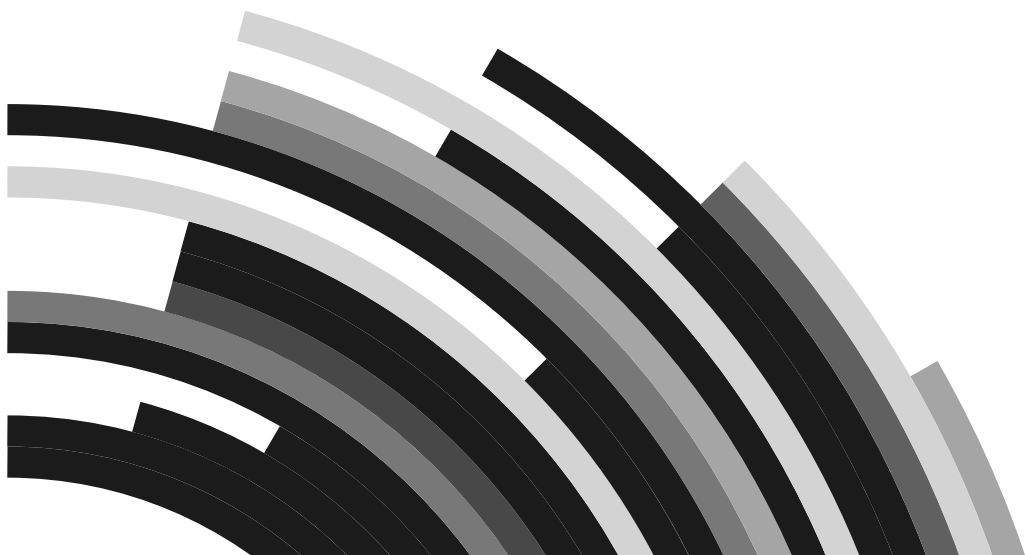




Н а у ч н ы й ж у р н а л

ЭКОНОМИКА И ПОЛИТИКА

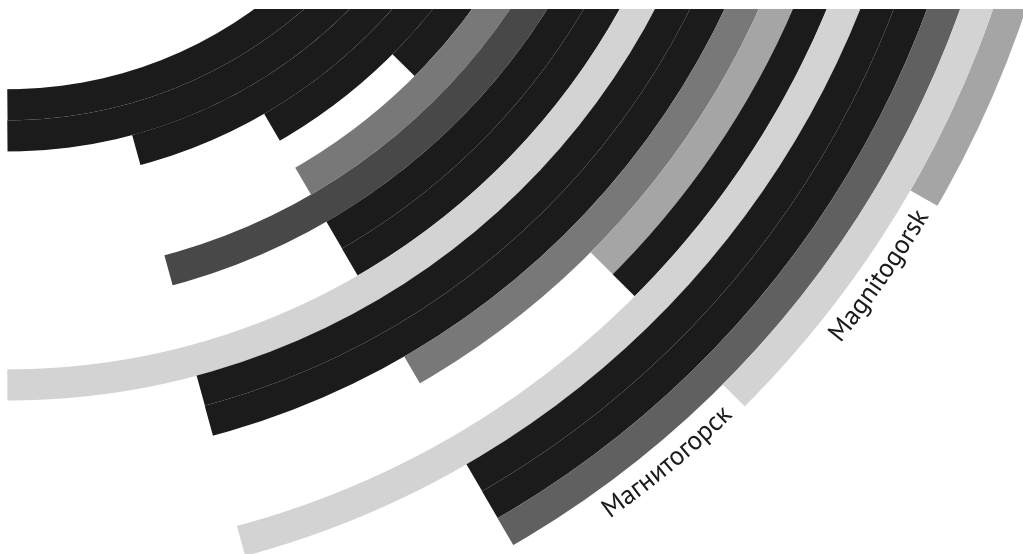
— №2(3) / 2014 —

ISSN 2310-4570



Economics and politics

S c i e n t i f i c j o u r n a l



Магнитогорск
Magnitogorsk

Научный журнал
Экономика и политика
№2 (3) 2014
ISSN 2310-4570

Журнал включен в базы данных Российского индекса научного цитирования (РИНЦ).

Редакционный совет

Председатель редсовета:

Н.Р. Балынская, д.полит.н., проф., директор института экономики и управления ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова», член-корр. РАЕН.

Члены редсовета:

Е.М. Абайдельдинов – д.ю.н., проф. Евразийского национального университета им. Л.Н.Гумилева (ЕНУ им. Л.Н.Гумилева), зав. каф. международного права юридического факультета (Казахстан);

С.Н. Большаков – д.э.н., д.полит.н., декан факультета прикладных коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета, зав. каф. менеджмента массовых коммуникаций (Россия);

З.А. Жаде – д.полит.н., проф. Адыгейского государственного университета, зав. каф. теории государства и права и политологии (Россия);

В.М. Капицын – д.полит.н., проф. Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова (Россия);

Х. Ковальска-Стус – д.филос.н., проф., зав. кафедрой византийско-православной культуры в Институте России и Восточной Европы Ягеллонского университета (Польша);

И.Д. Тургель – д.э.н., проф. Уральского института – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы (Россия);

А.А. Цыганов – д.э.н., проф. Финансового университета при Правительстве РФ, зав. каф. ипотечного жилищного кредитования и страхования (Россия);

Р.Т. Юлдашев – д.э.н., проф. МГИМО(У) МИД РФ, зав. каф. управления рисками и страхования (Россия).

Главный редактор: Н.Р. Балынская.

Технические редакторы: Рахимова Л.М., Канаева Е.И., ассистент Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова, Ивкина Т.В.

Адрес редакции:
455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Ленина, 24.
Тел.: (3519)22-19-94.
Факс: (3519)29-84-02.
E-mail: decan_balynskaya@mail.ru

Scientific journal
Economics and politics
№2 (3) 2014
ISSN 2310-4570

The journal is included in the database of the Russian Science Citation Index (RSCI).

The Editorial Board

Chairman of the Editorial Board:

N. R. Balynskaya - D.Sc. (Political), professor, Director of Economics and Management Institute of «Nosov Magnitogorsk State Technical University», Corresponding Member of the Russian Academy of Natural Sciences

Editorial Board members:

E.M. Abayeldinov - Doctor of Law, professor, L.N. Gumilyov Eurasian National University. (L.N. Gumilyov ENU), Head of the department of International Law (Kazakhstan);

S.N. Bolshakov - D.Sc. (Economics), D.Sc. (Political), Dean of the Faculty of Applied Communication Studies, St. Petersburg State University (SPbGU), Head of Mass Communications Management department (Russia);

Z.A. Jade – D.Sc. (Political), professor, Adyghe state University (Russia);

V.M. Kapitsyn - D.Sc. (Political), professor, LMSU (Russia);

H. Kowalska-Stus The Head of the sub department of Byzantine – D.Sc. (Philosophy), professor, Orthodox culture in Russian and Eastern Europe Institute Of Jagiellonian University (Poland);

I.D. Turgel - D.Sc. (Economics), professor, Ural Institute - a branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration (Russia);

A.A. Tsyganov - D.Sc. (Economics), professor, Financial University under the Government of the Russian Federation, Head of Residential Mortgage Loans and Insurance department (Russia);

R.T. Yuldashev - D.Sc. (Economics), professor, MGIMO (University) of the Minister of Foreign Affairs of the Russian Federation, Head of Risk Management and Insurance department (Russia).

Editor in Chief: N. R. Balynskaya

Technical Editors: L.M. Rakhimova, E.I. Kanaeva, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical University. T.V. Ivkina.

Editorial Office Address:
24, Lenin Prospect, Magnitogorsk, 455000, RUSSIA
Phone number: (3519) 22-19-94
Fax: (3519)29-84-02
E-mail: decan_balynskaya@mail.ru

Балынская Н.Р. ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЛИДЕРСТВА В ОБЛАСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ.....6	Balynskaya N.R. THE MAIN APPROACHES TO THE DEFINITION OF LEADERSHIP IN THE FIELD OF STATE AND MUNICIPAL GOVERNMENT6
Барабина И.А. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СЕРЕДИНЕ 1950-Х-НАЧАЛЕ 1960-Х ГГ.....10	Barabina I.A. STATE POLICY IN THE SPHERE OF SCHOOL EDUCATION IN THE MID 1950S AND EARLY 1960 S.10
Барышникова А.А., Кононов В.Н. ПРОБЛЕМЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В РОССИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ14	Baryshnikova A.A., Kononov V.N. PROBLEMS OF THE ORIGIN AND EVOLUTION OF CORPORATE MANAGEMENT IN RUSSIA: THEORETICAL ANALYSIS14
Безверхая В.В., ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ БАНКОВ20	Bezverhaya V.V. THE MAIN DIRECTIONS TO IMPROVE OF BANKING TAXATION20
Большакова Ю.М., Михальченкова Н.А. ЖИЗНЕННАЯ СИТУАЦИЯ КАК ФОКУС СЕРВИСНОЙ МОДЕЛИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ23	Bolshakova Yu.M., Mikhalchenkova N.A. LIFE SITUATION AS THE FOCUS OF THE SERVICE MODEL OF PUBLIC AND MUNICIPAL SERVICES23
Витик С.В. РОЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ В РАЗВИТИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА28	Vitik S.V. THE ROLE OF THE ENTERPRISE IN THE DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL28
Вотчель Л.М., Викулина В.В. СИСТЕМНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. ПРЕДМЕТНЫЙ АСПЕКТ32	Votchel L.M. Vikulina V.V., SYSTEM DESCRIPTION OF BUSINESS. SUBJECT ASPECT32
Гнедина Т.И. К ВОПРОСУ ОБ ИСТОРИИ РАЗВИТИЯ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ..38	Gnedina T.I. THE ROLE OF THE ENTERPRISE IN THE DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL38
Горохова О.В. МОДЕРНИЗАЦИЯ РЕГИОНА КАК ИНСТРУМЕНТ ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА41	Gorokhova O.V. MODERNIZATION OF THE REGION AS AN INSTRUMENT OF ITS ECONOMIC GROWTH41
Грызенкова Ю.В. ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ СТРАХОВАНИЯ НА СЛУЧАЙ ПРИРОДНЫХ И ТЕХНОГЕННЫХ КАТАСТРОФ В РОССИИ43	Gryzenkova Yu.V. PROBLEMS OF INSURANCE OF NATURAL AND MAN-MADE DISASTERS IN RUSSIA43

Долгополов О.В. ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АВТОНОМНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ46	Dolgopolov O.V. FEATURES OF ACCOUNTING OF BUSINESS ACTIVITIES IN THE AUTONOMOUS INSTITUTIONS46
Зайцева Е.М. ТЕМА ПАТРИОТИЗМА В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ МОНОГОРОДА (НА ПРИМЕРЕ Г. МАГНИТОГОРСКА)53	Zaitseva Ye.M. THE THEME OF PATRIOTISM IN THE INFORMATION SPACE OF MONOCITY (AS AN EXAMPLE, THE CITY OF MAGNITOGORSK)53
Замбржицкая Е.С., Калинина Т.В., Щепотьева Е.Ю. ПОНЯТИЯ «ЗАТРАТЫ», «РАСХОДЫ», «ИЗДЕРЖКИ»: СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ58	Zambrzyckaya Ye.S., Kalinina T.V., Shapotyeva Ye. Yu. THE CONCEPTS OF "COSTS", "OUTLAYS", "EXPENSES": SIMILARITIES AND DIFFERENCES...58
Замбржицкая Е.С., Ананьева О.И., Мулюков Х.Р. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РОССИЙСКИХ И МЕЖДУНАРОДНЫХ НОРМАТИВНЫХ АКТОВ В ЧАСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ВОПРОСОВ ДОСТОВЕРНОСТИ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ64	Zambrzhitskaya Ye.S. Ananyeva O.I., Mulyukov H.R., COMPARATIVE ANALYSIS OF RUSSIAN AND INTERNATIONAL REGULATION ACTS, IN PART OF RELIABILITY OF THE ACCOUNTING (FINANCIAL) STATEMENTS64
Замбржицкая Е.С., Маковчук И.В. НАЛОГОВЫЙ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АСПЕКТ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В РАМКАХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ХОЛДИНГОВЫХ СТРУКТУР69	Zambrzhitskaya Ye.S., Makovchuk I.V. TAX AND ADMINISTRATIVE ASPECTS OF TRANSFER PRICING, IN INDUSTRIAL HOLDING COMPANIES69
Иванова Л.А., Рахимова Л.М. СТРАХОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ РИСКОВ ..75	Ivanova L.A., Rakhimova L.M. INSURANCE OF ENVIRONMENTAL RISKS75
Ивкина Т.В. КУПЕЧЕСТВО СЕВЕРНОГО УРАЛА: МАКСИМ МИХАЙЛОВИЧ ПОХОДЯШИН (1708-1781) ...79	Ivkina T.V. THE MERCHANTS OF THE NORTHERN URALS: MAXIM MIHAILOVICH POHODYASHIN (1708-1781)79
Капицын В.М. СИМВОЛЫ НАЦИОНАЛЬНЫХ ИНТЕРЕСОВ И ИДЕНТИЧНОСТИ РОССИИ И УКРАИНЫ82	Kapitsyn V.M. SYMBOLS OF NATIONAL INTERESTS AND IDENTITIES OF RUSSIA AND UKRAINE ...82
Капицына Д.В. КОНТРОЛЬ И МОНИТОРИНГ В ТЕОРИИ И МУНИЦИПАЛЬНОЙ ПРАВОВОЙ ПОЛИТИКЕ ...90	Kapitsyna D.V. CONTROL AND MONITORING IN THEORY AND MUNICIPAL LEGAL POLICY90
Касатая И.Л. МИРОВОЙ АНТИКРИЗИСНЫЙ ПЛАН КАК ИНСТРУМЕНТ ГЛОБАЛЬНО КООРДИНИРУЕМОЙ ПОЛИТИКИ94	Casata I.L. WORLD ANTI-CRISIS PLAN AS A TOOL GLOBAL COORDINATION POLICY94

Кива-Хамзина Ю.Л. ПРОБЛЕМЫ КОНКРЕТИЗАЦИИ МУНИЦИПАЛЬНО-ПРАВОВОГО СТАТУСА ГЛАВЫ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ..97	Kiva-Khamzina Yu. L. PROBLEMS OF THE CONCRETIZATION OF MUNICIPAL-AND-LEGAL STATUS OF THE HEAD OF MUNICIPAL FORMATION97
Козлова Т.В. ФОРМИРОВАНИЕ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ ФИРМЫ103	Kozlova T.V. FORMATION OF THE MAIN DIRECTIONS OF THE EVALUATION OF THE COMPETITIVENESS OF METALLURGICAL COMPANY103
Костина Н.Н., Зеркина Н.Н. О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ HR- НАПРАВЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ.....106	Kostina N.N., Zerkina N.N. ABOUT THE PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF HR-DIRECTION IN A MODERN VOCATIONAL EDUCATION106
Кремлев Д.А., НАПРАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ110	Kremlev D. A. THE DIRECTIONS OF STATE SUPPORT OF SMALL INNOVATIVE ENTERPRISES110
Кузина Г.В. ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ: РЕАЛИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ (НА ПРИМЕРЕ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ)114	Kuzina G.V. INNOVATIVE DEVELOPMENT: REALITIES AND PROSPECTS (FOR EXAMPLE, CHELYABINSK REGION)114
Кузнецова Н.В. Синицына О.Н. БРЕНД, БРЕНДИНГ, БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ: К ВОПРОСУ О РОЛИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ118	Kuznetsov N.V., Sinitsyna O.V. BRAND, BRANDING, BRAND MANAGEMENT: TO THE QUESTION OF THE ROLE IN ACTIVITY OF THE MODERN ORGANIZATION118
Кульпинский С.В. ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КАНАЛОВ ПЕРЕТОКА СРЕДСТВ МОНЕТАРНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО РОСТА В СПЕКУЛЯТИВНЫЕ СЕКТОРА (НА ПРИМЕРЕ УКРАИНЫ)123	Kulpinsky S.V. THE IDENTIFY POTENTIAL CHANNELS FOR DISPLACEMENT OF MEANS FOR MONETARY STIMULUS INVESTMENT GROWTH INTO THE SPECULATIVE SECTORS (AS AN EXAMPLE, THE UKRAINE)123
Кучай А.А. ПАТРИОТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ, КАК ОДНА ИЗ ДУХОВНЫХ И КУЛЬТУРНЫХ ОСНОВ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА И ГОСУДАРСТВА129	Kuchai A.A. PATRIOTIC EDUCATION, AS ONE OF SPIRITUAL AND CULTURAL BASES OF DEVELOPMENT OF SOCIETY AND STATE129
Кучера Л. АНАЛИЗ ПРОГРАММ ПРИВЕРЖЕННОСТИ ТОРГОВОЙ МАРКЕ В РОЗНИЧНЫХ СЕТЯХ ..131	Kučera Lukáš, Ing. LOYALTY PROGRAMS ANALYSIS IN SELECTED RETAIL CHAINS131
Манчурак М.В. РОЛЬ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ В РАЗВИТИИ БАНКОВСКОЙ РОЗНИЦЫ139	Manchurak M.V. THE ROLE OF INSURANCE PRODUCTS IN THE DEVELOPMENT OF RETAIL BANKING139

Михайлов А.М., Громадская О.С. СОДЕРЖАНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ИНТЕРЕСОВ СУБЪЕКТОВ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ145	Mikhailov A.M., Gromadskaya O.S. THE CONTENT OF THE INSTITUTIONAL INTERESTS OF SUBJECTS OF THE BANKING ACTIVITY145
Новицкий Я.Ю. РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРОГРАММ НА ПРИМЕРЕ РАЗВИТИЯ СЕТИ АГНКС НА ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ149	Novitski Ya.Yan THE ROLE OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE IMPLEMENTATION OF GOVERNMENT PROGRAMS BY THE DEVELOPMENT OF A NETWORK OF CNG STATIONS IN THE TERRITORY OF THE RUSSIAN FEDERATION..149
Олейник Л.В., Утарбаева Г.К. ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН153	Oleinik L.V., Utarbaeva G.K. THE STUDY OF MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF SERVICES IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN153
Победин А.А. ЦИКЛИЧНОСТЬ КАК ФАКТОР НЕРАВНОМЕРНОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА РЕГИОНА157	Pobedin A.A. CYCLICITY AS A FACTOR IN THE UNEVEN DEVELOPMENT OF ECONOMIC SPACE IN THE REGION157
Романов Е.В. ИСХОДНОЕ УСЛОВИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ169	Romanov Eu.V. INITIAL CONDITION OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE HIGHER EDUCATION IN RUSSIA169
Ручкин А.В. ФОРМАЛЬНЫЕ И НЕФОРМАЛЬНЫЕ НАГРАДНЫЕ ИНСТИТУТЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ174	Ruchkin A.V. FORMAL AND INFORMAL REWARD INSTITUTIONS IN RUSSIAN FEDERATION174
Серебрякова А.В. АУДИТ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА)184	Serebryakova A.V. AUDIT OF MASS MEDIA OF LOCAL GOVERNMENTS (AS AN EXAMPLE, THE CITY OF SANKT-PETERSBURG)184
Стародубова О.Ю. ШВЕДСКИЕ СПЕЦИАЛИСТЫ НА ЗАВОДАХ БЕЛОРЕЦКОГО ГОРНОГО ОКРУГА ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ XIX В.: ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА186	Starodubova O.Yu., SWEDISH SPECIALISTS IN THE FACTORIES OF BELORETSKY MINING DISTRICT IN THE SECOND HALF OF THE XIX CENTURY: PROFESSIONAL CULTURE186
Строгонов А. А. КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА190	Strogonov A.A. COMMERCIAL BANK'S CREDIT POLICY190
Сулейманов Э.Г. РАЗРАБОТКА ВОПРОСОВ ДЛЯ ДИАГНОСТИКИ	Suleymanov E.G. DEVELOPMENT ISSUES FOR THE DIAGNOSIS

УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ194	AND MANAGEMENT PROCESSES IN THE INSURANCE COMPANY194
Томаров А.В., ЗНАЧЕНИЕ МОНИТОРИНГОВ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В ПРОГНОЗИРОВАНИИ КАДРОВОГО ДЕФИЦИТА НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ ТРУДА199	Tomarov A.V., THE IMPORTANCE OF MONITORING OF INDICATORS IN FORECASTING OF PERSONNEL DEFICIENCY AT THE REGIONAL LABOR MARKET199
Усманова К.Ф., Бойцов В.Г., СИСТЕМА «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО – РЫНОК» И ЕЕ ВЗАИМОСВЯЗИ203	Usmanova K.F., Boytssov V.G., THE SYSTEM “ENTREPRENEURSHIP – MARKET” AND ITS INTERCONNECTIONS203
Хаджиогло Е.В. ОЦЕНКА ТЕНДЕНЦИЙ И ПЕРСПЕКТИВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ212	Khadzhioglo Ye.V. DIAGNOSTIC OF TRENDS AND PERSPECTIVES OF COMMERCIAL BANKS ACTIVITIES IN RUSSIAN FEDERATION212
Хортова Марта РЕГУЛИРОВАНИИ ЛОББИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЧЕШСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ215	Hortová, Marta, Ing. REGULATION OF LOBBYING IN THE CZECH REPUBLIC215
Шеметова Н.К. ПРОДВИЖЕНИЕ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ВЫСОКОЙ КОНКУРЕНЦИИ220	Shemetova N.K. PROMOTION OF UNIVERSITIES IN THE EDUCATION MARKET IN A HIGHLY COMPETITIVE220
Шубинцева Е.Б. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА НА ГОРНОРУДНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ КАЗАХСТАНА.....229	Shubentseva Ye.B. IMPROVED UTILIZATION OF HUMAN RESOURCES CAPACITY AT THE MINING ENTERPRISES OF KAZAKHSTAN229
Яшкова Т.А. ИДЕНТИЧНОСТИ И ЦЕННОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ232	Yashkova T.A. ИДЕНТИЧНОСТИ И ЦЕННОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ232

Балынская Н.Р.,
д.полит.н., профессор Магнитогорского государственного
технического университета им. Г.И. Носова.

Balynskaya N.R.,
D.Sc., professor of Nosov Magnitogorsk State Technical
University.

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЛИДЕРСТВА В ОБЛАСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

THE MAIN APPROACHES TO THE DEFINITION OF LEADERSHIP IN THE FIELD OF STATE AND MUNICIPAL GOVERNMENT

Аннотация

В статье рассматриваются основные подходы к определению лидерства в области политического управления. Автор делает вывод, что сложное явление лидерства вызывает множественность подходов к его изучению и что все перечисленные подходы имеют реальные корни в объективной политической реальности. Современная политическая наука должна учитывать все существующие подходы.

Abstract

This article discusses the main approaches to the definition of leadership in the field of political governance. The author concludes that the complex phenomenon of leadership is the multiplicity of approaches to its study and that all of these approaches have real roots in the objective political reality. Modern political science must take into account all the existing approaches.

Ключевые слова:

Лидер, лидерство, харизма, власть

Keywords:

Leader, leadership, charisma, power

Проблема политического лидерства – одна из центральных и сложных в науке. Лидерство, с нашей точки зрения, означает навязывание субъектом своей власти, воле подвластному объекту с тем, что объект воспринимает это как продукт собственного мышления, поведения. Поэтому не случайно лидерство изучают разные науки, в первую очередь – политология.

Политология тесно связана с проблемой власти. Попытки ответить на вопрос, что такое лидерство в политике (а общество с момента своего появления живет по законам политики), восходят к глубокой древности. Философы и политические мыслители, такие как Плутарх, Платон, Макиавелли и другие задавались вопросами, какие правители действуют эффективно и как они должны управлять массами. Лидеры, без сомнения, отличались от обычных людей своими выдающимися личными качествами. Именно поэтому они оказывались в центре внимания. Науке известно множество попыток выделить какие-то типы и построить типологии лидерства. Мы не будем останавливаться на исторических предпосылках создания теорий, обратимся к началу XX в., когда и были заложены основы современной классификации как самих лидеров, так и стилей лидерства [1].

Одним из первых свою теорию построил Богардус Е., который выделил 4 типа лидерства: автократический (в сильной организации), демократический (представитель интересов группы), исполнительный (в состоянии выполнить какую-либо работу), рефлексивно-интеллектуальный (неспособный руководить масштабной группой).

Чуть позже Барлетт Ф. построил «позиционную» типологию и классифицировал лидеров несколько по-другому. Он выделял три типа лидеров: институциональный тип (лидер вследствие престижа занимаемой позиции); доминирующий (получает и сохраняет свою позицию с помощью силы и влияния), убеждающий (оказывает влияние на настроение подчиненных и побуждает их к действиям).

Затем Кичело С. выделил особый тип «лидера без офиса» и назвал его «пророком». Опираясь на опыт истории, он считал, пророки выходят на авансцену истории в смутные времена и, вызывая поддержку ведомых, становятся символами инициированного ими са-

мими движения.

Редл Ф. считал, что институциональные и эмоциональные групповые процессы могут происходить только вокруг девяти типов личности. В его терминологии, это «патриарх», «лидер», «тиран», «объект любви», «объект агрессии», «организатор», «искуситель», «герой», «пример для подражания» (причем как позитивный, так и негативный).

Гетцель Дж. И Губа Е. подразделяли: «законодательное лидерство», когда роли и ожидания определяют нормативные измерения деятельности в общественных системах; «идеографическое лидерство», при котором потребности и предрасположенности индивидов определяют личностные измерения групповой деятельности, и «синтетическое лидерство», примиряющее конфликтующие стороны.

Белл В., Хилл Р., Миллз С. в своей типологии влияния рассматривали четыре типа лидеров: формальный (на официальных постах), известный (считается влиятельным в обществе), влиятельный (реально оказывающий влияние), общественный (активно участвующий в самодеятельных организациях).

Конвей М. наблюдал лидеров толпы и выделил в ней три основные лидерские роли. Во-первых, это «вожак» (стремящийся «пасти» толпу, находящуюся в гипнотическом экстазе, и вести ее за собой по избранной им дороге – например, Наполеон). Во-вторых, это «представитель толпы» (выражает известные устоявшиеся «правильные» мнения народа – например, Рузвельт Т.). В-третьих, «толкователь мнения» (стремится артикулировать то, что смутно чувствует толпа, ее скрытые страхи и переживания).

Однако эти исследования только подготовили базу для более масштабных теорий, основной из которых явилась типология Вебера М. [1], который выделял легальную, традиционную, харизматическую легитимность. Легальная легитимность имеет рациональную основу, которая проявляется в вере в легальность нормативности правил и в право лидера, получившего свое место благодаря соблюдению этих правил. При такой легитимности подчинение является следствием легально установленного обезличенного порядка и не выходит за формальные рамки власти организации. Это власть «поста», «кресла», которое занимает человек.

Это «бюрократический» тип и, соответственно, стиль лидерства. Люди починаются бюрократу потому, что чувствуют себя бессильными перед огромным числом атрибутов власти, которыми он окружает себя.

«Традиционная легитимность». Ее основа предполагает укоренившуюся веру в святость древних традиций и «привычную» легитимность статуса традиционных правителей. Подчинение в этом случае является проявлением личной преданности и определяется рамками привычных обязанностей. Это «традиционный» тип и, соответственно, стиль лидерства. Это власть монарха, получающего ее по традиции, как бы автоматически, независимо от собственных качеств и проводимой им политики. Люди подчиняются монарху или любому другому традиционному лидеру потому, что так принято. Они не могут идти наперекор традиции.

«Харизматическая» легитимность. Ее аффективная основа ведет к специфической преданности и харизматическому лидеру. Она основана на вере в исключительную святость, героизма и образцовый характер лидера, обладающего исключительными качествами и достоинствами. Люди верят в то, что он олицетворяет нормативные образцы и отстаивает идеальный порядок. «Харизма» – это стяг, знамя, хоругвь, которые несет человек, олицетворяющий мечту, идеал и возглавляющий какое-то массовое шествие людей. Подчинение такому лидеру основывается на личном доверии и определяется рамками представления индивида о харизме. Подчиняясь, люди идут не столько за человеком, сколько за харизмой, которая дает ему влияние и авторитет. Власть харизматического лидера – это власть символа и, одновременно, того момента, когда этот символ поднят над толпой. Это власть человека яркого, но эта яркость идет не столько от человека, сколько от следующих за ним масс, наделяющих своей любовью и его, и поднятое им знамя. Такая власть фанатична, но ситуативна: изменится ситуация, наступит иной момент, и такой лидер может быстро поблекнуть, утратив свое влияние.

Обычно принято выделять две главные составляющие харизмы. Во-первых, это ее удаленность от подчиненных. Влияние харизматического лидера возрастает пропорцио-

нально дистанции от ведомых. Во-вторых, это наличие чего-то необычного, что порождает эмоциональное возбуждение последователей. Подчеркнем: к харизматическому лидеру не бывает равнодушного отношения: его либо любят, либо ненавидят. Со времен Вебера М., разделяют три основных варианта харизмы: 1) харизма как символическое решение своих внутренних проблем через их проекцию на харизму и харизматического лидера; 2) харизма как защита от чужой воли через санкционированную такой харизмой агрессию под руководством (во имя, именем) харизматического лидера; 3) харизма как приписывание лидеру атрибутов, способствующих удовлетворению своих интересов.

Таким образом, даже из краткого обзора видно: в первой половине XX в. лидеров классифицировали одновременно как по выполняемой функции (представитель, исполнитель), так и по стилю лидерства (доминирующий - демократический). Более современные теории, в основном, изучают авторитарный и демократический стили, чаще называя их по-другому: «ориентированный на задачу», и «ориентированный на личность» [1].

Итак, сложное явление лидерства вызывает множественность подходов к его изучению. Необходимо понять, что все перечисленные подходы имеют реальные корни в объективной политической реальности: все описанные выше черты характеризуют лидера и лидерство. Поэтому для успешного выполнения своих функций в обществе политология должна в большей или меньшей мере учитывать все подходы.

В связи с множественностью подходов к проблеме существует и много определений понятия лидерство. Остановимся на следующем: политическое лидерство можно охарактеризовать как постоянное приоритетное (первенствующее в иерархии власти) влияние со стороны определенного лица на общество, организацию, группу.

Важно подчеркнуть, что понятие лидерство включает взаимоотношение лидера и его последователей (элит, групп интересов, социальных слоев), интересы и ожидания которых представляет лидер. Взаимоотношение «лидер – его последователи» – обоюдонаправленное явление, причем степень самостоятельности

лидера по отношению к своим последователям зависит от характера политического режима в стране: в демократических государствах большое влияние на лидера оказывают последователи, в тоталитарных – наоборот, причем здесь лидер становится иногда абсолютным властелином, диктатором.

Источники

1. Ольшанский Д.В. Политическая психология. СПб.: Питер, 2002. 576 с. С.184.

2. Балынская Н.Р. Субъекты информационно-политического управления в России на современном этапе // Экономика и политика. 2013. №1(1). С. 144-146.

Барбина И.А.,

К.и.н., доцент Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова.

Barabina I.A.,

Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical University.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СЕРЕДИНЕ 1950-Х-НАЧАЛЕ 1960-Х ГГ.

STATE POLICY IN THE SPHERE OF SCHOOL EDUCATION IN THE MID 1950S AND EARLY 1960S.

Аннотация

В статье освещены основные направления образовательной политики государства в середине 1950-1960-х гг., связанные с начавшейся в стране научно-технической революцией и необходимостью повышения образовательного уровня населения, раскрываются основные направления школьной реформы 1958 г. и противоречия в развитии советской системы образования данного периода.

Abstract

The article discusses the main areas of the educational policy of the State in the middle of the 1950-1960's, associated with the start of the scientific and technical revolution and necessity to increase the educational level of the population, reveals the basic directions of School reform in 1958 and contradictions in the development of the Soviet Education System of the period.

Ключевые слова:

государственная политика в сфере образования, общеобразовательная школа, «всеобуч», коммунистическое образование, политехническая школа, научно-технический прогресс, Закон «О связи школы с жизнью и дальнейшем развитии народного образования».

Keywords:

State Policy in the Sphere of Education, Secondary School, "General Education", the Communist Education, Polytechnic School, Scientific and Technological Progress, the Law "About Communication Between School and Life, and the Future Development of Education"

К началу 1950-х гг. Советский Союз, несмотря на ряд достижений, продолжал отставать от стран Запада в области науки, техники, новейших технологий. Руководство страны понимало опасность тенденций к технической стагнации и отсутствия стимулов для саморазвития экономики. Общеобразовательная школа является составной частью общества, поэтому противоречия самого общества оказывают прямое воздействие на систему образования.

С самого начала формирования советской системы образования перед школой ставилась задача связать обучение и воспитание с общественно-полезной деятельностью. С другой стороны, советская школа недостаточно гибко реагировала на быстрый прогресс науки и техники, качественные изменения в производстве. Руководство страны провозглашало грандиозные планы, направленные на удовлетворение повседневных потребностей советских граждан. Для этого необходимо было увеличить объемы производства во всех отраслях народного хозяйства. Как известно, существует два пути увеличения объемов производства: интенсивный и экстенсивный. Каким из них собиралось воспользоваться советское руководство? Это был весьма противоречивый вопрос.

С одной стороны, советские руководители призывали к широкому внедрению достижений науки в производство. Так, в 1955 г. на совещании работников промышленности Председатель Совета министров Булганин Н.А. выступил с докладом о подъеме промышленности на основе широкого внедрения в производство достижений науки и техники, что означало переход к интенсивным методам развития. [1] Одновременно с этими заявлениями планировалось строительство тысяч новых предприятий, освоение целинных и залежных земель. Дальнейшее развитие экономики связывалось с вовлечением новых источников сырья, планировалось создание новых крупнейших центров по добыче угля, а также новые металлургические и машиностроительные комплексы на Востоке страны. Таким образом, стремление к интенсификации производства на основе достижений науки и техники, с одной стороны и фактическое продолжение развития народного хозяйства по экстенсивному пути являлись главным противоречием периода середины 1950-1960-х гг. и это противоре-

чие напрямую оказывало влияние на образовательную политику государства.

В государственной образовательной политике середины 1950-х гг. обозначилось несколько направлений. Первое направление было связано с необходимостью повышать образовательный уровень населения в соответствии с изменениями в структуре народного хозяйства, вызванными НТР. Однако по подсчетам исследователей, средний уровень образования работников народного хозяйства составлял 6,7 лет, тогда как для современного производства требовались более квалифицированные кадры. Так, по данным Министерства Просвещения РСФСР, только 85,9% учащихся городских школ, окончивших семилетку, продолжили обучение в восьмом классе. В сельских школах данный показатель был еще ниже и составил 45,7% [2]. В обществе существовало понимание взаимосвязи экономических успехов и образовательного уровня населения, поэтому, власти стремились сделать образование качественным и доступным: в 1954 г. образование стало бесплатным, и началась подготовка к введению всеобщего восьмилетнего образования.

Введение обязательного восьмилетнего образования предусматривалось принятым в декабре 1958 г. «Законом о связи школы с жизнью и дальнейшем развитии народного образования», это означало, что все дети школьного возраста должны быть вовлечены в процесс обучения и закончить восьмилетку [3]. Однако на пути введения всеобщего восьмилетнего обучения возникало ряд проблем, и самая острая из них состояла в том, что к середине 1950 гг. программа всеобща так и не была реализована полностью. Как ни парадоксально, но в середине XX в., когда образование стало действительно доступным и бесплатным не все дети обучались в школах. Кроме того, значительная часть учащихся выбывала из школ в течение учебного года. Так, только в 1955 г. из школ выбыло 1 млн. 620 тыс. школьников. Из общего числа учащихся поступивших в школу в 1948-1949 учебном году лишь 53,3% закончили семь классов. В сельской местности более 50% подростков не имели семилетнего образования [4]. Подобное положение дел в образовании было несовместимо с грандиозными планами развития народного хозяйства.

Поэтому, выполнение всеобща стало одним из основных направлений в работе органов образования в середине 1950-х гг.

Повышение образовательного уровня населения ориентировало советскую школу на подготовку учащихся к продолжению образования в ВУЗах. Еще в 1930 гг. была выдвинута задача подготовки высоко квалифицированных кадров для промышленности и сельского хозяйства. Отсюда установка средней школы на подготовку учащихся к поступлению в ВУЗ. Во второй половине 1950-х гг. увеличивается количество выпускников средних школ. Так, если в 1951 г. средние школы выпустили 339,9 тыс. человек, то в 1957 уже более трех миллионов. ВУЗы же могли принять только 10-15% от общего числа выпускников [5]. В этой связи неминуемо вставал вопрос о трудоустройстве молодых людей. Руководители предприятий неохотно брали на работу молодежь, поскольку у них не было специальности, ни опыта, их нужно было учить профессии. Частично эта проблема решалась через систему курсов непосредственно на производстве. В 1950-х гг. в системе государственных трудовых резервов появились учебные заведения нового типа – технические училища, которые готовили для промышленности и сельского хозяйства квалифицированных рабочих и младший технический персонал. Ежегодно через систему трудовых резервов и курсы профессиональную подготовку получали до полумиллиона выпускников школ [6]. Однако ни курсы, ни профучилища не могли дать профессию всем выпускникам, и проблема трудоустройства молодежи оставалась очень острой. Решение этой задачи руководители страны видели в организации подготовки квалифицированных рабочих через общеобразовательную школу. Так, в 1958 г. вышел «Закон о связи школы с жизнью и дальнейшем развитии народного образования» предусматривающий введение в школах политехнического образования, что на практике означало организацию в общеобразовательной школе обучения различным рабочим профессиям.

Исходя из задач, поставленных перед школой, Министерство Просвещения РСФСР и Академия педагогических наук должны были разработать новый учебный план в соответствии с новыми тенденциями укрепления

«связи школы с жизнью». В обществе развернулись дискуссии о содержании политехнического образования. Особенно острым был вопрос о содержании новых учебных планов и соотношении объема теоретических знаний и практических навыков, которые должны были получить школьники в процессе обучения в школе. В итоге, закон 1958 г. вводил двухэтапное школьное обучение: на первом этапе – восьмилетняя трудовая политехническая школа, в которой наряду с предметами общеобразовательного цикла должно было осуществляться и трудовое обучение в школьных мастерских и учебно-опытных участках. Второй этап – средняя общеобразовательная школа, дающая профессиональную подготовку и среднее образование [7].

Еще одно направление государственной политики касалось воспитательной функции общеобразовательной школы, и все намеченные реформы в сфере образования были подчинены главной задаче – воспитанию нового человека, человека коммунистического общества. На XXII съезде КПСС Хрущев Н. провозгласил, что «нынешнее поколение советских людей будет жить при коммунизме» [8]. Сам Хрущев верил в построение коммунизма, пожалуй, больше чем кто либо другой из партийного руководства страны. Новое общество предполагало воспитание сознательных тружеников, общество, основанное на самоуправлении, общество, где труд станет основной ценностью и жизненной потребностью. Поэтому трудовое обучение получало новый импульс к развитию, а политехническое обучение рассматривалось в тандеме с коммунистическим воспитанием.

Реализовывая программу коммунистического воспитания, руководством страны, и лично Хрущевым Н. была выдвинута идея расширения сети интернатов. Школы интернаты существовали в стране и до реформы 1958 г., но основное их назначение было решение проблемы доступности школ, особенно в сельской местности, когда школа обслуживала несколько населенных пунктов и интернаты были необходимы для проживания в них детей. На XX съезде Хрущев Н. предложил создать новый тип интерната – как образец политехнической школы. В мае 1956 г. прошло совещание руководителей образования, посвященное вопро-

сам организации интернатов. Главное отличие нового интерната, по мнению Хрущева должно состоять в том, что все заботы о школьниках, включая обучение, воспитание, организации досуга ложились на государство. И в такой школе приобщение к труду будет более планомерным и эффективным [9]. Конечно же, тут же возникал вопрос о финансировании строительства и содержания школ – интернатов. Н. Хрущев предлагал взять часть средств из жилищного фонда, кроме того, по мнению руководителя страны, будут сэкономлены деньги, которые тратятся на содержание милиции, судов, тюрем, а интернат даст возможность улучшить воспитание подрастающего поколения [10].

Весьма противоречивы были мнения участников совещания по вопросу о содержании работы интернатов. Считая интернат школой будущего, высказывались мнения о том, что детей нужно приучать преодолевать трудности, в интернате не должно быть роскоши и излишеств, чтобы не прививать школьникам потребительских настроений. Предлагалось создать при интернатах подсобные хозяйства и приобщать школьников к общественно-полезному труду [11]. Таким образом, вся система воспитания замыкалась на первостепенной значимости трудового воспитания.

Анализируя политику государства в сфере образования, можно сделать следующие выводы. Во-первых, начавшаяся в стране научно-техническая революция вызвала необходимость повышения образовательного уровня населения и способствовала усилению работы органов образования по выполнению задачи всеобщего, а также увеличению сроков обязательного обучения до восьми лет. И в этом смысле изучение истории советской школы периода «оттепели» позволяет нам преодолеть стереотипы в оценках советской модели школы как института идеологического прессинга и рассматривать ее как субъект социокультурных отношений. Во-вторых, период середины 1950-1960-х гг. был весьма противоречивым в истории развития советской системы образования, потому что решалась задача двух противоречивых тенденций: с одной стороны необходимо было готовить высоко квалифицированные кадры для работы на производстве, с другой стороны – инженерно-техническую и гуманитарную элиту, отвечая на запросы НТР.

Школа так и не справилась с задачей подготовки профессионалов для промышленности и сельского хозяйства, поскольку для подобной реформы нужна была серьезная материальная база, мастерские, оборудование, комплексное исследование и учет потребностей производства, потребностей и способностей самих школьников. Как и все масштабные реформы того времени, школьная реформа проводилась в условиях жесткой централизации и давления чиновников от образования на руководителей образовательных учреждений по вопросам выполнения всеобщего, успеваемости, политехнизации школы и т.п. Это в свою очередь приводило к формальному выполнению всех директив. Тем не менее, уроки школьной реформы 1958 г. актуальны сегодня потому что, концепция современного российского образования включает в себя переход школ к профильному обучению, и в конечном итоге, как и идея политехнизации школы имеет своей целью подготовку школьников к будущей профессиональной деятельности.

Источники

1. РГАСПИ. Ф.17. Оп.165. Д.133. Л.2-32.
2. РГАСПИ. Ф.556. Оп. 16. Д. 4. Л.2.
3. Народное образование в СССР. Общеобразовательная школа. Сб. документов 1917-1972. М., 1974. – С.53.
4. РГАСПИ. Ф.556. Оп.16. Д.4. Л.3.
5. РГАСПИ. Ф. 556. Оп. 16. Д. 18. Л. 30.
6. Народное хозяйство в СССР 1922-1972: Юбилейный стат. ежегодник. М., 1972. – С.356.
7. РГАСПИ. Ф. 556. Оп. 16. Д. 38. Л. 13.
8. XXII съезд КПСС. Стенографический отчет. М., 1962. – С. 148.
9. РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 165. Д. 143. Л. 2.
10. РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 165. Д. 143. Л. 15-16.
11. РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 165. Д. 143. Л. 27.

Барышникова А.А.,

аспирант Магнитогорского государственного технического
университета им Г.И. Носова;

Кононов В.Н.

к.э.н., доцент Магнитогорского государственного техниче-
ского университета им Г.И. Носова.

Baryshnikova A.A.,

Graduate student of Nosov Magnitogorsk State
Technical University;

Kononov V.N.,

Phd, associate professor of Nosov Magnitogorsk State
Technical University.

ПРОБЛЕМЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В РОССИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

PROBLEMS OF THE ORIGIN AND EVOLUTION OF CORPORATE MANAGEMENT IN RUSSIA: THEORETICAL ANALYSIS

Аннотация

В статье рассматривается история возникновения и развития корпоративного управления в России с точки зрения различных научных школ и специалистов. Проводится теоретический анализ взглядов на корпоративное управление с организационной, поведенческой, исторической точек зрения.

Abstract

The article discusses the history and development corporate management in Russia in terms of various science schools and professionals. The author carries out a theoretical analysis of views on corporate management from an organizational, behavioral, historical etc. point of view.

Ключевые слова:

Корпоративное управление, корпорация, корпоративная структура.

Keywords:

Corporate Management, Corporation, Corporate Structure.

Термин «корпоративное управление» все чаще упоминается как средствами массовой информации, так и менеджментом организаций в силу его возросшей значимости с точки зрения развития и обеспечения конкурентоспособности бизнес-структур в современной российской экономике. Построение систем корпоративного управления отечественными компаниями становится необходимым и важным элементом их функционирования. В кругах специалистов по корпоративному праву и корпоративному управлению активно обсуждаются проблема возникновения и тенденции развития данного вида профессиональной деятельности в России. Связано это, прежде всего, с тем, что в общемировых условиях при радикальных экономических изменениях внутри страны проблема корпоративного управления больше не может оставаться без должного внимания не только экономистов-практиков, но и ученых, занимающихся изучением менеджмента как науки. Несмотря на актуальность данного вопроса, до сих пор остается много «белых пятен» при рассмотрении истории развития корпоративного управления, его применимости на практике российскими корпорациями, что зачастую не позволяет им полноценно адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям хозяйствования и использовать конкурентные преимущества на общемировом уровне.

Проанализируем наиболее интересные взгляды авторитетных ученых, занимающихся исследованием развития корпоративного управления в России: Мильнера Б.З., Веснина Р.В., Орехова С.А., Антонова В. и Самосудова М. В экономической литературе, посвященной корпоративному управлению применительно к России, одно из ключевых мест занимает точка зрения Мильнера Б.З., изложенная им в монографии «Теория организации».

Процесс возникновения и развития корпоративного управления в России Мильнер признает сложным, проблемным и достаточно специфическим. Предпосылки возникновения корпоративного управления в России были связаны с изменениями условий функционирования организаций как субъектов хозяйствования: процессами приватизации собственности и сдвигами в системе управления, в результате которых хозяйственное управление

отделилось от административного, а контроль за выполнением основных функций перешел от государственных органов к руководству организаций.

В экономике, которую принято называть переходной, с осуществлением дерегулирования государственного сектора, отходом от директивных методов руководства и упразднением существовавших ранее иерархических структур возросла роль ассоциативных форм деятельности и интегрированных структур управления предприятиями на основе рыночных, то есть свободных принципов ведения хозяйства. Встраивание хозяйствующих субъектов в систему экономических отношений стало возможно:

1) за счет вхождения предприятий в вертикальные структуры (корпоративные группы), реорганизованные из отраслевых структур или создаваемые заново;

2) на основе формирования горизонтальных ассоциативных образований [1, с.149]

По мнению Мильнера, одна из важнейших тенденций развития экономики – формирование и усиление корпоративных структур, поскольку именно крупные структуры составляют своего рода каркас индустриально развитых стран и мирового хозяйства в целом, повышают уровни макроэкономического регулирования производства, стабильность экономического сотрудничества (в том числе международного), выступают в качестве партнеров государства в выработке и реализации стратегической линии в процессе модернизации экономики, то есть являются своего рода фундаментом экономики. Кроме того, промышленные группы являются эффективной формой консолидации материальных ресурсов и производственного капитала разных компаний. Эти общемировые тенденции, хотя и с некоторой задержкой начинают явно проявляться в экономике современной России.

Тенденция формирования крупных структур корпоративного типа активно пробивала себе дорогу и в условиях централизованной плановой системы управления. Об этом свидетельствуют такие моменты как, эксперимент по созданию совнархозов, когда многие отраслевые министерства упразднились и вводилась комплексная организация управления взаимосвязанными производствами на терри-

ториальной основе, и возврат к отраслевому принципу, однако, с созданием при этом государственных комитетов межотраслевого значения, и наконец, крупномасштабная практика образования производственных, торгово-производственных объединений, агропромышленных и территориально-производственных комплексов. Нельзя не упомянуть и о государственных производственных объединениях, создававшихся уже в период перестройки, что говорит о естественно-поступательном развитии. Даже при резком спаде производства крупные предприятия (с численностью промышленно-производственного персонала более пятисот человек и огромной материально-производственной базой) обеспечивали подавляющую часть всего объема выпуска продукции в стране.

Все эти формы интеграции предприятий, по мнению Мильнера, позволявшие формально организовывать совместную производственно-хозяйственную деятельность, оказались заблокированными тем, что в условиях приоритета государственной собственности и предельной централизации управления невозможно было обеспечить реальное слияние финансового и промышленного капитала, их органическую взаимозависимость, использование рыночных механизмов конкуренции, ценового регулирования. Не разрушение, а трансформация этих форм интеграции в рыночные структуры могла дать реальный шанс появлению холдингов, консорциумов, хозяйственных объединений – современных корпораций ассоциативного типа. Однако такая возможность была упущена, что существенно замедлило развитие корпоративного управления в нашей стране.

Также следует отметить, что помимо общемировых тенденций корпоративного развития в России действуют специфические факторы, которые устанавливают необходимость коренного поворота к формированию корпоративного звена. Повышенное влияние при поиске новых форм кооперации оказывают такие факторы, как значительное падение спроса и объемов производства, нехватка инвестиций и оборотных средств, сокращение государственных заказов и неопределенность перспектив. Еще одним специфическим российским фактором можно считать возросшие транзакционные издержки после разрушения производ-

ственно-технологических связей и нарушении координации деятельности участников технологических цепочек. Восстановление этих связей требует привлечения крупных финансовых ресурсов [1, с.150]

Особенностью данного взгляда на корпоративное управление является развитие организационных структур и взаимодействия в них.

По мнению другого отечественного автора, Веснина Р.В., высказанному в монографии «Корпоративное управление», история возникновения и развития корпоративного управления в России охватывает несколько этапов:

1. Сосредоточение в одних руках собственности и управления.
2. Передача менеджерам тактических функций.
3. Передача менеджерам стратегических функций (сильный менеджмент – слабый собственник).
4. Системный этап. Внедрение кодексов корпоративного поведения, с помощью которых осуществляется четкая регламентация корпоративных отношений.

Под корпоративным управлением при этом понимается система взаимодействия между множеством лиц, причастных к организации (прежде всего, менеджеров и собственников), по тем или иным аспектам ее функционирования. В круг проблем корпоративного управления включаются: взаимоотношения между материнскими и дочерними обществами, их взаимосвязанная структура, отношения с поставщиками, потребителями, крупными (мажоритарными) акционерами и высшими органами управления. Таким образом, в фокус внимания попадает еще один важнейший аспект функционирования корпоративных структур – поведенческий.

Историю развития корпоративного управления в России, а также связанную с ней проблематику авторы монографии «Корпоративный менеджмент» Орехов С.А., Селезнев В.А. и Тихомирова Н.В. рассматривают в соответствии с классификацией еще одного отечественного специалиста – А.В. Бандурина. С их точки зрения, в России, несмотря на относительную непродолжительность процессов перераспределения собственности, можно выделить основные этапы формирования структур корпоративного управления.

Советский период основывается на таких категориях как план, государственное регулирование, целесообразность. Оборот, включающий имущество, разделен на государственный, основанный на методах централизованного управления, и частный, обслуживающий потребителей. На первых порах существовали такие формы организаций как тресты и синдикаты. Дальнейшее уменьшение в объемах товарно-денежных отношений и усиление плано-регулирующих начал в обществе привело к превращению синдикатов в министерства, которым через посредников, чаще всего в лице трестов подчинялись предприятия, впоследствии ставшие государственными. В процессе развития экономических отношений обозначились определенные предпосылки создания эффективной корпоративной среды, но в то же время возникали противоречия в системах корпоративного управления. Данный этап развития был связан с новыми взглядами руководства страны на экономические проблемы и выработкой путей их решения. Находились новые направления развития, менялись механизмы решения проблем, весь экономический строй терпел кардинальные изменения.

В восьмидесятые годы XX в. административно-командные методы централизованного управления государственной экономикой со временем перестали соответствовать требованиям макроэкономической ситуации. Преобладающее большинство работников среднего и нижнего уровня, отстраненное от реального участия в управлении предприятиями, во время перестройки организовывало мелкий кооперативный бизнес или индивидуальное предпринимательство, однако в связи с отсутствием должного экономико-правового регулирования это не дало большого экономического эффекта в целом для страны.

В рассматриваемый период корпоративная среда представляла собой систему партийно-хозяйственных активов, в которой все ключевые посты на предприятиях распределялись не в соответствии с личными профессиональными умениями и навыками управляющих, а на основании старых партийно-номенклатурных связей. Объяснялось это тем, что на рынке труда того времени не был сформирован слой отечественных высококвалифицированных независимых управляющих, а предприятия в

свою очередь не были готовы высоко оплачивать труд зарубежных специалистов-руководителей. Кроме того, исторически сложилось, что между странами с развитой рыночной экономикой и странами бывшего социалистического лагеря не был налажен обмен накопленным корпоративным опытом.

Период с 1987 по 1991 гг. ознаменовался распадом монополизированной и централизованной организации хозяйства на частную собственность; поощряемая самостоятельность и разрешенная аренда предприятий побудили управленческий корпус во главе с директорами к поэтапной передаче их в подчинение группам работников, разделявшим позиции высшего руководства, таким образом корпоративность приобретала такие свои новые черты как, лояльность власти, но предусмотренное законодательными нормами участие коллективов в управлении предприятиями не получило развития в силу неподготовленности работников к эффективному участию в управлении и нежелания руководителей «делиться властью». Для данного периода характерно формирование основ корпоративной среды директорского корпуса и структур, приближенных к партийно-номенклатурным органам управления, составлявшим на тот момент управленческую элиту. Наряду с промышленным, в России возник и начал развиваться финансовый капитал в банковском и страховом секторах экономики, что вызвало появление источников и первых инструментов накопления капитала.

В период с 1991 по 1994 гг. в результате активной чековой приватизации произошло первичное перераспределение собственности среди директорского корпуса и сформированных финансово-банковских структур, что привело к формированию новых частных финансовых институтов. Участие в приватизации было возможно, прежде всего, через открытое и скрытое сотрудничество с администрацией регионов и Госкомимущества РФ. В ходе данного процесса были созданы первые акционерные общества, чаще всего на базе крупных развитых предприятий. Такие новые формы собственности можно было отнести к корпорациям, но это были лишь первичные формы корпорация в силу того, что акционерное право оставалось неразработанным, имущество недооцененным, персонал организаций был не-

подготовленным, поэтому все корпоративное управление сводилось в итоге к традиционному стилю управления. А при условии того, что управленцы обладали низким уровнем профессионализма и опыт по управлению крупными предприятиями отсутствовал, это, как правило, приводило к развалу и банкротству организаций.

В это же самое время формируется база корпоративного стиля управления, который включал в себя взаимоотношения определенных структур, таких как банки, нефтяные и газовые предприятия. Этот стиль возник под влиянием того, что при смене государственных органов управления на корпорации с самоуправляемым механизмом. Однако у этого процесса реформирования экономики были такие негативные черты, как рост безработицы, экономическая неграмотность и дезориентация, подавляющая часть населения вообще была далеко от происходящих в экономике процессов и не принимала в них участие.

Но именно в этот период были заложены основы настоящей корпоративности среди новых предпринимательских структур, созданных молодыми образованными, честолюбивыми, предпринимателями, у которых было только два пути: или войти в кооперацию с бывшими государственными структурами, или противопоставить им цивилизованный бизнес, основанный на опыте зарубежных корпораций [1, с.23]. Дальнейший процесс формирования корпоративного управления ознаменовался тем, что решения принимались с учетом зарубежного образования, полученного в сферах, на тот момент абсолютно новых для российской практики, таких как финансовые и фондовые рынки, маркетинг, менеджмент. Понимание тонкостей корпоративного управления у новообразовавшейся прослойки управленцев было вызвано и совместной работой менеджеров на фондовом рынке, а также активным сотрудничеством зарубежных и отечественных корпораций.

Следующим этапом авторы выделяют переход России к рыночной экономике, который начался в 1992 г. Результатом данного этапа стала частичная приватизация и реструктуризация отраслей народного хозяйства.

Период с 1994 по август 1998 гг. характеризовался такими событиями, как проведение

денежной приватизации на фоне принятия законов об акционерных обществах, о рынке ценных бумаг, Гражданского кодекса РФ, уточнения законодательства о приватизации. Именно в этот период сформировалась инфраструктура рынка, в которую вошли: инвестиционные корпорации и фонды, депозитарии и регистраторы, паевые инвестиционные фонды, страховые корпорации, аудиторские и консалтинговые компании, пенсионные фонды и т.д. Стало распространенным такое явление, как открытие филиалов в России крупными зарубежными корпорациями, создание совместных фирм.

Еще одним элементом данного этапа развития стало решение проблемы привлечения инвестиций регионами, а не только федеральным центром. Региональные власти принимают местные законы об образовании фондов для привлечения инвестиций, объектом купли-продажи в соответствии с принятыми законами становятся земля и другие объекты недвижимости.

Дефолт 1998 г. ознаменовал новый период, особенностью которого стал общий недостаток финансовых ресурсов. Отток капитала из страны сделал актуальным поиск новых финансовых инструментов и механизмов, которые могли бы позволить эффективно использовать имеющиеся активы. Сложившаяся ситуация дала возможность понять, что российские менеджеры слабо подготовлены к выбору стратегии развития, нахождения источников капитала и инвестиций, нахождению и удерживанию рынков сбыта, определению истинной мотивации партнеров к бизнесу. Этот процесс приводил к дальнейшему перераспределению активов в виде собственности на базе использования акционерами своих прав.

Период с 2001 г. характеризуется восстановлением отечественной экономики после кризиса с сохранением ряда нерешенных проблем, таких как слабая конкурентоспособность отечественной промышленности, ее концентрация на сырьевом экспорте и недостаточная инвестиционная привлекательность перерабатывающего сектора. Наряду с этим стабильность мировой экономики в 2002 г. стала фундаментом для увеличения спроса на российский экспорт, что привело к росту его физического объема.

Повышение внутреннего спроса вследствие увеличения реальных доходов домашних хозяйств после их значительного сокращения в 1999 г. поддерживает рост производства в пищевой промышленности и сохраняет стабильные объемы производства в легкой промышленности, гражданском машиностроении и других отраслях, производящих товары потребительского назначения [1, с.25].

Достоинством исторического подхода к изучению корпоративного управления является возможность понять многие причины текущего состояния и особенности систем корпоративного менеджмента.

Помимо традиционных подходов к изучению корпоративного управления, в рамках которых учеными осуществляются попытки построения стройной системы знаний об управлении корпорациями на базе организационных структур, поведенческих механизмов, исторических закономерностей, интерес представляют взгляды скептиков, которые обращают внимание на то, что многие вопросы в области корпоративного управления, несмотря на множество материалов и обсуждений, не решены. Например, Антонов В. и Самосудов М. в своей работе «Проблемы теории корпоративного управления», анализируя сложившуюся ситуацию, констатируют отсутствие однозначного мнения специалистов по многим вопросам корпоративного управления, существование значительного числа разночтений, а чаще всего просто отсутствие структурированной информации.

Ученые, занимающиеся исследованием корпоративного управления, отмечают, что по состоянию на текущий момент времени это практическая область деятельности, в рамках которой формируется новое научное направление и научная дисциплина, прошедшая только начальный этап формирования. Решению многих вопросов препятствуют как внутренние проблемы, так и внешние, связанные с нерешенностью ряда проблем в теории управления социальными системами, лавинообразным появлением новых управленческих дисциплин.

Проблемы корпоративного управления усугубляются еще и тем, что в настоящее время, когда эпоха индустриального развития общества в передовых в научно-техническом и экономическом отношении странах близка

к своему логическому завершению, эффективность производства теряет прямую зависимость от размера вложенного труда или капитала. Традиционное понимание «владение предприятием» вытесняется новым, расширенным, рассматривающим собственность не как отдельный ресурс, а как определенную комбинацию, обеспечивающую синергетический эффект одновременного использования всех факторов и ресурсов.

Сбалансированность классического управленческого треугольника: «труд-капитал-управление», провозглашенная американцами Берли и Минзом в 1932 г., явилась основой эффективности управления в индустриальный период. Характерной чертой пришедшего ей на смену постиндустриального периода стала эффективность управления, обеспечивающего сбалансированность бизнес-процессов, в которые вовлечены акционеры, менеджеры, работники, потребители, поставщики, кредиторы, государственные и муниципальные органы и прочие субъекты, с которыми корпорация в процессе своего функционирования осуществляет какие-либо действия. Достижение долгосрочных, многоаспектных, устойчивых конкурентных преимуществ, стабильного экономического роста становится главной целью процесса балансировки управления. В этой связи концепция корпоративного управления становится все более востребованной и актуальной, особенно в современных российских условиях, требующих обеспечения прозрачности при установлении баланса интересов.

Бизнес реагирует на сложившуюся ситуацию не всегда активно. Многие менеджеры заняты имитацией профессиональной деятельности, однако по мере развития организаций и их объединений эти проблемы будут все более обостряться. Для бизнеса актуальной становится задача формирования экспертных знаний в области корпоративного управления и повышение уровня методического обеспечения подготовки специалистов в этой области [2, с.12]. Формирование такой экспертной базы, в свою очередь, требует учитывать все существующие точки зрения на вопросы корпоративного управления: организационную, поведенческую, эволюционную, только одновременное понимание которых способно позволить построить действительно эффективные модели

корпоративного управления.

Источники

1. Орехов С.А., Селезнев В.А., Тихомирова Н.В. Корпоративный менеджмент: учебное пособие. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2009.
2. Антонов В., Самосудов М. Теоретические проблемы корпоративного управления. Проблемы теории и практики управления. 2008. №5.
3. Мильнер Б.З. Теория организации: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2000.
4. Веснин В.Р. Корпоративное управление: учебное пособие. М.: МГИУ, 2008.

Безверхая В.В.,
к.пед.н., доцент Магнитогорского государственного
технического университета им. Г.И. Носова.

Bezverhaya V.V.,
Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State
Technical University.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ БАНКОВ

THE MAIN DIRECTIONS TO IMPROVE OF BANKING TAXATION

Аннотация

В настоящее время существуют различные варианты оптимизации налогообложения банков, которыми можно пользоваться, не вступая в конфликт с Банком России. Они прямо предусмотрены в Налоговом кодексе РФ: оптимизация налоговых платежей и убытков с помощью формирования различного рода резервов; отказ от затрат за счёт чистой прибыли и др.

Abstract

There are currently various options to optimize taxation of banks that may be used without conflict with the Bank of Russia. They are expressly provided for in the Tax Code of the Russian Federation: the optimization of tax payments and losses by forming various kinds of reserves; waiver of costs at the expense of net profit etc.

Ключевые слова:

Налоги, низконалоговые юрисдикции, оптимизация, учетная политика, резервы, убытки, платёжеспособность, планирование, прибыль, ликвидность, кредитоспособность, налогообложение.

Keywords:

Taxes, low-tax jurisdiction, optimization, accounting policies, reserves, losses, solvency, planning, profit, liquidity, creditworthiness, taxation.

Налоговая оптимизация и налоговое планирование помогают подчас существенно сэкономить на налогах. Но многие банки не пользуются механизмами налогового планирования в связи с ограничениями, установленными Банком России. Однако есть возможность пользоваться различными вариантами оптимизации, прямо предусмотренными Налоговым кодексом РФ, не вступая при этом в конфликт с регулятором.

Существует два вида налогового планирования:

- налоговое планирование с целью снижения налоговой базы, в том числе путем использования офшорных юрисдикций, посреднических и других операций, которые рассматриваются органами налогового контроля скорее как схемы ухода от налогов;
- налоговое планирование с целью использования возможностей налогового регулирования, налогового администрирования, а также условий договоров для снижения налогового бремени.

Требования, содержащиеся в Указании Банка России от 07.08.2003 N 1317-У, затрудняют оптимизацию налогов российскими банками через использование иностранных низконалоговых юрисдикций (офшоров).

Данный вариант налогового планирования не подходит многим банкам по причине ограничений, установленных Банком России для таких взаимоотношений, а также в связи с неоднозначным отношением к офшорным юрисдикциям. Поэтому многие банки ищут резервы налоговой оптимизации на базе российского налогового законодательства.

Такая налоговая оптимизация может включать:

- разработку соответствующей учетной политики для целей налогообложения;
- выбор типа хозяйственных договоров с клиентами и контрагентами и их условий;
- оценку имущественного комплекса с целью исключения затрат на содержание излишних объектов, переоценку и проведение операций с основными средствами согласно установленным правилам;
- применение налоговых льгот, отсрочек, рассрочек по уплате налогов, налогового кредита (в случаях соответствия требованиям их получения).

Есть возможности оптимизации, предусмотренные Налоговым кодексом РФ. Прежде всего, оптимизировать налоговые платежи и убытки возможно с помощью формирования различного рода резервов. В Налоговом кодексе РФ предусмотрен целый ряд резервов, которые возможно использовать с целью оптимизации расходов. Это резервы:

- по сомнительным долгам (ст. 266 НК РФ);
- на ремонт основных средств (ст. 324 НК РФ);
- на предстоящие отпуска (ст. 324.1 НК РФ);
- на гарантийный ремонт (ст. 267 НК РФ);
- на предстоящие расходы, направляемые на цели, обеспечивающие социальную защиту инвалидов (ст. 267.1 НК РФ).

Оптимизация налогообложения в рамках российского законодательства возможна путем использования более выгодных методов учета, закрепленных в учетной политике, а также переоценки, льгот, отсрочек, рассрочек, налогового кредита, корректировки договорных схем и др.

Кроме того, можно оптимизировать налогообложение за счет контроля за нормируемыми расходами. Все сверхнормативные расходы могут быть произведены только за счет чистой прибыли, в этой связи их важно учитывать только в рамках нормы.

Еще одной возможностью уменьшения налога на прибыль являются слияния и поглощения в банковской сфере, в том числе присоединение структур с убытками. Несмотря на экономический спад, сделки по слияниям и поглощениям (M&A) остаются мощным инструментом развития банковского бизнеса и изменения его структуры. С налоговой точки зрения такая сделка позволяет: уменьшить доходы; перенести убыток на будущие периоды.

Налогоплательщики (включая банки), осуществляющие дилерскую деятельность на рынке ценных бумаг, при определении налоговой базы и переносе убытка на будущее в порядке и на условиях, которые установлены в ст. 283 НК РФ, формируют налоговую базу и определяют сумму убытка, подлежащего переносу на будущее, с учетом всех доходов (расходов) и суммы убытка, которые получены от осуществления предпринимательской деятельности. Об этом сказано в п. 11 ст. 280 НК РФ. Фактически перенос убытков на будущее позволяет

уплачивать меньше налогов.

С целью оптимизации расходов банка желательно отказаться от затрат, осуществляемых за счет чистой прибыли, а также затрат, которые могут быть квалифицированы как расходы, относящиеся на чистую прибыль банка.

В Налоговом кодексе РФ предусмотрен целый ряд расходов, которые не учитываются при налогообложении (ст. 270 НК РФ). При определении налоговой базы не учитываются расходы в виде:

- сумм начисленных налогоплательщиком дивидендов и других сумм прибыли после налогообложения;
- пеней, штрафов и иных санкций, перечисляемых в бюджет;
- вноса в уставный (складочный) капитал, вклада в простое товарищество, в инвестиционное товарищество;
- суммы налога, а также суммы платежей за сверхнормативные выбросы загрязняющих веществ в окружающую среду;
- расходов на приобретение и (или) создание амортизируемого имущества, достройку, дооборудование, реконструкцию, модернизацию, техническое перевооружение объектов основных средств;
- взносов на добровольное страхование;
- взносов на негосударственное пенсионное обеспечение;
- процентов, начисленных налогоплательщиком-заемщиком кредитору сверх сумм, признаваемых расходами;
- сумм отчислений в резерв под обесценение вложений в ценные бумаги;
- средств или иного имущества, которые переданы по договорам кредита или займа;
- сумм убытков по объектам обслуживающих производств и хозяйств, включая объекты жилищно-коммунальной и социально-культурной сфер, в части, превышающей предельный размер;
- иных расходов.

Поскольку перечень неучитываемых расходов четко определен, банк может составить смету и по возможности сократить данные расходы или оформлять их так, чтобы они подпадали под другие положения НК РФ, если это возможно. Однако обоснованность некоторых расходов, например, на премии работникам, вызывает сомнения у проверяющих органов.

Так, по мнению, сформулированному в Письме Минфина России от 22.08.2006 № 03-03-05/17, выплаты, предусмотренные коллективным договором, при налогообложении прибыли не учитываются. Однако суд может принять противоположную позицию. Например, в Постановлении ФАС Северо-Западного округа от 24.04.2006 по делу № А66-14500/2005 суд указал, что выплаты, которые предусмотрены коллективным договором, являются расходами, уменьшающими налоговую базу по налогу на прибыль.

В этой связи рекомендуется изучать судебную практику и позицию финансового ведомства в отношении признания спорных расходов.

Источники

1. Батракова Л.Г. Экономический анализ деятельности коммерческого банка. М.: Прогресс, 2007.
2. Захаров В.С. Коммерческие банки: проблемы и пути развития // Деньги и кредит. 2008. №9. С. 35-49.
3. Кушуев А.А. Показатели платежеспособности и ликвидности в оценке кредитоспособности заемщика // Деньги и кредит. 2009. №12. С. 52-66.
4. Материалы российского информационно-аналитического агентства «Росбизнесконсалтинг» // www.rbc.ru

Большакова Ю.М.,

к.полит.н., доцент Санкт-Петербургского государственного
экономического университета;

Михальченко Н.А.,

к.э.н., доцент, проректор по программам развития и ин-
новационной деятельности Сыктывкарского государственного
университета.

Bolshakova Yu.M.,

Phd, assistant professor of St.Petersburg State University;

Mikhalchenko N.A.,

Phd, assistant professor of St. Syktyvkar State University,
the Vice-rector for development and innovation.

ЖИЗНЕННАЯ СИТУАЦИЯ КАК ФОКУС СЕРВИСНОЙ МОДЕЛИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ

LIFE SITUATION AS THE FOCUS OF THE SERVICE MODEL OF PUBLIC AND MUNICIPAL SERVICES

Аннотация

Цель данной статьи – проанализировать возможные варианты предоставления государственных и муниципальных услуг. Рассмотрена практика предоставления государственных и муниципальных услуг в Республике Коми, проанализированы социальные технологии организации предоставления услуг населению, порядок организации предоставления услуг посредством интернет портала органов власти. В статье рассмотрены правовые аспекты предоставления государственных услуг на основе жизненной ситуации, дана авторская трактовка архитектуры сервисной модели предоставления услуг на основе жизненных ситуаций.

Abstract

The purpose of this article is to analyze the possible options of public and municipal services. The practical delivery of public and municipal services in the Republic of Komi, analyzed social technology organization providing services to the population, organization, providing services through the Internet portal authorities. The article considered the legal aspects of the provision of public services on the basis of situations, given the author's interpretation of architecture service delivery model based on life situations.

Ключевые слова:

Государственное управление, государственные и муниципальные услуги, социальная технология, жизненная ситуация.

Keywords:

Government, state and municipal services, social technology, life situation.

Ориентация органов и учреждений публично-правовых образований на обеспечение удовлетворения потребностей частных лиц в ситуациях, требующих участия государственных органов и органов местного самоуправления, предполагает переход на сервисную модель взаимодействия с гражданами и юридическими лицами.

Сервисная модель взаимодействия государства с гражданами и юридическими лицами должна обеспечивать максимальное удобство и доступность такого взаимодействия для частных лиц.

Следует согласиться с Данакиным Н.С. и др., что любая жизненная ситуация, как проблема, решением которой мы озабочены, относится к одной из трех категорий:

- реально (актуально) разрешимая, т.е. существуют необходимые и достаточные условия для разрешения;
- потенциально разрешимая, т.е. пока нет необходимых и достаточных условий для разрешения, но они могут быть;
- принципиально неразрешимая – нет и не может быть необходимых и достаточных условий для ее разрешения.

При решении жизненных проблем, важно использование метода позиционного анализа – метода постановки жизненной проблемы, заключающийся в уяснении интересов партнеров, которые как-то выражаются в заявленных ими позициях. Идти от позиций к лежащим в их основе интересам – в этом смысл данного метода. Нельзя не отметить, что мониторинг несет в себе и алгоритма метода имитации – метод постановки жизненной проблемы, основанной на «вхождении» в образ другого человека, партнера. Поставить себя на место другого «Я» попытаться посмотреть на вещи его глазами – в этом смысл данного метода, который позволяет уяснить цели и проблемы других людей. Метод генетической редукции – метод определения своевременности постановки жизненной проблемы посредством выявления и оценки ее необходимых и достаточных оснований.

Правильное, своевременное выявление проблемы жизненной ситуации возможно при наличии необходимых и достаточных оснований. Заметим, что специфика жизненных проблем такова, что далеко не к каждой из них применим экономический критерий. Пробле-

мы жизненных ситуаций можно трактовать с разных сторон: психологической, социологической, логической. Социальную технологию они интересуют с точки зрения их эффективного разрешения. Разрешение – принципиальный элемент воздействия государственных органов управления на ситуацию, и все о чем говорилось до сих пор, имеет смысл лишь постольку, поскольку подводит нас к уяснению этого главного.

Вместе с тем, доступность обращения за предоставлением государственных и муниципальных услуг ограничивают следующие факторы:

- обязательность предварительного получения заявителем иных государственных и муниципальных услуг. Например, для получения государственной услуги по назначению пособия по уходу за ребенком, предварительно необходимо получить государственную услугу по регистрации рождения ребенка;

- обязательность предварительного получения заявителем услуг, которые являются необходимыми и обязательными для предоставления государственных и муниципальных услуг (далее также – необходимые и обязательные услуги). Например, для получения муниципальной услуги по выдаче разрешения на строительство заявитель должен получить такую необходимую и обязательную услугу, как экспертиза проектной документации;

- отсутствие у заявителей точной и исчерпывающей информации о наличии у них прав на получение тех или иных государственных и муниципальных услуг. Например, заявитель может не знать о наличии у него права на получение мер социальной поддержки;

- отсутствие у заявителей актуальной и достаточной информации о возможности и условиях получения коммерческих услуг, сопутствующих получению государственных и муниципальных услуг и необходимых для решения задач заявителей в сложившейся у него жизненной ситуации (далее – сопутствующие услуги). Например, у заявителя может не быть информации о существующих типовых проектах перепланировки жилых помещений.

В этой ситуации существенной потребностью заявителей является возможность комплексного получения государственных и муниципальных услуг. При этом комплексное

предоставление государственных и муниципальных услуг должно основываться на жизненных ситуациях самого заявителя.

В этой связи, необходима организация предоставления услуг на основе жизненных ситуаций заявителей, которая позволит обеспечить максимальное содействие государства заявителю в удовлетворении его потребностей.

Предоставление услуги на основе жизненной ситуации предусматривает деятельность по организации комплексного оказания заявителю государственных (муниципальных) услуг, соответствующих необходимых и обязательных услуг и сопутствующих коммерческих услуг с целью удовлетворения его потребностей, вызванной соответствующей жизненной ситуацией.

В соответствии с пунктом 2 статьи 4 Федерального закона от 27 июля 2010 г. №2010-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» одним из принципов предоставления государственных и муниципальных услуг является его заявительный порядок. Данный принцип подразумевает, что заявителю не могут предоставляться государственные и муниципальные услуги без выражения им воли по получению соответствующих услуг посредством запроса заявителя. Вместе с тем, заявителю могут быть предложены для предоставления те государственные, муниципальные и сопутствующие услуги, объективная потребность в которых заявителя может быть определена на основе понимания его законных интересов. При этом отправной точкой в определении соответствующих потребностях должна быть жизненная ситуация заявителя, в которой у него может возникнуть потребность в содействии со стороны публично-правовых образований.

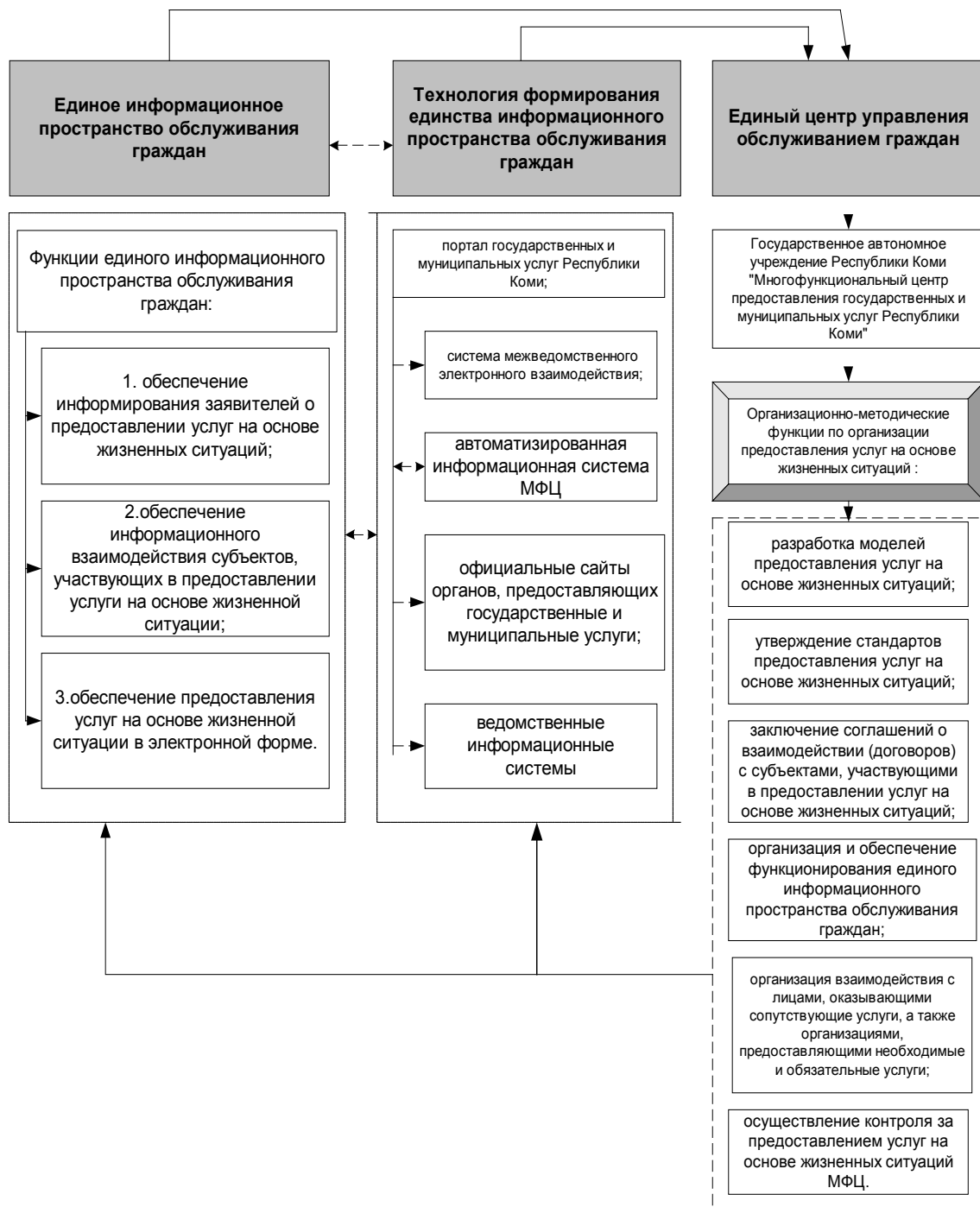
Обеспечение предоставления услуг на основе жизненной ситуации требует организации единого информационного пространства обслуживания граждан, представлено на рис.1. (составлено автором). Организация взаимодействия с лицами, оказывающими сопутствующие услуги, а также организациями, предоставляющими необходимые и обязательные услуги, осуществляется посредством заключения соответствующих договоров в соответствии с гражданским законодательством Российской Федерации. При этом должно со-

блюдаться антимонопольное законодательство РФ.

Участвовать в предоставлении услуг на основе жизненных ситуаций в части оказания

необходимых и обязательных услуг и сопутствующих услуг может любое лицо, которое оказывает такие услуги в соответствии с законодательством РФ.

Рис.1. Архитектура сервисной модели предоставления услуг на основе жизненных ситуаций (составлено автором)



Организация взаимодействия с лицами, оказывающими сопутствующие услуги, а также организациями, предоставляющими необходимые и обязательные услуги, осуществляется посредством заключения соответствующих договоров в соответствии с гражданским законодательством РФ. При этом должно соблюдаться антимонопольное законодательство РФ.

Участвовать в предоставлении услуг на основе жизненных ситуаций в части оказания необходимых и обязательных услуг и сопутствующих услуг может любое лицо, которое оказывает такие услуги в соответствии с законодательством РФ.

Проведенный автором анализ позволяет констатировать, что с 2011 г. в Республике Коми функционирует Портал государственных и муниципальных услуг (функций) Республики Коми, посредством сервиса Портала «Личный кабинет» заявители имеют возможность в целях получения услуги представлять документы в электронном виде, осуществлять мониторинг хода предоставления услуги, получать результат предоставления услуги в электронном виде.

С 2014 г. переведена в электронный вид и доступна на Портале (через сервис «Личный кабинет») 71 услуга (169 подуслуг). Услуги в электронном виде оказываются 9 органами исполнительной власти Республики Коми из 27 и 8 органами местного самоуправления в Республике Коми из 20 (муниципальных образований муниципальных районов и городских округов).

За 2013 г. посредством Портала заявителями было подано 884 заявления за услугами, предоставляемыми непосредственно через Портал (on-line). В 2013 году на Портале зарегистрировано около 188 тысяч посещений жителями Республики Коми для получения информации о государственных, муниципальных услугах, что составляет 21,3% населения Республики Коми.

Важно отметить, что продолжает работать республиканский проект «Коми 2.0», в рамках которого реализуются мероприятия по информированию широких слоев населения основам компьютерной грамотности, обучению работе с Единым порталом государственных и муниципальных услуг (функций) и региональным Порталом. За период с 2011 г. по настоящее время обучено и зарегистрировано на Портале 5 070 жителей Республики Коми.

С сентября 2012 г. работает Региональный центр телефонного обслуживания. Общее количество принятых и обработанных обращений граждан и организаций по бесплатному номеру по вопросам предоставления государственных и муниципальных услуг по состоянию на 01.02.2014 г. составило 48 299 обращений. Среднее время ожидания обратившегося гражданина до соединения с оператором не превышает 10 секунд. Доля успешных обращений, ответ по которым дан с первого раза, составляет 99%.

Предоставление услуг на основе жизненных ситуаций включает в себя действия МФЦ по организации предоставления: государственных и муниципальных услуг; необходимых и обязательных услуг; сопутствующих услуг.

Организация предоставления государственных и муниципальных услуг заявителю осуществляется на основе соглашений о взаимодействии с органами, предоставляющими государственные (муниципальные) услуги, заключенных в соответствии с Федеральным законом от 27 июля 2010 г. № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг».

Организация предоставления необходимых и обязательных услуг, а также сопутствующих услуг осуществляется на основе договоров, заключаемых в соответствии с гражданским законодательством РФ. Организация предоставления необходимых и обязательных услуг заявителю, а также сопутствующих услуг может включать в себя следующие действия МФЦ: предоставление заявителю о соответствующих услугах, их стоимости, лицах, предоставляющих такие услуги; направление заявки на предоставление соответствующих услуг; представление интересов заявителя при оказании соответствующих услуг в соответствии с гражданским законодательством РФ; получение документов, которые являются результатом оказания соответствующих услуг, их использование для организации предоставления государственных и муниципальных услуг, а также выдачи заявителю.

Порядок предоставления услуг на основе жизненных ситуаций включает в себя предварительный этап, этап обращения за предоставлением услуги, этап обработки представлен-

ных заявителем документов и информации, этап собственно предоставления услуги и оценку качества предоставления услуги на основе жизненной ситуации.

Предоставление услуг на основе жизненных ситуаций осуществляется МФЦ. В предоставлении комплексных услуг участвуют: органы, предоставляющие государственные и муниципальные услуги, получение которых необходимо для достижения заданных результатов комплексной услуги; организации, предоставляющие услуги, необходимые и обязательные для предоставления государственных и муниципальных услуг, получение которых необходимо для достижения заданных результатов комплексной услуги; лица, предоставляющие сопутствующие услуги, получение которых необходимо или целесообразно для достижения заданных результатов комплексной услуги.

Предоставление услуг на основе жизненной ситуации должно основываться на следующих документах:

1) нормативные правовые акты, регулирующие предоставление соответствующих государственных и муниципальных услуг:

- Федеральный закон от 27 июля 2010 г. № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг»;

- административные регламенты и иные нормативные правовые акты, регулирующие отношения, возникающие в связи с предоставлением государственных и муниципальных услуг (отраслевые федеральные законы, акты Правительства РФ и федеральных органов исполнительной власти, законы и иные нормативные правовые акты Республики Коми, муниципальные правовые акты);

2) документы, регулирующие вопросы деятельности МФЦ:

- Федеральный закон от 27 июля 2010 г. № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» и принимаемые в соответствии с ним нормативные правовые акты;

- соглашения о взаимодействии МФЦ и органов, предоставляющие государственные (муниципальные) услуги;

- уставы и положения о МФЦ;

3) документы, регулирующие оказание необходимых и обязательных услуг;

4) документы, регулирующие оказание со-

путствующих услуг.

При этом необходимо обеспечить нормативно-правовое закрепление предоставления услуг на основе жизненной ситуации. В этой связи должен быть принят нормативный правовой акт Республики Коми, устанавливающий случаи, порядок и сроки предоставления услуг на основе жизненной ситуации.

Кроме того, в отношении каждой услуги на основе жизненной ситуации необходимо утверждение стандарта ее предоставления, определяющего порядок предоставления МФЦ такой услуги. В целях организации предоставления услуги на основе жизненной ситуации необходимо заключение соглашений о взаимодействии МФЦ как с органами, предоставляющими необходимые государственные (муниципальные) услуги, так и иными субъектами, участвующими в предоставлении услуги на основе жизненной ситуации (с организациями, оказывающими необходимые и обязательные услуги, и лицами, оказывающими сопутствующие услуги).

В отношении каждой услуги на основе жизненной ситуации должна быть подготовлена модель оказания такой услуги, что будет способствовать внедрению системного подхода в практику сервиса государственных и муниципальных услуг.

Источники

1. Большакова Ю.М. О проблеме повышения качества государственного управления и реализации концепции «электронного управления» // Власть. 2014. №7. С. 28.

2. Данакин Н.С., Ильяева И.А., Материна О.П. Основы социальных технологий (Прикладная социология и психология). Белгород: ЦСТ. 1992. Ч.1.

3. Материалы Комиссии по повышению качества и доступности предоставления государственных и муниципальных услуг в Республике Коми от 28.06.2013 года [архив автора].

Витик С.В.,

к.э.н., старший преподаватель Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова.

Vitik S.V.,

Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical University.

РОЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ В РАЗВИТИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

THE ROLE OF THE ENTERPRISE IN THE DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL

Аннотация

В статье рассматривается необходимость и значимость участия предприятий в вопросах управления человеческим капиталом. Описываются факторы, способные воздействовать на развитие человеческих ресурсов.

Abstract

The article discusses the need for and the importance of participation of enterprises in the management of human capital. It also describes the factors able to influence the development of human resources.

Ключевые слова:

Человеческий капитал, рынок труда, градообразующие предприятия.

Keywords:

Human Capital, Labor Market, City-Forming Enterprises.

В условиях социально-экономической модернизации страны наиболее актуальными становятся вопросы управления и развития человеческого капитала. Именно человек со своими способностями и возможностями, багажом знаний, умений и навыков становится источником и главным производственным фактором для возможного увеличения темпов и объемов производства, как внутри одного предприятия, так и для роста производства на региональном и федеральном уровнях в целом.

На сегодняшний день, по данным Всемирного банка, рост мирового валового продукта на 16% обусловлен физическим капиталом, на 20% – природным, в то время как на долю человеческого капитала приходится 64% роста мировой экономики [1]. Таким образом, можно сказать, что от человеческого капитала зависит успех экономических перемен в деятельности отдельного предприятия, региона и страны.

Учитывая наличие крепкой производственной базы, промышленных площадок можно отметить Уральский Федеральный округ как один из локомотивов современной экономики. Для современных крупных предприятий, работающих в условиях жесткой конкуренции, важен экономический рост – увеличение объема, конкурентоспособность выпускаемой продукции. Однако для поддержания необходимого уровня качества и объемов производства, для своевременной реакции на быстро меняющиеся современные нововведения в технологиях необходим высококвалифицированный персонал. Наличие высших и средних учебных заведений в регионе обеспечивают достаточно высокий культурный уровень населения и работников предприятий, но необходимо дальнейшее развитие системы управления трудовыми ресурсами, внедрение современных управленческих подходов, методов стимулирования и мотивации персонала предприятия. Согласно оценке ООН, Россия в последние годы поднялась с 66-го на 55-е место в мировом индексе развития человеческого потенциала, в это время Швейцария, Финляндия и Сингапур занимают лидирующие позиции в этой области, что позволяет изучать некоторый опыт данных стран с последующим использованием с поправками на местную культуру и особенности населения [1].

На основании анализа можно выделить

ряд факторов, способных воздействовать в области развития человеческих ресурсов на отдельном предприятии и регионе в целом: невысокая конкурентоспособность некоторых категорий граждан, таких как молодые специалисты без опыта работы, женщины с маленькими детьми, трудоспособные инвалиды; отсутствие или недостаточная развитость корпоративной социальной ответственности предприятий перед своими работниками, что ведет к падению имиджа и привлекательности предприятий и к росту социально-психологической напряженности в обществе; неуровновешенность спроса и предложения на рынке труда вследствие недостаточной адаптивности системы образования к требованиям данного рынка; недостаточный уровень заработной платы в некоторых секторах, что ведет к непропорциональному распределению рабочей силы; увеличение численности персонала пенсионного возраста; диспропорция между большим количеством управляющего персонала и недостатком квалифицированных рабочих.

В виду вышеизложенных факторов складывается непростая ситуация на рынке труда. Основным направлением для ее стабилизации и регулирования является разработка комплекса мер по развитию человеческого капитала, что позволит повысить эффективность его использования.

Используя опыт лидирующих стран в области управления человеческими ресурсами, следует отметить их приверженность гуманистического подхода в управлении. Специальные подразделения следят за ежегодными результатами обучения детей, чьи родители положительно зарекомендовали себя на данном предприятии. В случае успешного окончания высшего учебного заведения их гарантированно принимают на престижное место с достаточно высоким окладом на предприятие, где работали их родители. В случае необходимости фирма компенсирует часть материальных затрат на качественное обучение детей. От такого взаимодействия выигрывают и предприятия, и отдельные работники. Семьи уделяют достаточное внимание подрастающему поколению; предприятие же, в свою очередь, получает гарантированно грамотного, молодого, лояльного специалиста. Такой подход наглядно демонстрирует возможности предприя-

тия стимулировать процессы воспроизводства будущих трудовых ресурсов, что особенно актуально в ситуации демографического кризиса, присутствующего в последние десятилетия в нашей стране.

Для создания эффективной трудовой мотивации в сфере профессионального труда на уровне предприятия необходимо сочетание ряда стимулов: высокий уровень оплаты труда и справедливое распределение доходов, различные виды материального поощрения, например, через систему премиальных, бонусов от прибыли, покупку акций предприятий, поощрения в виде дополнительных выходных и гибкого графика и т.д. Что касается нематериального стимулирования, то здесь в качестве примеров можно привести возможность привнесения творческих элементов в работу, творческие командировки, повышение по карьерной лестнице, выделение служебного транспорта, оплату транспортных расходов. В современных рыночных условиях все чаще используются методы сплочения коллектива с целью улучшения морального климата на предприятии и, как следствие, повышения результативности труда. В качестве этих методов выступают проведение совместных мероприятий развлекательного и оздоровительного характера, выделение предприятием средств для оплаты питания. Для крупных предприятий мощным методом стимулирования является предоставление кредитов на льготных условиях для приобретения жилья, предоставление льгот при страховании жизни работника с частичной компенсацией за счет средств предприятия. Установление определенных выплат, компенсаций, льгот работникам, имеющим детей, и работницам, собирающимся и уже находящимся в декретном отпуске, выделение средств на организацию дошкольного и школьного воспитания также могут выступать значимым стимулом трудовой мотивации работника, фактором, влияющим на уровень престижности трудовой деятельности на данном предприятии.

Это позволяет предположить, что нестандартные методы стимулирования труда работников предприятия (посредством предоставления всевозможных льгот работникам, имеющим детей) сегодня могут рассматриваться как механизм, создающий трудовые стиму-

лы и усиливающий трудовую мотивацию работников предприятия.

В целом же стимулирование труда как одно из направлений социальных программ предприятия преследует реализацию как стратегической цели, так и тактических задач предприятия.

Стратегической целью является обеспечение предприятия высокоценными трудовыми ресурсами в будущем периоде. Эта цель особенно актуализируется в условиях градообразующего монопредприятия, наличием которых характеризуется УРФО.

К тактическим задачам, имеющим потенциал своего решения через стимулирование труда, относятся:

1) реализация социальной функции предприятия посредством удовлетворения ряда потребностей работников;

2) улучшение социально-психологического климата на предприятии;

3) усиление трудовой мотивации и создание условий для трудовой активности работников;

4) повышение «устойчивости» персонала (рост показателей стабильности персонала, квалификационного состава, снижение показателей движения кадров предприятия);

5) улучшение состояния здоровья работников и их детей, что влечет за собой сокращение потерь рабочего времени по причинам болезни работников и ухода за больными детьми.

Кроме того, поскольку предприятия, реализуя социальную политику, берут на себя часть обязательств государства перед населением, это чаще всего влечет за собой лоббирование государством интересов предприятия. Например, это может проявляться в получении льготных кредитов государственных банков; регулировании государством действий естественных монополий; поддержке предприятия государственными заказами; защите от внешних поставщиков (импорта) и др.

Среди инструментов стимулирования труда, затрагивающих социальную сферу, на уровне предприятия можно выделить:

1) признание на уровне предприятия деятельности по рождению детей в качестве полноценной трудовой деятельности;

2) наличие дополнительной оплаты из

фондов предприятия участникам труда по рождению и воспитанию детей за его осуществление;

3) юридические условия (нормативные акты в рамках предприятия) по реализации труда связанного с рождением детей;

4) дополнительные пенсионные надбавки из фондов предприятия за качественную реализацию родительского труда;

5) создание благоприятной атмосферы на предприятии для реализации труда (морально-психологические инструменты).

Изучая имеющиеся методические подходы к управлению персоналом и кадрами, использование которых возможно с учетом ресурсов самого предприятия, среди них можно выделить комплекс следующих мер [2]:

-повышения квалификации кадров на базе внутрипроизводственного обучения работников,

- выстраивание правильной вертикали управления, для привлечения сотрудников в программы развития персоналом;

- умение налаживать и развивать коммуникации с целевыми группами для достижения привлекательности работодателя;

-наличие справочно-информационной базы для исследования внутренних и внешних возможностей рынка человеческого капитала;

- использование управленческих подходов, а также методов и инструментов стимулирования труда работников.

Проведенный анализ свидетельствует о том, что сегодня существуют методики, направленные на изучение функционирующих в трудовой сфере кадров на предприятии, но недостаточно развиты методики связанные с воздействием на социальную составляющую деятельности персонала, что непосредственно связано с воспроизводством будущих кадров предприятия – процесса, являющегося составной частью воспроизводства населения.

Важным направлением в области развития человеческих ресурсов, не задействуя возможности отдельного предприятия, является развитие малого и среднего бизнеса. Главной целью в данном направлении является выход малого и среднего бизнеса из нелегального положения. В рамках чего возможно использование ряда налоговых и административных решений, что будет способствовать их разви-

тию и стимулировать создание новых рабочих мест не только в сфере торговли, но и в производстве, инновационных разработках, сфере услуг.

В результате выполнения системы мер, состоящей из традиционных стимулов и методов, а также методов, затрагивающих социальную составляющую деятельности предприятия, становится возможным комплексно воздействовать на развитие человеческого капитала, возможно долговременное обеспечение предприятия высококвалифицированными кадрами, снижение текучести персонала, повышение производительности труда, создание новых рабочих мест что приведет к увеличению объемов производства как на уровне отдельного предприятия, так и на региональном уровне в целом.

Источники

1. Моргунова Ю. Умная экономика // Общество и экономика. 2014. №28. С. 4.
2. Комисарова Т.А. Управление человеческими ресурсами : учеб. пособие. М.: Дело, 2002.
3. Чижов Н.А. Кадровые технологии. М.: Экзамен, 2009.

Вотчель Л.М.,

к.филол.н., доцент Магнитогорского государственного
технического университета

Викулина В.В.,

к.филол.н., доцент Магнитогорского государственного
технического университета

Votchel L.M.,

Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State
Technical University.

Vikulina V.V.,

Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State
Technical University.

СИСТЕМНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. ПРЕДМЕТНЫЙ АСПЕКТ

SYSTEM DESCRIPTION OF BUSINESS. SUBJECT ASPECT

Аннотация

Предпринимательская деятельность представляет собой сложную социальную систему. Системный подход позволяет получить целостную характеристику этого вида экономической деятельности. Предметный аспект как один из методологических компонентов системной характеристики выявляет сущность предпринимательства как целостного объекта.

Abstract

Entrepreneurship is a complex social system. The system approach allows you to get a complete description of this kind of economic activity. Substantive aspect as one of the components of the methodological characteristics reveals the essence of entrepreneurship as a whole object.

Ключевые слова:

Предпринимательская деятельность, предпринимательство, системный анализ.

Key words:

Entrepreneurial activity, entrepreneurship, systems analysis.

Предпринимательство как вид экономической деятельности представляет собой сложную социальную систему. Чтобы получить представление о предпринимательской деятельности как системном объекте, то есть о ее целостности и одновременно внутренней организованности, о компонентах, которые необходимы и достаточны для ее функционирования, следует применить принципы системного подхода. Предметный аспект системного исследования предпринимательской деятельности предполагает решение трех взаимосвязанных задач:

- выявление системообразующего компонента предпринимательской деятельности, закономерности взаимосвязей компонентов этой системы, которые придают ей целостность и тем самым порождают у нее некоторые новые свойства, не сводящиеся к свойствам составляющих ее элементов;

- определение степени сложности предпринимательской деятельности, зависящей от того, на скольких уровнях располагаются исследуемые составляющие ее компоненты;

- сравнение данной системы с другими.

Данное направление исследования позволяет выявить законы предпринимательской деятельности.

Предпринимательство отражает весьма ощутимый феномен культурно-исторической действительности, и в определении этой категории должны присутствовать два аспекта – исторический и логический. Логическое определение предпринимательства позволяет определить сущность этого явления на основе более широких категорий; а историческое определение должно обобщить все скольконибудь значимые определения, сформировавшиеся в истории мысли.

Раскрывая логическое определение феномена «предпринимательство», следует отметить, что в русском языке «предпринимательство» употребляется в двух общих значениях – характеризуя определенный вид деятельности, и обозначая определенную общественную группу, занимающуюся этой деятельностью. Поскольку последнее практически всегда определяется через первое, нас интересует только первое из обычных словоупотреблений.

Под деятельностью мы понимаем целенаправленное преобразование объектов окру-

жающего мира в соответствии с потребностями человека. Когда результаты деятельности принимают товарную форму, они становятся результатами экономической деятельности. Предпринимательская деятельность – это экономическая деятельность по поводу создания и последующего обмена экономических благ в форме купли-продажи. При этом в процессе обмена осуществляется соотношение экономических затрат с результатами деятельности, определяется экономическая эффективность деятельности. Поэтому целью экономической деятельности выступает прибыль, полученная в сфере производства и обмена продуктов. Она становится источником расширенного общественного воспроизводства.

Поскольку целью предпринимательской деятельности является получение предпринимательского дохода за счет рискованных нововведений, она становится особым видом экономической деятельности. Предпринимательский доход наряду с нормальной прибылью формируют прибыль данного хозяйствующего субъекта. Благодаря предпринимательскому доходу расширенное воспроизводство получает новый импульс развития, осуществляется его переход в новое качественное состояние.

Основой предпринимательской деятельности, как любого вида деятельности, является противоречивое единство объективных и субъективных факторов. В предпринимательской деятельности в неразрывном единстве взаимодействуют особые объективные экономические функции и субъективные свойства того, кто их выполняет в рамках какого-либо предприятия. С предприятием, в изначальном смысле этого слова, связано предпринимательство. Это совместно организованные усилия по созданию каких-либо благ. Инициатором создания продуктов, приобретающих товарную форму, выступает предприниматель. На свой страх и риск он создает предприятие, проявляя предприимчивость в экономической сфере. Это универсальное сложное свойство экономического человека, которое включает инициативность, рискованность, оборотистость, находчивость, изобретательность, практичность, и стремление особым образом организовать предприятие [1]. Чтобы предприятие приносило систематическую прибыль субъект предпринимательства, ощущая на себе ответственность

за предложенную инициативу, старается превратить его из рискованной в стабильную, институциональную организацию. Имея личную заинтересованность получения предпринимательского дохода, предприниматель постоянно стремится расширять предприятие, вкладывать в него все новые ресурсы и развивать его во все новых формах.

Таким образом, предпринимательство – это деятельность, которая на основе риска иницирует, на основе предприимчивости организует, на основе ответственности стабилизирует, на основе личной заинтересованности развивает ту или иную форму создания и реализации товарной продукции.

Переходя к историческому обзору концепций предпринимательства, как социально – исторического феномена, необходимо отметить междисциплинарный характер исследований в этой области, существование многочисленных интерпретаций и основных методологических подходов к определению понятия «предпринимательство». В истории экономической мысли в определении содержания понятия «предпринимательство» до середины двадцатого столетия делается несколько важнейших шагов, которые связаны с изменением оценки характера предпринимательской деятельности и обусловлены парадигмальными сдвигами в изучении картины экономической реальности. В интерпретации представителей различных экономических школ понятие «предпринимательство» передавалось по-разному, как «entrepreneur» (эквивалент французского слова «предприниматель»), «enterprise» (предпринимательство), «entrepreneurial» (предпринимательский), «business-leader» (бизнес-лидер), «innovator» (инноватор), «capitalist» (капиталист), «adventurer» (авантюрист), «self-employed» (самозанятый) и даже «undertaker» (прямой перевод немецкого термина *unternehmer* – «предприниматель») [2, с.242]

Попытки найти объективные основания предпринимательства характерны для классической экономической школы [3, с.59]. Принято считать, что одним из первых, кто серьезно заинтересовался таким явлением, как предпринимательство, был Смит А. Однако за десять лет до него этими проблемами очень интенсивно занимался Кантильон Р. Именно ему принадле-

жит заслуга формулирования тезиса, согласно которому расхождения между спросом и предложением на рынке дают возможность отдельным субъектам рыночных отношений покупать товары дешевле и продавать дороже. Именно он назвал этих субъектов рынка предпринимателями. Предприниматель в понимании Кантильона был субъектом особым, наделенным способностями предвидеть, рисковать, брать на себя полноту ответственности за принимаемые решения не только в стандартных ситуациях, но и в обстоятельствах рискованных, в том числе инновациях. Кроме того, Кантильон обратил внимание на то, что такие люди преуспевают и в производстве, но не обязательно являются собственниками функционирующего капитала [4, с.95].

Французский экономист Сэй Ж.Б. имел личный опыт предпринимательской деятельности. В своем «Трактате по политической экономии» он вводит классическую формулу предпринимательства как комбинирования и перемещения факторов производства, а предпринимателя определяет как человека, организующего людей в процессе производства товаров и услуг. Предприниматель манипулирует с факторами производства в рыночном пространстве, перемещая их в новой комбинации из менее в более «привлекательные» сферы. Однако в отличие от представителей классической школы основную функцию предпринимателя он видел не в извлечении прибыли, а в организации и управлении процессом воспроизводства.

Заметный вклад в развитие теории предпринимательства внес Шумпетер Й. В своих исследованиях он отождествлял предпринимателя и инноватора. Инновация трактовалась им как открытие нового технического знания, используемого в воспроизводстве [5, с.169]. Согласно его выводам, в экономике, в которой отсутствуют технический прогресс, воспроизводство представляет собой рутинный процесс, где нет неопределенности будущего. В такой ситуации нет места и предпринимательскому доходу. Поэтому именно предприниматель, по мнению Шумпетера, является источником всех изменений в экономике.

В современной науке идеи Кантильона Р. нашли отражение в работах представителей австрийской экономической школы в лице Ми-

зеса Л., Хайека Ф. и особенно Кирцнера И. В частности, Кирцнер отмечал, что свойства неравновесных рыночных ситуаций заслуживают не меньшего внимания, чем равновесных. Неравновесные ситуации базируются на расхождении между спросом и предложением, как во времени, так и в пространстве. Отсюда и возникают возможности для получения добавочной прибыли, а сущность предпринимательства сопрягается с использованием этих возможностей [6, с.115].

Ряд авторов характеризуют предпринимательство через деятельность субъекта – предпринимателя. Так, Смит А. под предпринимателем понимал собственника предприятия, преследующего цель извлечение прибыли. Вслед за Смитом А. Маркс К. применил понятие «предприниматель» как синоним функционирующего капиталиста. Он один из первых обратил внимание на инновации как важнейший фактор накопления капитала и получения добавочной прибыли.

В поисках объективных условий осуществления предпринимательской деятельности развивали свои идеи Тюнен А., а впоследствии Найт Ф. Тюнену удалось развернуто охарактеризовать предпринимателя как обладателя особых качеств (умеющего рисковать, принимать нестандартные решения и отвечать за свои действия) и потому претендующего на незапланированный (непредсказуемый) доход. Правда, Тюнен считал, что предприниматель не обязательно должен быть инноватором.

Взгляды Тюнена были развиты Найтом. Он основательно исследовал такие категории, как риск и неопределенность, проводя между ними различия. Несмотря на неопределенность будущего, предприниматель может «угадать» основные параметры развития производства и обмена и потому получит дополнительный коммерческий эффект. Предпринимательский доход, по Найту Ф., – это разница между ожидаемой (прогнозируемой) денежной выручкой фирмы и реальной ее величиной. Такого дохода не может быть в стационарной экономике, где будущие события в точности предугадываются. Получение такого дохода связано с чрезвычайной неопределенностью, использованной под ответственность предпринимателя. Эта неопределенность по своей природе не может быть ни застрахована, ни капитализирована,

она порождается рынком.

Иной взгляд на проблему сущности предпринимательской деятельности вырабатывался у представителей других научных дисциплин, среди которых преобладают общая и социальная психология. Здесь в изучении сущности предпринимательства преобладает анализ субъекта данного вида деятельности. Так, у представителя немецкой классической школы Зомбарта В. понятие предпринимателя не совпадает ни с капиталистом, ни с фабрикантом, ни с купцом, ни с работодателем. Предпринимательство, по Зомбарту, – это «осуществление дальновидного плана, требующее длительного сотрудничества нескольких людей», а предприниматель – это буржуа, который, если хочет иметь успех, должен осуществлять одновременно три функции: «завоевателя», «организатора», и «торговца» [7, с.117]. Главной целью предпринимателя он называет стремление к процветанию и росту своего дела, а рост прибыли ставит на второй план. Тот, кто стремится, прежде всего, получить прибыль, по утверждению Зомбарта В., никогда не станет настоящим предпринимателем.

С точки зрения другого представителя этой школы Вебера М. «дух капитализма» в значительной степени производный от религиозных устоев, чем личностных качеств у Зомбарта. Носителем «духа капитализма» является предприниматель. С точки зрения Вебера М., в качестве необходимых условий для предпринимательской деятельности выступают ценности протестантской этики [8].

Что касается современных экономических трактовок предпринимательства в зарубежной и отечественной литературе, то в разнообразных его определениях отличительным признаком выступает инновационный характер данной деятельности. Друкер П., в частности, считал, что предпринимательство – это не наука и не искусство, а конкретная практическая деятельность, базой для которой выступают современные знания. Содержанием, функцией предпринимательства являются нововведения во всех сферах деятельности, в том числе и в управлении. В книге «Нововведения и предпринимательство», он писал, что «нововведение – это особый инструмент предпринимателей, средство, при помощи которого они используют изменения как шанс осуществить

новый вид бизнеса или услуг». Аналогичной позиции придерживается шведский экономист и психолог Варнерид К.Э., определяющий предпринимательство как деятельность по созданию социальных связей или социальных структур (таковой, несомненно, является фирма, предприятие, компания), в той сфере, где раньше их не существовало [8]. В отечественной литературе близкой точки зрения придерживаются Абалкин Л.И., Автономов В.С., Агеев А.И., Бунич П.Г., Бусыгин А.В., Горланов Г.В., Емельянов А.М., Заславская Т.И., Куликов В.В., Лившиц А.Я., Радаев В.В., Черников Г.П., Чепуренко А.Ю., Яковлев В.М. и другие.

Таким образом, в целом можно выделить три основных позиции, вытекающие из трактовки предпринимательства как инновационной деятельности.

Согласно первой, предпринимательство есть разновидность социальной деятельности (поведение социального субъекта), это специфическая деятельность, связанная с инновациями и в некоторых случаях с риском. Поэтому инновационность – особый инструмент предпринимательства, а само предпринимательство как действие направлено на то, чтобы вдохнуть в имеющиеся ресурсы (капитал, труд, управление и время, которые одинаковы для всех видов социальной деятельности) новые свойства с целью создания экономических благ.

В соответствии с другим подходом, предпринимательство трактуется как вид хозяйственной деятельности, то есть ограничивается экономической сферой. В понимании содержания этой деятельности у экономистов есть определенные разногласия, где можно явно обнаружить две тенденции в определении предпринимателя.

Во-первых, как хозяйствующего субъекта, осуществляющего сугубо репродуктивные функции комбинирования факторов производства с целью извлечения и максимизации дохода. Данное направление зародилось в статических системах классической и неоклассической экономических школ, представителями которых описывали предпринимательскую функцию как часть экономического «мира», смоделированного ими (Кантильон Р., неоклассики Вальрас А.Л., Кларк Дж. Б., Маршалл А., основатель теории трансакционных издержек Коуз Р.). Роль предпринимателя как утилиза-

тора уже имеющих рыночных возможностей, координатора наличных ресурсов для удовлетворения спроса представляется здесь достаточно пассивной. В современной интерпретации (например, у Хоскинга А.) «предприниматель» и «бизнесмен» выступают как синонимы [9, с.9].

Во-вторых, определяется как хозяйственный субъект, осуществляющий инновацию. Подчеркивается активный, инновационный характер предпринимателя, который в условиях рыночного несовершенства и неопределенности результатов экономического действия создает новые рыночные возможности (осуществляет новые комбинации факторов производства).

Популярным остается и взгляд на предпринимателя как агента экономического роста, несущего бремя различных рисков в условиях неопределенности спроса (у Кантильона Р., Мизеса Л., Милля Дж., Найта Ф., Тюнена Дж. и др.), что, впрочем, отнюдь не всегда считается существенной чертой предпринимателя (подтверждение тому – позиция Шумпетера Й.).

И, наконец, имеет место попытка рассматривать предпринимательство через понятие «предприниматель», под которым подразумевается человек, действующий в условиях свободной рыночной экономики и преследующий в качестве основной цели максимизацию прибыли. Современное прочтение предпринимательской функции дает, например, Третий Международный словарь Вебстера, определяя предпринимателя как «организатора экономического предприятия, кто его начинает, им владеет, управляет и принимает на себя риск своего бизнеса». При этом предприимчивость как бы остается на втором плане, уступая место трактовке предпринимательства как типа экономической деятельности, с одной стороны, и социального слоя – с другой.

Обзор эволюции взглядов на роль и сущность предпринимательства, наглядно свидетельствует не только о развитии самих взглядов, но и об исторической эволюции самого «духа» предпринимательства и «экономической психологии» людей его выражающих – предпринимателей. Подтверждение такому выводу находим, например, у Зомбарта В., противопоставившего понятие «хозяйственной системы» понятию «хозяйственная эпоха», под

которым он понимал исторический промежуток времени, когда преобладала определенная хозяйственная система. Взгляды Зомбарта В., как известно, сформировались под влиянием идей Маркса К., который развивал учение о смене общественно-экономических формаций. Марксизм в основу классификации исторических формаций кладет господствующие в них общественно-экономические уклады или способы производства.

Таким образом, в приведенных трактовках предпринимательство охватывает разнородные признаки: экономические (получение прибыли, автономность экономических решений), социокультурные (социальный слой, группа), психологические (творчество, личный риск, удовлетворенность). Это подтверждает сложность и многогранность исследуемого явления.

Логический и исторический аспекты анализа предпринимательской деятельности позволяют выявить сущность предпринимателя как субъекта этой деятельности. Предприниматель – «человек экономический», субъект деятельности, который по-особому на инновационной и рискованной основе организует и управляет процессом воспроизводства, в том числе процессами производства, распределения, обмена и потребления, что дает возможность получения предпринимательского дохода. Процесс получения предпринимательского дохода составляет глубинную экономическую сущность деятельности данного субъекта.

Неотъемлемой частью предпринимательства признаются новаторство и новизна, которые проявляются в изготовлении нового неизвестного потребителям блага; открытий новых способов производства (технологий) и коммерческого использования уже существующих благ; освоение новых рынков сбыта; использовании новых источников сырья; изменение структуры отрасли.

Но предприниматель – это особый вид новатора. Он должен обладать особыми свойствами предвидения, инициативности и уверенности, обладать способностью победить власть рутины, вырваться за пределы обыденного. Однако предприниматель должен быть способен не только решиться на применение новой комбинации, но и серьезно оценить ее. Он должен обладать основательным знанием дела, широтой кругозора для оценки разных

осложняющих условий, способностью всестороннего обсуждения вопроса, то есть являться, в какой-то мере, аналитиком. При этом в обычной жизни он может быть нерешительным, застенчивым, скромным, а в хозяйственной деятельности, наоборот, он должен обнаруживать дерзания, быть революционером.

Таким образом, личностные качества предпринимателя определяют способность субъекта по-новому соединять факторы производства. Они, в свою очередь, обусловлены свойствами объекта предпринимательской деятельности. Необходимость придания товару новых потребительных свойств, предполагает наличие таких личностных качеств субъекта как умение принимать нестандартные новаторские решения в неопределенных ситуациях; умение оперативно оценивать инновации с точки зрения эффекта и конечного результата предпринимательской деятельности; умение рисковать на основе оценки рыночной ситуации и т.д. Реализация этих способностей во взаимодействии с объектом отличает данного субъекта от обычного экономического агента. Другими словами, созидательная сила вместе со стремлением к прибыли и риском убытков составляют сущностные черты предпринимателя.

В предпринимательской деятельности выделяют три компонента – личностный, экономический и организационно-управленческий, которые определяют специфику данного вида экономической деятельности [10]. Они находятся в органической взаимосвязи и проявляются в едином процессе предпринимательской деятельности. В связи с этим, предпринимательская деятельность – это особый вид экономической деятельности, в которой ее субъект, предприниматель, экономически целесообразно соединяет ресурсы (вещественные и личные факторы производства), организует и управляет процессом воспроизводства на инновационной основе, хозяйственном риске, экономической ответственности за конечные результаты с целью получения предпринимательского дохода.

Источники

1. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. М.: Олма-Пресс, 2005.
2. Блауг М. Экономическая жизнь в ретроспективе. М.: Дело ЛТД., 1994.

3. Вотчель Л.М., Викулина В.В. Теоретические основания концепции «человека экономического» // Экономика и политика. 2014. №1(2).
4. Майбурд Е.М. Введение в историю экономической мысли. М.: Дело, Вита-Пресс, 1996.
5. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Эксмо, 2007.
6. Бартенев С.А. Экономические теории и школы. М.: Юрист, 2001.
7. Костюк В.Н. История экономических учений. М.: Центр, 2001.
8. Задорожнюк И.Е. Инновационное предпринимательство // Социологические исследования. 1991. №3.
9. Хоскинг А. Курс предпринимательства. М.: Международные отношения, 1993.
10. Вотчель Л.М., Викулина В.В. Предпринимательство как феномен бытия «человека экономического»: монография. Магнитогорск: МаГУ, 2011.

Гнедина Т.И.,

к.филос.н., доцент Магнитогорского государственного
технического университета им. Г.И. Носова.

Gnedina T.I.,

Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State
Technical University.

К ВОПРОСУ ОБ ИСТОРИИ РАЗВИТИЯ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ

THE ROLE OF THE ENTERPRISE IN THE DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL

Аннотация

Об единой государственной политике в области демографии можно говорить только применительно к современному периоду в жизни РФ. Отдельные ее элементы присутствовали в советский период. В России 1990-х годов в условиях острого социально-экономического кризиса демографическая политика практически не осуществлялась. Сложные демографические проблемы, с которыми столкнулась современная Россия, не носят сиюминутного характера, они будут влиять на жизнь страны на протяжении многих десятилетий.

Abstract

On a unified state policy in the field of demography we can speak only in relation to the modern period in the life of the Russia. Some elements were present in the Soviet period. In Russia of the 1990s in the context of an acute social and economic crisis the demographic policy practically was not implemented. Complex demographic problems faced by today's Russia, are not ephemeral nature, they will affect the life of the country for many decades.

Ключевые слова:

демография, генофонд, брак, семья, материнство и детство, рождаемость, смертность, численность населения, иммиграционная политика, демографическое воспроизводство, аборт, статистика.

Keywords:

Demography, gene pool, marriage, family, motherhood and childhood, fertility, mortality, population size, immigration policies, demographic reproduction, abortion, statistics.

Говорить о многовековой государственной демографической политике в России – в строгом понимании этого термина – вряд ли можно. Но какие-то элементы ее в разное время присутствовали, особенно в советский период.

В разные периоды развития России [1, с. 257]: принимались меры для сохранения и увеличения численности населения страны; приветствовались и поощрялись действия по сохранению позитивных качеств (физических и духовных) генофонда; одобрялась и в меру возможностей поддерживалась активность в деторождении; осуждалась нестойкость брака, существовали и стабильно сохранялись сложности для расторжения брака; осознавались, поддерживались, выносились на общественное одобрение позитивные демографические инициативы, новации россиян; постепенно осознавалась необходимость разработки и введения централизованной демографической политики в стране.

Остановимся подробнее на законодательных мерах в области демографической политики в бывшем СССР и современной России. До начала 1980-х гг. в СССР проводилась, главным образом, семейная политика, обычно называемая охраной материнства и детства, и не направленная непосредственно на изменение параметров демографического воспроизводства. К числу немногих исключений относился законодательный запрет абортов в 1936 г. (отменен в конце 1955 г.). В условиях использования аборта как одного из основных методов предотвращения нежеланных рождений его запрет привел к кратковременному росту рождаемости – суммарный коэффициент рождаемости в СССР повысился с 4,2 в 1936 г. до 4,9 в 1937 г. и 4,7 в 1938 г. [2, с.118]. Тем не менее, законодательный запрет абортов не смог прервать долговременную тенденцию к снижению рождаемости. В СССР в 1949 г. СКР составлял 3,3, в 1950 г. – 3,1, в 1955 г. – 2,9. Отмена законодательного запрета аборта в 1955 г. не привела к каким-либо резким отклонениям от этой тенденции – СКР в 1956-1958 гг. оставался на уровне 2,9 [3, с. 32], а в последующие годы продолжил свое падение.

Демографическая политика в СССР была наиболее активной в первой половине 1980-х гг. В 1981 г. было принято постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР «О мерах по

усилению государственной помощи семьям, имеющим детей» [2].

Постановлением предусматривалось введение для работающих матерей, а также для женщин, обучающихся с отрывом от производства, частично оплачиваемого отпуска по уходу за ребенком до достижения им 1 года. Ежемесячный размер выплачиваемого при этом пособия составлял 35 руб., а в районах с неблагоприятным климатом – 50 руб. (для сравнения: заработная плата начинающего специалиста с высшим образованием в тот период обычно не превышала 90-120 руб.). Кроме того, были установлены единовременные пособия при рождении детей (50 руб. при рождении первого ребенка, 100 руб. при рождении второго и третьего детей), предусмотрено введение для женщин, имеющих двоих и более детей до 12 лет, ежегодного трехдневного оплачиваемого отпуска, гарантировалось сохранение трудового стажа на период ухода за ребенком до достижения им 1,5 лет. Целесообразность таких мер была обоснована необходимостью создания наиболее благоприятных условий для роста населения и воспитания подрастающих поколений [2, с.519]. Вслед за введением частично оплачиваемых отпусков по уходу за ребенком в 1981-1982 гг. произошел заметный рост суммарных коэффициентов рождаемости.

В России 1990-х гг., в условиях острого социально-экономического кризиса, демографическая политика практически не проводилась. В 1993 г. Правительство России, отвечая на вопрос Секретариата ООН о политике в отношении темпов роста населения, обозначило свою позицию как «не вмешиваться» [2, с.519]. Та же позиция была декларирована и в отношении рождаемости. В 1991 г. эта позиция была изменена, и в качестве цели было названо повышение уровня рождаемости и темпов роста населения.

В 2000 г. Президент России Путин В.В. в Послании к Федеральному Собранию РФ отметил: «Уже несколько лет численность населения страны в среднем ежегодно уменьшается на 750 тысяч человек. И если верить прогнозам, а прогнозы основаны на реальной работе людей, которые в этом разбираются, уже через 15 лет россиян может стать меньше на 22 миллиона человек. Я прошу вдуматься в эту цифру: седьмая часть населения страны. Если нынеш-

няя тенденция сохранится, выживаемость нации окажется под угрозой. Нам реально грозит стать дряхлеющей нацией. Сегодня демографическая ситуация – одна из тревожных» [4].

Правительством РФ 24 сентября 2001 г. была одобрена Концепция демографического развития РФ на период до 2015 г., разработанная на основе Указа Президента РФ от 10 января 2000 г. № 24 «О концепции национальной безопасности РФ» [5]. Эта концепция представляет собой систему взглядов, принципов и приоритетов в сфере регулирования демографических процессов. Существенной особенностью концепции является первостепенное внимание, уделяемое вопросам снижения смертности и продолжительности жизни.

В Докладе о состоянии и тенденциях демографического развития РФ в 2002 г., подготовленном Министерством труда и социального развития РФ, высказывается негативное отношение к попыткам введения запрета на аборт и указывается, что такой запрет «может спровоцировать криминализацию данной сферы медицинских услуг» [6].

В соответствии с Федеральным законом «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственных пособиях гражданам, имеющим детей» от 28 декабря 2001 г. № 181-ФЗ с 1 января 2002 г. повышены размеры единовременного пособия при рождении ребенка с 1500 до 4500 руб.; с 200 до 500 руб. – ежемесячного пособия на период отпуска по уходу за ребенком до достижения им полутора лет; со 100 до 300 руб. единовременного пособия женщинам, вставшим на учет в медицинских учреждениях в ранние сроки беременности; со 100 до 300 руб. пособия по беременности и родам женщинам, уволенным в связи с ликвидацией предприятий, учреждений и организаций в течение 12 месяцев, предшествовавших дню признания их безработными в установленном порядке [7]. Кроме того, в ряде субъектов Федерации введены дополнительные выплаты и пособия семьям, имеющим детей.

В Послании Федеральному Собранию РФ от 16 мая 2003 г. Президент России Путин В.В., перечисляя наиболее серьезные угрозы, перед лицом которых стоит Россия, назвал среди них и неблагоприятную демографическую ситуацию [8]. Кроме того, в Послании отмечалось, что России необходима иммиграционная по-

литика, «выгодная для страны и удобная для людей. Особенно для жителей СНГ. Для тех, кто близок нам и с кем мы хорошо понимаем друг друга. С кем говорим на одном языке. Это люди нашей с вами общей российской культуры» [8].

На наш взгляд, самой актуальной современной проблемой демографической политики в РФ можно назвать повышение рождаемости. Но необходимо понимать, что сложные демографические проблемы, с которыми столкнулась Россия, не носят сиюминутного характера, они будут влиять на жизнь страны на протяжении многих десятилетий.

Источники

1. Демография: учебное пособие / под ред. В.Г. Глушковой. М., 2004.
2. Демография и статистика населения: учебник / под ред. И.И. Елисеевой. М., 2006.
3. Андреев Е. М., Дарский Л. Е., Харькова Т.Л. История населения СССР 1920-1959 гг. М., 1990.
4. Послание Президента РФ к Федеральному собранию РФ // Российская газета. 2000. 4 декабря.
5. О концепции национальной безопасности РФ: Указ Президента РФ от 10 января 2000 г. № 24 // Собрание законодательства РФ. 2000. № 2. Ст. 170.
6. Доклад о тенденциях демографического развития РФ (региональный аспект). М., 2002. С. 22.
7. О государственных пособиях гражданам, имеющим детей: Федеральный закон от 28 декабря 2001 г. № 181 // Российская газета. 2001. 30 декабря.
8. Послание Президента РФ к Федеральному собранию РФ от 16 мая 2003 г // Российская газета 2003. 18 мая.

Горохова О.В.,

Ассистент Магнитогорского государственного
технического университета им. Г.И. Носова.

Gorokhova O.V.,

Assistant professor of Nosov Magnitogorsk State
Technical University.

МОДЕРНИЗАЦИЯ РЕГИОНА КАК ИНСТРУМЕНТ ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

MODERNIZATION OF THE REGION AS AN INSTRUMENT OF ITS ECONOMIC GROWTH

Аннотация

Динамика современной рыночной среды способствует тому, что вопросы, касающиеся экономической модернизации регионов становятся актуальными и первостепенными. В статье рассмотрены особенности модернизации региона как инструмента его экономического роста и развития.

Abstract

The dynamics of modern market environment contributes to the fact that issues relating to economic modernization regions become urgent and paramount. In the article the peculiarities of modernization of the region as an instrument of its economic growth and development.

Ключевые слова:

Модернизация, модернизация региона, экономический
рост, экономическое развитие.

Key words:

Modernization, modernization of the region, economic
growth, economic development.

Модернизация – это важнейший аспект экономического развития и дальнейшего нормального функционирования любого хозяйствующего региона. В свою очередь от уровня экономического развития регионов зависит успешное функционирование и процветание государства в целом.

Роль модернизации экономики региона в современных рыночных условиях, для которых характерны процессы интеграции и глобализации национальной экономики, очень велика. Это связано и с межгосударственной конкуренцией на внешнем рынке, и с конкуренцией межрегиональной на внутреннем рынке. Необходимо отметить, что термин модернизация – понятие довольно многогранное, и связано оно с какими-либо изменениями в социальной, экономической, политической и других сферах жизни региона с целью улучшения каких-либо показателей, характеризующих эти сферы. Таким образом, можно сказать, что модернизация – это инструмент, при помощи которого регион улучшает свою хозяйственную деятельность, повышает экономический рост и уровень благосостояния населения, и который требует объединения всех ресурсов как производственных, так и человеческих.

Большинство научных обоснований отечественных ученых содержат в себе ту или иную ценность и заслуживают быть учтенными и использованными в процессе общественного консенсуса по вопросам модернизации. Следует отметить, что практически во всех известных публикациях в числе системной совокупности важнейших направлений действий решающая роль отводится проблемам структурной перестройки народного хозяйства под руководством и непосредственным участием государства (в т.ч. финансовыми и имущественными ресурсами), развитию и реализации человеческого потенциала [1]. Действительно, органы власти (как на уровне муниципалитета, так и на уровне РФ) – это своего рода рычаг, который и должен управлять всеми модернизационными процессами региона.

Региональное управление сегодня должно быть стратегически ориентировано на формирование на своей территории экономики инновационного типа на основе масштабной структурной перестройки и трансформации мышления и поведения всех категорий регио-

нального сообщества. А это сегодня немыслимо без использования системного подхода. Можно утверждать, что именно системный подход способен составить общую теоретико-методологическую основу становления и развития инновационной экономики в регионе. Инновационные преобразования в регионе должны опираться на научные представления о сложной взаимозависимости протекающих социально-экономических и институциональных процессов, преобладании в настоящее время многоаспектных межотраслевых, межсекторальных, интеграционных, комбинированных связей, отношений, форм, структур, явлений и тенденций [1]. В современных рыночных условиях, когда происходит интеграция России в мировое экономическое сообщество, роль инноваций значительно возрастает. Инновации включают в себя как научно-технический прогресс, так и новые способы организации производства и сбыта. Здесь стратегическая задача состоит в достижении конкурентоспособности экономики страны и ее хозяйствующих субъектов (регионов) как на внутреннем так и на внешнем рынках [2].

Таким образом, можно сформулировать некоторые умозаключения в плане формирования программы модернизации региона, как инструмента его экономического роста. Итак, экономическая модернизация региона должна учитывать следующие аспекты:

- 1) приоритеты должны отдаваться развитию НИОКР и сфере инновационных технологий;
- 2) должен быть использован системный подход;
- 3) участие органов власти;
- 4) направленность экономической деятельности регионов на общую цель – это повышение конкурентоспособности страны в целом на внешних рынках.

Источники

1. Маннапов Р.Г., Берешева Л.А. Региональный аспект развития сферы услуг в контексте модернизации отечественной экономики // Проблемы современной экономики. 2013. №1(45). С. 205-208.

2. Горохова О.В. Конкурентоспособность хозяйствующих субъектов в современных рыночных условиях // Социально-экономическое развитие хозяйствующих систем в современных условиях: опыт, проблемы, перспективы: сб. ст. межд. науч.-пр. конф. / под ред. С.Г. Журавина. Магнитогорск: ГОУ ВПО «МГТУ», 2010. Т.2. С. 227-230.

Грызенова Ю.В.,

к.э.н., доцент Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

Gryzenkova Yu.V.,

Ph.D., assistant professor of Financial University under the Government of the Russian Federation.

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ СТРАХОВАНИЯ НА СЛУЧАЙ ПРИРОДНЫХ И ТЕХНОГЕННЫХ КАТАСТРОФ В РОССИИ

PROBLEMS OF INSURANCE OF NATURAL AND MAN-MADE DISASTERS IN RUSSIA

Аннотация

В статье обосновываются принципы организации страхования на случай природных и техногенных катастроф в условиях нарастания и видоизменения рисков, вызванных как объективными, так субъективными причинами.

Abstract

In the article the principles of insurance of natural and manmade disasters in the conditions of growing risks and variations caused by both objective subjective reasons.

Ключевые слова:

Страховой случай, страхование, техногенные катастрофы.

Keywords:

Insurance case, insurance, man-made disasters.

Страхование от природных катастроф в России является довольно развитым, его теория и методология прорабатывалась со времен СССР. Риски наводнений и засух, оползней, землетрясений, падения метеоритов, проявлений вулканической деятельности, масштабных пожаров, а также техногенных катастроф в России можно встретить в типовых правилах страхования имущества физических и юридических лиц, а также страхования ответственности предприятий – источников повышенной опасности, причем в отношении последних с 2012 года действуют нормы обязательного страхования.

Однако, как показывает практика страхования и, что более важно, урегулирования последствий природных катастроф последних лет в России, большинство наших граждан не застраховано от данных рисков. При этом понимание тяжести последствий данных рисков и угроз у населения за счет теленовостей и научно-популярных книг и телепередач присутствует.

Действительно, последние сто – сто пятьдесят лет в мире существует постоянная тенденция: природные катастрофы приводят к все более огромным человеческим жертвам и финансовым потерям, уже вполне сравнимые с экономическими результатами мировых войн. Обусловлено это тем, что все больше людей проживают в районах, подверженных опасностям, городские агломерации в странах третьего мира стремительно расширяются, при том, что расположены они в большей степени в районах, потенциально и реально опасных для жизни. Значительный вклад в расширение проблемных территорий вносит изменение климата, когда местности, ранее спокойные с этой точки зрения, становятся опасными. В результате, все большее число людей и имущества будет находиться в опасности, что требует своего решения, в т.ч. и со стороны страховых компаний и обществ взаимного страхования.

Очевидно, что значительный характер ущерба от природных и техногенных катастроф, особая социальная значимость страхования от этих рисков должны побуждать государства стремиться так регулировать рынок, чтобы граждане и бизнес чувствовали себя финансово защищенными и уверенными, что если несчастье произойдет, то искать средства на восстановление не придется.

Несмотря на продолжающийся рост и качественное изменение природных и техногенных рисков, а также значительное увеличение внимания к ним (для это достаточно проанализировать рост популярности фильмов-катастроф, вызванный как объективными факторами, так и субъективной природой проблем 2000-го г. и конца календаря мая в 2012 г.) в 2013 г. в среднем страховые потери от природных и техногенных катастроф были ниже, чем в предыдущие годы. Конечно, это является проявление вероятностной природы этих событий, когда со 100% уверенностью заблаговременно предсказать количество природных или техногенных катастроф нельзя. Тем не менее, наводнения и штормы на Дальнем Востоке России, в Европе и Азии показали, что могут нанести современной экономике тяжелый урон, а стихийные бедствия повлечь за собой уничтожение человеческой жизни и имущества. Конечно, это вызывает рост потенциальных страховых интересов и в случае их подкрепления реальным спросом со стороны потребителей страховых услуг – рост страховых тарифов.

По данным компании «Swiss Re», в 2013 г. в результате негативных природных явлений погибло 26 000 человек, а оценка совокупного финансового ущерба от прошедших в 2013 г. 308 катастроф составляет не менее 140 млрд. долларов США. При этом следует отметить, что показатели 2013 г. ниже, чем средние общемировые за последние десять лет.

В настоящее время в мире рассматривается и используется несколько вариантов организации страхования от природных катастроф, но уже сейчас можно выделить определенные принципы его реализации:

- повышенные требования к профессионализму страховщиков,
- использование лучших практик (best practices), наработанных по всему миру,
- наличие системы коллективных гарантий на основе страховых пулов,
- формирование адекватной задачам страхования инвестиционной политики,
- наличие жестких ограничений на использование средств,
- наличие системы сдержек и противовесов в структуре управления страхованием,
- обеспечение информационной прозрачности страхования,

- сочетание возможностей международного перестрахования и участия государства в оплате катастрофических убытков.

Очевидно, что в России, испытавшей на себе за последние 10-15 лет природные катастрофы в Ленске и Крымске, масштабное наводнение на Дальнем Востоке и лесные пожары в Подмосковье, также придется формировать собственную систему национального страхования от природных и техногенных катастроф. Причем в данном случае придется преодолевать, в том числе, и недоверие российских граждан и предприятий, что без «перезагрузки» российского страхового рынка, поддержки государства и соответствующей информационной кампании не представляется возможным.

Проблемой в случае развития страхования от природных катастроф может стать недостаточная капитализация российских страховых и перестраховочных компаний, а также возможность организации «псевдострахования», так как страховые случаи по данному страхованию могут не происходить по несколько лет или десятилетий. В течение спокойных лет страховые компании должны формировать значительные страховые резервы, адекватные катастрофическим рискам, что неизбежно потребует усиления государственного страхового надзора.

Следует учесть и вновь появившиеся для национальной системы страхования России проблемы, связанные с введением санкций против РФ из-за событий в Крыму и в Украине со стороны США и их союзников, располагающих как надежной перестраховочной емкостью, так и развитой методологией страхования и перестрахования катастрофических рисков.

Одним из обсуждаемых в настоящее время решений является создание федеральной (государственной) перестраховочной компании, которая сможет на себя брать избыточные для российских страховщиков риски. Отметим, что в этом случае не решается проблематика социализации страховых услуг, в то время как прямое участие государства на перестраховочном рынке создаст иные проблемы, связанные с неравенством частного и государственного капитала, искажение конкурентной среды и трудности для формирования эффективного страхового рынка.

Также профессиональное страховое сообщество периодически возвращается к идее

введения обязательного страхования имущества граждан, покрывающее, в том числе, риски природных катастроф. Данное потенциально обязательное страхование не вполне вписывается в российскую институциональную среду и поэтому рассматриваются различные варианты вмененного страхования. Например, установление связи между уровнем государственной помощи пострадавшим от стихийных бедствий и наличием у них договора страхования. В случае отсутствия договора предполагается лишь минимальный объем помощи, гарантированный Конституцией России и ее социальным законодательством.

Однако очевидно, что вышеизложенные проблемы и трудности с имплементацией страхования российского населения от природных катастроф должны быть преодолены, так как иначе создать устойчивую и эффективную экономику и социальную сферу не представляется возможным.

Источники

1. Natural catastrophes and manmade disasters in 2013: large losses from floods and hail; Haiyan hits the Philippines // Sigma. 2014. №1.
2. Батадеев В.А. Страхование в системе устойчивого развития экономики России. Орел: Изд. Светлана Зенина, 2012.
3. Инновационное развитие России: проблемы и решения: монография / под ред. М.А. Эскиндарова, С.Н. Сильвестрова. М., Анкил, 2013.
4. Кириллова Н.В. Страховая безопасность // Страхование. 2013. №8.
5. Сахирова Н.П. Страхование в социально-экономической системе России. М.: ГУУ, 2005.
6. Страхование в Российской Федерации: сборник статистических материалов за 2013 год / под ред. И.Ю. Юргенса, А.А. Цыганова. М.: ООО «НПО «МАКСС Групп», «Богородский печатник», 2014.
7. Цыганов А.А. Развитие страхового рынка России в контексте мирового страхового хозяйства // Страхование. 2006. №11.
8. Цыганов А.А. Этичное развитие страхового бизнеса // Современные страховые технологии. 2014. №4.

Долгополов О.В.,

к. филол.н., доцент Магнитогорского государственного
технического университета им. Г.И. Носова.

Dolgoplov O.V.,

Phd., assistant professor of Nosov Magnitogorsk State
Technical University.

ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АВТОНОМНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

FEATURES OF ACCOUNTING OF BUSINESS ACTIVITIES IN THE AUTONOMOUS INSTITUTIONS

Аннотация

В статье рассматриваются особенности ведения бухгалтерского финансового учета предпринимательской и уставной деятельности в автономных учреждениях с учетом современного состояния нормативной базы и авторских методик ведения учета.

Abstract

This article discusses the peculiarities of the financial accounting of entrepreneurial and statutory activities in autonomous institutions, taking into account the current state of the regulatory frame-work and the author's techniques of accounting.

Ключевые слова:

Автономное учреждение, финансовый учёт, предпринимательская деятельность, уставная деятельность, раздельный учёт доходов и расходов.

Keywords

Autonomous institution, financial accounting, entrepreneurship, statutory activities, separate accounting of revenues and expenditures.

3 ноября 2006 г. Президент РФ Путин В.В. подписал Федеральный закон № 174-ФЗ «Об автономных учреждениях». Этот Федеральный закон «Об автономных учреждениях» (далее по тексту ФЗ-174) принят в рамках исполнения Плана мероприятий по обеспечению реструктуризации бюджетного сектора. Он предусматривает создание нового типа государственных и муниципальных учреждений, так как главной целью бюджетной реформы является сделать государство эффективным собственником. А добиться этого можно, сделав эффективной работу каждого элемента государственной структуры. В данном контексте и следует рассматривать и принятие Закона «Об автономных учреждениях». Он подчинен главной задаче – реструктурировать бюджетную сферу, частично снять с бюджетного довольствия те организации бюджетной сферы, которые могут эффективно хозяйствовать.

Кроме того, Федеральный закон «Об автономных учреждениях» – это еще и определенный посыл бизнес-сообществу: предложение бизнесу вкладывать в социальную и предпринимательскую сферы те же деньги, которые оно вкладывает и сейчас, но только делать это легально. Между тем, законодателям все же не удалось избежать некоторых противоречий, на которые также будет обращено внимание в нашей статье. Как обычно, единственным критерием истинности отдельных положений станет практика. Для этого, безусловно, нужно время. Однако уже сегодня, задумывая создание автономного учреждения, нужно отчетливо представлять себе, какие правовые и финансовые «шаги» необходимо предпринять.

В соответствии с законодательством РФ, кроме получения финансирования от учредителя на выполнение заданий, в соответствии со своей основной деятельностью, автономное учреждение может получать доходы от использования закрепленного за ним государственного (муниципального) имущества, поскольку собственник имущества автономного учреждения, не имеет права и на получение доходов от использования закрепленного за автономным учреждением имущества. Ср. часть 9 ст. 2 ФЗ-174: «Собственник имущества автономного учреждения не имеет права на получение доходов от осуществления автономным учреждением деятельности и использования

закрепленного за автономным учреждением имущества». Эта норма подтверждается и статьями 41 «Виды доходов бюджетов» и 42 «Доходы от использования имущества, находящегося в государственной или муниципальной собственности» Бюджетного кодекса РФ в редакции Федерального закона от 3 ноября 2006 г. № 175-ФЗ, в которых предусмотрено, что в доходах бюджетов не учитываются:

- средства, полученные в виде арендной либо иной платы за сдачу ее во временное владение и пользование или во временное пользование имущества, находящегося в оперативном управлении автономных учреждений;
- средства, получаемые от передачи имущества, находящегося в оперативном управлении автономных учреждений, под залог. С 2008 г. также не учитываются в доходах бюджетов средства от передачи такого имущества в доверительное управление (ст. 42 в редакции Федерального закона от 26 апреля 2007 г. № 63-ФЗ);
- другие предусмотренные законодательством РФ доходы от использования имущества, находящегося в оперативном управлении автономных учреждений.

Таким образом, автономное учреждение может, например, сдавать закрепленное за ним имущество в аренду, в том числе недвижимое и особо ценное, с согласия учредителя. Полученные денежные средства автономное учреждение использует самостоятельно для достижения целей, ради которых оно создано. При этом договор является главным средством регулирования арендных отношений, определения содержания правоотношений, прав и обязанностей его участников.

К обязательствам, возникающим по договорам, применяются общие положения об обязательствах, предусмотренные Гражданским кодексом РФ (статьи 307-419 «Подраздел 1. Общие положения об обязательствах»). Любой договор представляет собой сделку, поэтому он должен быть заключен в письменной форме путем составления документа, выражающего содержание сделки и подписанного лицом или лицами, совершающими эту сделку. Федеральным законом «Об автономных учреждениях», правовыми актами и соглашением сторон устанавливаются требования, которым должен

соответствовать договор. Договор должен быть оформлен на бланке определенной формы, скреплен печатями сторон, подписями должностных или уполномоченных лиц. В договоре должны быть предусмотрены последствия несоблюдения требований, а также штрафные санкции. Несоблюдение письменной формы договора лишает стороны права, в случае спора, ссылаться в подтверждение сделки и ее условий на свидетельские показания (ст. 162 Гражданского кодекса РФ).

Все договоры, которые автономные учреждения могут заключать при ведении предпринимательской деятельности, являются возмездными, то есть должны предусматривать плату или иное встречное предоставление за выполнение своих обязательств. Например, договор аренды предполагает получение организацией-арендодателем платы за временное пользование арендованным имуществом автономного учреждения. Право сдачи имущества в аренду принадлежит его собственнику или юридическому лицу, уполномоченному собственником сдавать имущество в аренду. К существенным условиям договоров аренды относятся сведения об объекте аренды. Объектами этих договоров могут быть здания, сооружения, оборудование, транспортные средства, то есть все то, что в процессе использования не теряет своих натурально-вещественных свойств.

Договор аренды заключается только в письменной форме. Он является возмездным, и поэтому основная обязанность арендатора – своевременно вносить плату за пользование имуществом. Порядок, условия и сроки внесения арендной платы должны быть обязательно предусмотрены в договоре. Согласно п. 2 ст. 614 Гражданского кодекса РФ? арендная плата устанавливается на все арендуемое имущество в целом или отдельно по каждой из его составных частей. При этом арендная плата, кроме твердой суммы платежей, вносимых периодически или единовременно, может устанавливаться также в одной из следующих форм:

- в виде доли полученных в результате использования арендованного имущества доходов или продукции;
- предоставления арендатором определенных услуг арендодателю или третьим лицам;

• передачи арендатором арендодателю обусловленных договором средств (предметов, вещей и пр.) в собственность или в аренду.

Автономное учреждение, выступая арендодателем, должно вести бухгалтерский учет средств, передаваемых в аренду. Передача в аренду объектов основных средств оформляется актом передачи основных средств и отражается следующими проводками:

Д 01-2 К 01-1 – передача основных средств в аренду;

Д 76 К 91 – начисление арендной платы за отчетный период;

Д 91 К 68 – налог на добавленную стоимость;

Д 50, 51, 52 К 76 – поступление арендной платы за текущий период;

Д 76 К 98 – начисление арендной платы за будущие отчетные периоды;

Д 50, 51, 52 К 76 – поступление арендной платы за будущие отчетные периоды;

Д 98 К 91 – при наступлении отчетного периода;

К 010 – износ основных средств, переданных в аренду.

В качестве дополнительной меры, гарантирующей предотвращение нежелательных последствий при совершении сделок по распоряжению недвижимым и особо ценным движимым имуществом, ФЗ-174 предусматривает обязательное рассмотрение этих вопросов Наблюдательным советом автономного учреждения. Разрешение на распоряжение недвижимым и особо ценным имуществом учредитель выдает только после рассмотрения рекомендаций Наблюдательного совета автономного учреждения. Таким образом, автономное учреждение может рассчитывать на получение от учредителя средств на осуществление своей основной деятельности в соответствии с ее предметом и целями, определенными федеральным законодательством и уставом автономного учреждения, за счет выполнения работ или оказания услуг в соответствующих отраслях. Автономное учреждение также может рассчитывать на получение доходов от использования, закрепленного за ним государственного или муниципального имущества, при этом собственник имущества автономного учреждения не несет ответственности по его обязательствам (допущение имущественной

обособленности).

Кроме заданий учредителя, автономное учреждение по своему усмотрению вправе выполнять работы, оказывать услуги для физических и юридических лиц за плату. Такое право предоставляется ему частью 6 ст. 4 ФЗ-174: «Автономное учреждение по своему усмотрению вправе выполнять работы, оказывать услуги, относящиеся к его основной деятельности, для граждан и юридических лиц за плату и на одинаковых при оказании однородных услуг условиях в порядке, установленном федеральными законами». Однако в этом случае, автономное учреждение обязательно должно соблюдать два условия: 1) работы и услуги должны относиться к его основной деятельности, и 2) условия оказания однородных услуг должны быть одинаковыми. Таким образом, автономное учреждение может самостоятельно зарабатывать средства для своего существования, оказывая платные услуги в соответствии со своей основной деятельностью.

Помимо оказания платных услуг юридическим и физическим лицам автономное учреждение также вправе осуществлять иные виды деятельности, но лишь постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых оно создано. Обязательным условием осуществления таких видов деятельности должно быть указание на право ее осуществления в уставе автономного учреждения: «Автономное учреждение вправе осуществлять иные виды деятельности лишь постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых оно создано, и соответствующую этим целям, при условии, что такая деятельность указана в его учредительных документах (уставе)» (часть 7 ст. 4 ФЗ-174). Поскольку устав должен содержать исчерпывающий перечень видов деятельности, которые автономное учреждение вправе осуществлять в соответствии с целями, для достижения которых оно создано.

Автономному учреждению предоставлено право вносить денежные средства и иное имущество в уставный (складочный) капитал других юридических лиц или иным образом передавать это имущество другим юридическим лицам в качестве их учредителя или участника: «Автономное учреждение вправе с согласия своего учредителя вносить имущество, указанное в части 5 настоящей статьи, в уставный

(складочный) капитал других юридиче-ских лиц или иным образом передавать это имуще-ство другим юридическим лицам в качестве их учредителя или участника <...>» (часть 6 ст. 3 ФЗ-174). Такие действия автономное учрежде-ние может совершать только с согласия учре-дителя после полученных по данному вопросу рекомендаций Наблюдательного совета авто-номного учреждения.

Автономное учреждение вправе привле-кать заемные денежные средства. При этом следует иметь в виду, что заключить кредитный договор (договор займа) на сумму, превыша-ющую десять процентов балансовой стоимо-сти активов, автономное учреждение сможет только с предварительного одобрения Наблю-дательного совета автономного учреждения, поскольку такая сделка считается крупной и для ее совершения ФЗ-174 предусматривает особый порядок.

Согласно ФЗ-174, автономные учреждения вправе в установленном порядке открывать счета в кредитных организациях: «Автономное учреждение, созданное на базе имущества, находящегося в федеральной собственности, автономное учреждение, созданное на базе имущества, находящегося в собственности субъекта РФ, автономное учреждение, создан-ное на базе имущества, находящегося в муни-ципальной собственности, вправе открывать счета в кредитных организациях или лицевые счета соответственно в территориальных орга-нах Федерального казначейства, финансовых органах субъектов РФ, муниципальных образо-ваний» (часть 3 ст. 2 ФЗ-174).

В случае заключения договора банковско-го счета, банки должны уплачивать автоном-ному учреждению проценты за пользование денежными средствами, находящимися на его счете. Эта норма означает также, что автоном-ное учреждение может открыть в банке не только расчетный, но и депозитный счет с це-лью получения процентов за пользование де-нежными средствами. Как правило, проценты за пользование денежными средствами, нахо-дящимися на депозитном счете определенное время, значительно выше, чем проценты за пользование денежными средствами, находя-щимися на расчетном счете клиента. При этом предложения руководителя автономного уч-реждения о выборе кредитных организаций в

обязательном порядке рассматривает Наблю-дательный совет и дает свое заключение.

В соответствии с нормами гл. 32 «Даре-ние» Гражданского кодекса РФ автономное уч-реждение может принять в дар любую вещь. Для этого автономное учреждение (одаряе-мый) заключает с дарителем договор дарения в письменной форме. В соответствии со ст. 582 Гражданского кодекса РФ, автономное учре-ждение может также получить пожертвование, то есть какие-либо вещи, в том числе деньги, которые могут быть ему подарены в общепо-лезных целях.

Особого внимания заслуживают в контек-сте излагаемого материала доходы от целево-го капитала. 30 декабря 2006 г. был принят Фе-деральный закон «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммер-ческих организаций», вступивший в силу с 11 января 2007 г. № 275-ФЗ (далее ФЗ-275). В со-ответствии со ст. 2 данного Федерального зако-на целевой капитал представляет собой «часть имущества некоммерческой организации, ко-торая сформирована за счет пожертвований, внесенных жертвователем (жертвователями) в виде денежных средств, а затем переданная в доверительное управление управляющей ком-пании для получения дохода, который должен быть использован для финансирования устав-ной деятельности данной некоммерческой организации». Формировать целевой капитал и использовать доход от него можно только в сфере образования, науки, здравоохранения, культуры, физической культуры и спорта (за исключением профессионального), искусстве, архивного дела, социальной помощи (под-держки).

Доход от целевого капитала ФЗ-275 опре-деляет как «доход от доверительного управ-ления имуществом, составляющим целевой капитал, а также часть имущества, составля-ющего целевой капитал, которые передаются получателям дохода от целевого капитала». Сформировать целевой капитал и стать его собственником могут не все некоммерческие организации, а только те из них, которые созда-ны в организационно-правовой форме фонда, автономной некоммерческой организации, об-щественной организации, общественного фон-да или религиозной организации. Автономные учреждения, как и бюджетные учреждения, не

входят в число собственников целевого капитала. Однако получателями дохода от него они могут стать, поскольку согласно ФЗ-275 получателей дохода от целевого капитала может быть гораздо больше, чем непосредственных его собственников. Поэтому предусмотрено создание специализированных Организаций управления целевым капиталом. Это также некоммерческие организации – собственники целевого капитала, но их непосредственная деятельность связывается исключительно с формированием целевого капитала, его использованием и распределением дохода от него в пользу иных получателей. Такие специализированные организации управления целевым капиталом могут создаваться только в форме фондов.

Таким образом, автономное учреждение может стать получателем дохода от целевого капитала в том случае, если жертвователь заключит договор пожертвования со специализированной организацией о передаче ей денежных средств в собственность для формирования целевого капитала, а получателем дохода при этом укажет автономное учреждение. Жертвователь может также оставить завещание, в котором наследником определит специализированную организацию, а получателем – автономное учреждение.

При осуществлении автономным учреждением предпринимательской деятельности необходимо осуществлять отдельный учет доходов и расходов. В настоящее время порядок ведения отдельного бухгалтерского учета доходов и расходов в автономном учреждении на нормативном уровне пока не определен. Поэтому автономным учреждениям необходимо самостоятельно разрабатывать способы распределения затрат между уставной и предпринимательской деятельностью и закреплять их в своей учетной политике.

В качестве одного из вариантов рекомендуемого порядка Бурундукова Е.М. и Костина О.В. предлагают последовательное разделение всех расходов учреждения на прямые и косвенные. При этом под прямыми расходами подразумеваются затраты, непосредственно связанные с осуществлением какого-либо одного вида деятельности. Под косвенными понимаются те расходы, которые относятся к нескольким видам деятельности или ко всей

деятельности учреждения в целом. Определившись с составом прямых затрат, автономное учреждение должно вести отдельный учет прямых затрат по трем основным группам:

- 1) расходы, связанные с осуществлением уставной деятельности учреждения в целом;
- 2) расходы, связанные с осуществлением конкретных целевых программ (по видам программ);
- 3) расходы, связанные с осуществлением предпринимательской деятельности.

В бухгалтерском учете по всем операциям, связанным с поступлением и расходованием средств по уставной и предпринимательской деятельности, автономные учреждения должны вести отдельный учет. Для этого, в первую очередь, необходимо организовать надлежащий аналитический учет, в котором все операции по уставной и предпринимательской деятельности будут отражены на разных субсчетах соответствующих счетов бухгалтерского учета.

При отдельном отражении в бухгалтерском учете доходов и расходов по уставной и предпринимательской деятельности очень важно правильно оформлять первичные документы. Каждый документ, подтверждающий хозяйственную операцию, должен быть составлен таким образом, чтобы данную операцию можно было однозначно отнести к определенному виду деятельности.

В соответствии с Инструкцией по применению Плана счетов финансово-хозяйственной деятельности организаций, доходы от целевых поступлений отражаются по кредиту счета 86 «Целевое финансирование». Доходы от предпринимательской деятельности следует отражать по кредиту счета 90 «Выручка» или по кредиту счета 91 «Прочие доходы» и вводить дополнительные субсчета для разделения целевых поступлений и доходов от предпринимательской деятельности в учете не имеет смысла.

Однако необходимо определить, какие целевые поступления автономного учреждения будут включать расчет налога на прибыль, а какие – нет. Для этого на счете 86 «Целевое финансирование» рекомендуется открыть два субсчета:

- Целевые поступления, не увеличивающие налогооблагаемый доход;
- Целевые поступления, увеличивающие

налогооблагаемый доход.

Кроме этого, к субсчету «Целевые поступления, не увеличивающие налогооблагаемый доход» счета 86 «Целевое финансирование» нужно открыть отдельные субсчета второго порядка, на которых будут отражаться поступления по каждой целевой программе.

Для организации раздельного учета расходов рекомендуется открыть два субсчета к счету 20 «Основное производство»:

- Расходы по уставной деятельности;
- Расходы по предпринимательской деятельности.

Для ведения раздельного учета некоммерческих расходов к субсчету «Расходы по уставной деятельности» счета 20 «Основное производство» нужно открыть отдельные субсчета второго порядка. На них следует отражать расходование целевых средств по каждой целевой программе согласно соответствующей смете.

На счете 26 «Общехозяйственные расходы» предлагается открыть три субсчета:

- Расходы по некоммерческой деятельности;
- Расходы по предпринимательской деятельности;
- Общие расходы по уставной и предпринимательской деятельности.

К последнему виду расходов относится большинство общехозяйственных расходов.

В нормативных актах по бухгалтерскому учету способы распределения общехозяйственных расходов между разными видами деятельности не установлены, поэтому автономные учреждения должны самостоятельно установить критерий для их распределения. Обычно расходы распределяются пропорционально полученным от каждого вида деятельности доходам в общей сумме доходов (включая целевые поступления).

При необходимости к субсчету «Расходы по некоммерческой деятельности» счета 26 «Общехозяйственные расходы» следует открыть отдельные субсчета второго порядка, на которых будет отражаться расходование целевых средств по каждой целевой программе в отдельности, согласно смете.

Все применяемые автономным учреждением способы ведения раздельного учета доходов и расходов по предпринимательской и

уставной деятельности, а также раздельного учета поступлений и расходов по каждой целевой программе в рамках уставной деятельности должны быть отражены в учетной политике учреждения для целей налогообложения и в сфере бухгалтерского финансового учета.

В соответствии с законодательством РФ автономные учреждения могут осуществлять предпринимательскую деятельность лишь для достижения целей, ради которых они созданы. Поэтому получаемые доходы от предпринимательской деятельности после налогообложения их в соответствии с налоговым законодательством РФ являются источником осуществления уставной деятельности автономных учреждений, формирования имущества некоммерческих организаций в соответствии с утвержденной сметой. Отражаются они в бухгалтерском учете следующей проводкой: Д 84 К 86.

Относительно учета косвенных расходов Бурундукова Е.М. и Костина О.В. рекомендуют их обособленный учет, выделяя для этого отдельный субсчет на счете 26 «Общехозяйственные расходы». По итогам месяца сумма всех накопленных косвенных расходов за месяц распределяется пропорционально между видами деятельности (предпринимательской и уставной). Состав косвенных расходов, подлежащих распределению, закрепляется как элемент учетной политики автономного учреждения.

Определение состава косвенных расходов, подлежащих распределению между видами деятельности, должно носить документально подтвержденный характер как в целях уставной, так и в целях предпринимательской деятельности. При этом определение способа распределения косвенных расходов между видами деятельности возможно различными способами:

1) сумма косвенных расходов, приходящаяся на предпринимательскую деятельность, определяется исходя из удельного веса выручки от реализации товаров (работ, услуг) в общем объеме поступлений некоммерческой организации;

2) сумма косвенных расходов, приходящаяся на предпринимательскую деятельность, определяется исходя из удельного веса расходов на оплату труда работников, занятых в предпринимательской деятельности, в общем фонде оплаты труда.

Ежемесячно в течение года финансовый результат от осуществления предпринимательской деятельности (заключительными оборотами) со счета 90 «Продажи» (субсчет 90-1 «Выручка») списывается на счет 99 «Прибыли и убытки».

По окончании отчетного года при составлении годовой бухгалтерской отчетности счет 99 «Прибыли и убытки» закрывается. При этом заключительной записью декабря сумма чистой прибыли (убытка) отчетного года со счета 99 списывается в кредит (дебет) счета 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)».

Источники

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. М., 2000.
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации. М., 2000.
3. Федеральный закон № 174-ФЗ от 3 ноября 2006 г. «Об автономных учреждениях» // Российская газета. 2006 8 ноября.
4. Федеральный закон № 402-ФЗ от 29 ноября 2011 г. «О бухгалтерском учете» // Российская газета. 2011 г. 9 декабря.
5. Федеральный закон № 275-ФЗ от 30 декабря 2006 г. «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций» // Российская газета. 2006 г. 11 января.
6. Бурундукова Е.М. Автономные учреждения: правовые, бухгалтерские и налоговые аспекты: практическое руководство / Е.М. Бурундукова, О.В. Костина. М.: ГроссМедиа; РОСБУХ, 2008.
7. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкция по его применению, утв. приказом Министерства финансов Российской Федерации 31 октября 2000 г. № 94н.

Зайцева Е.М.,
ассистент Магнитогорского государственного
технического университета им Г.И. Носова.

Zaitseva Ye.M.,
assistant professor of Nosov Magnitogorsk State
Technical University.

ТЕМА ПАТРИОТИЗМА В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ МОНОГОРОДА (НА ПРИМЕРЕ Г. МАГНИТОГОРСКА)

THE THEME OF PATRIOTISM IN THE INFORMATION SPACE OF MONOCITY (AS AN EXAMPLE, THE CITY OF MAGNITOGORSK)

Аннотация

В статье раскрывается особенность информационного пространства г. Магнитогорска. Исследуется фактическое наличие и значение патриотического компонента информационного пространства на примере городской газеты «Магнитогорский металл». Автором предложены эмпирические критерии понятия «патриотизм», на основании которых осуществлен количественно-качественный анализ статей выпусков газеты, позволяющий раскрыть сущность патриотического компонента, представленного в тематической картине, и осуществляющего воздействие на общественное сознание.

Abstract

The article reveals the feature information space of Magnitogorsk. The author investigates the actual presence and importance of patriotic component in the information space on the example of the city newspaper "Magnitogorsk metal". The author offers the empirical criteria of concept «patriotism», which was the basis of quantitative and qualitative analysis of the newspaper articles, which allows to discover the essence of patriotic component represented in the thematic picture, and made an impact on the public consciousness.

Ключевые слова:

Моногород, информационное пространство, структура информационного пространства, методологические подходы к исследованию информационного пространства, патриотизм, эмпирические признаки тематики патриотизма.

Keywords:

Monocity, information space, the structure of the information space, methodological approaches to the study of information space, patriotism, empirical signs of the patriotic themes.

В результате анализа существующих подходов к пониманию термина «моногород» выяснено, что его сущность раскрывается посредством моноцентричного характера экономики, определенного набора выполняемых функций, а также системного единства города и градообразующего предприятия.

В моногородах формируется специфический моногородской образ жизни, характеристиками которого являются: 1) относительно низкий уровень социальной дифференциации видов трудовой деятельности населения, а также территориальной и пространственной организации города; 2) более низкий уровень социокультурной мобильности, креативности сознания и вариативности социального поведения; 3) низкая интенсивность пространственной мобильности – взаимодействие преимущественно с социальными группами в рамках градообразующей хозяйственной организации; 4) ограниченные возможности выбора стилей и моделей трудового поведения из-за узости местного рынка труда, ориентированного на запросы градообразующего предприятия; 5) низкая инновационная активность местного населения, обусловленная отсутствием условий для реализации [1].

Примером современного моногорода является российский город Магнитогорск, находящийся в Челябинской области. У города, строительство которого было начато в годы первой пятилетки в конце 20-х гг. прошлого века и завершено в 1932 г., была лишь одна задача – производить сталь, которая должна была превратить Советский Союз в промышленную державу. Была и другая цель, которая заключалась в том, чтобы создать с нуля образцовый социалистический город, жилые кварталы в котором были бы спланированы с учетом того, где будут работать проживающие в них сталевары. А поскольку металлургический завод планировали создать как предприятие полного цикла, в планы проектировщиков города входило создание полноформатной городской инфраструктуры, в рамках которой и должен был формироваться советский человек, начиная от школ и заканчивая своими кирпичными заводами и хлебопекарнями.

Согласно доминирующему мнению, сложившемуся относительно ситуации в г. Магнитогорске, «около 80% общего промышленного

производства города связано со сталелитейным производством. Все, что происходит в городе, полностью зависит от положения дел на ОАО «ММК». Даже если ваша работа напрямую не связана с комбинатом, успех любого вашего бизнеса напрямую зависит от него. Либо вы подрядчик комбината, либо ваши клиенты являются его работниками, и вы им что-то продаете». Общей спецификой моногородов, связанной с особенностями сложившегося характера экономики, обусловлено и информационное пространство моногорода.

Прежде чем приступить к характеристике информационного пространства г. Магнитогорска, рассмотрим основные сложившиеся подходы к информационному пространству. Среди методологических подходов к исследованию информационного пространства следует отметить экономический, технологический, политический и социокультурный подходы.

Согласно экономическому подходу, информационное пространство выражается в совокупности знаний, имеющих ценность в качестве экономического ресурса. Главная значимая особенность информации, с подобной точки зрения, заключается в ее способности участвовать в экономических манипуляциях и служить залогом экономической стабильности. Конфигурация информационного пространства целиком и полностью повторяет конфигурацию пространства социального, и в этом смысле исследование структуры информационного пространства является способом исследования социальной структуры [2].

С позиции второго подхода (технологического) структуру информационного пространства определяют информационные технологии и материальные носители информации. Характерная особенность современного общества состоит в технологической глобализации и приобретению так называемого глобального статуса информационным пространством. Ведущая роль в создании глобального информационного пространства придается развитию технологий, которые позволяют принимать и осуществлять стратегические решения вне зависимости от пребывания в определенной точке земного шара [2].

Следует отметить, что, согласно технологическому подходу, информационное пространство современного моногорода не имеет

своих существенных особенностей, находясь в единой тенденции глобализации информационного пространства.

В рамках политического подхода информационное пространство рассматривается как определенные усилия отдельных индивидов и социальных институтов по увеличению рефлексивности и уменьшению количества потенциальных опасностей. В этом аспекте информационное пространство является пространством реализации различных стратегий контроля и управления, определяющих воздействие государственных идеологий на сознание широких слоев населения. Исследование последствий информатизации общества сопряжено в теории Гидденса Э. с более широкими теоретическими обобщениями, касающимися изменения стратегий поведения отдельных людей и целых социальных институтов в современном обществе. Постоянный мониторинг имеющейся и поступающей информации приводит к развитию различных средств массовой информации, в первую очередь, электронных, так как они обеспечивают максимально быстрое и комфортное получение новостей в интересующей сфере. Помимо роста рефлексивности при выборе стратегически важных решений другим следствием отказа от власти традиции становится изменение отношения человека к собственному будущему [2].

Спецификой социокультурного подхода к информационному пространству является выявление взаимосвязи средств массовой информации с трансляцией культурных моделей, задающих социальную идентичность индивидов. Взаимодействие и даже противоборство существующих в информационном пространстве моделей самоидентификации ведет к резкому увеличению объемов перерабатываемой информации, что сказывается на психологическом состоянии индивидов и может вызвать даже отторжение по отношению к источникам информации. Процессы глобализации и информатизации, тесно связанные и протекающие параллельно, наталкиваются на враждебное отношение представителей государственной элиты, что обусловлено теми тенденциями, которые раскрываются перед погруженным в мир информационных потоков человеком, который оказывается, избавлен от уз гражданства, национальной принадлеж-

ности и других факторов, которые окажутся предметами самоидентификации, конституирующимися в соответствии с личностными предпочтениями субъекта. На этом этапе функционирования общества достигается относительная независимость желаний индивида (разумеется, приверженного новым, модифицированным ценностям) от предшествующей культурной традиции. Компьютерные технологии (и базирующиеся на них средства электронной коммуникации, в первую очередь, Интернет) постепенно вытесняют телевидение на второй план, поскольку предлагают более сбалансированные и дифференцированные способы обращения к потребителю. Интернет-технологии не только позволяют индивидуализировать процесс получения информации, но и делают его интерактивным, позволяют потребителю самому активно участвовать в создании и трансляции информационных сообщений [2].

На наш взгляд, основной недостаток представленных подходов, отражающих особенности информационной среды, заключается в использовании детерминистского метода исследования, при котором исследование информационного пространства сводится к конкретной сфере общественной деятельности, оказывающей доминирующее воздействие на его появление.

В этой связи следует рассматривать внутреннюю структуру информационного пространства, исходя из принципа взаимосвязи всех основных сфер общественной жизни, лежащего в основе ее образования.

Информационное пространство г. Магнитогорска имеет характерные особенности. Главная из них заключается в неоднородности пространства, доминировании экономических и политических факторов в его структуре. Данный факт подтверждается спецификой тематической наполняемости основных городских средств массовой информации (СМИ). Так, если посмотреть тематику основной городской газеты «Магнитогорский металл», можно выявить, что все тематическое пространство в значительной степени связано с ситуацией вокруг градообразующего предприятия и событиями политического характера на уровне местного самоуправления и регионального уровня власти. Особенно такая ситуация при-

обретает актуальность в настоящее время, в связи с назначением бывшего генерального директора ОАО ММК Дубровского Б. на должность врио губернатора Челябинской области.

Одним из наиболее важных компонентов информационного пространства является составляющая, направленная на формирование патриотического сознания населения. О важности и сложности этого вопроса говорит уже тот факт, что за последнее десятилетие отношение к патриотизму в разных социальных группах колебалось от полного неприятия до безусловной поддержки. Насущной остается проблема изучения причин такого положения в обществе, а так же того, какое влияние оказывает патриотизм на духовно-нравственное развитие общества.

В сложившихся условиях моногородов, обуславливающих специфику информационного пространства, формирование патриотического элемента общественного сознания может иметь определенные особенности. В данной статье раскрываются особенности представления тематики патриотизма в информационном пространстве г. Магнитогорска.

Для выбора направлений анализа информационного пространства г. Магнитогорска необходимо рассмотреть основные особенности явления патриотизма, позволяющие выявить эмпирические индикаторы для его исследования.

Анализ совокупности всех определений патриотизма позволяет сделать вывод о том, что представления о патриотизме менялись в зависимости от исторических, политических, социально-экономических и культурных факторов, от личной гражданской позиции автора определения.

Все многообразие подходов к пониманию патриотизма, имеющееся в исторической и современной научно-исследовательской литературе, можно условно дифференцировать по направлениям, в которых определяется его главный существенный признак, отличающий позицию патриотизма.

К первому направлению, которое может быть определено как возвышенно-эмоциональное, относятся суждения, определяющие патриотизм через чувство любви к Родине, Отчеству.

Второе направление основывается на по-

нимании патриотизма как одного из высших, наиболее значимых для человека чувств, которые должны побуждать личность, группу, нацию к активным действиям на благо своей Родины.

В третьем направлении патриотизма рассматривается как общественное явление. Содержание и характер данного направления в значительной степени обусловлены особенностями исторического развития общества, государства, политикой его правящей элиты. Его сторонники называют этот феномен «государственным патриотизмом», считая, что целенаправленной деятельностью по формированию патриотического сознания в обществе и созданию необходимых условий для его проявления должны заниматься государственные институты в тесном взаимодействии со структурами гражданского общества.

Четвертое направление. Ряд авторов представляют патриотизм как одно из явлений духовной жизни общества. В некоторых исследованиях патриотизм изучался в контексте развития отечественной истории как проявление специфических черт общественного сознания, менталитета, психики различных обществ и т.д.

Пятое направление. Данное направление можно определить как патриотизм личности. Личность здесь занимает доминирующее среди субъектов патриотизма положение. Активная созидательная роль личности проявляется в процессе развития в себе интеллектуальных, нравственных, духовно-творческих, деятельностных качеств и свойств гражданина, защитника Отечества. Идея понимания патриотизма в личностном смысле получила свое теоретическое обоснование еще у Флоровского Г., который рассматривал патриотизм как культурное творчество и напряжение собственных сил.

Шестое направление во многом связано с предыдущим. Эта связь выражается в том, что субъектом патриотизма в нем по-прежнему выступает личность. Сам патриотизм здесь рассматривается как важнейший фактор развития личности, а именно – ее духовного развития, самовыражения. Содержание патриотических качеств личности связывается с религиозным началом. Поэтому данное направление определяется еще рядом авторов как духовно-религиозное.

На наш взгляд, патриотизм необходимо

рассматривать в качестве составного компонента общественного сознания, которое можно определить как совокупность существующих в обществе идей, теорий, взглядов, воззрений, чувств, настроений, привычек, традиций, отражающих общественное бытие людей, материальные условия их жизни.

Сущностный признак патриотизма заключается в ценностном отражении в сознании и практическом проявлении в поступках связи субъекта с определенным пространственно-временным социокультурным континуумом [3]. Современное понимание патриотизма характеризуется поливариантностью, разнообразием и неоднозначностью. Во многом это объясняется сложной природой данного явления, многоаспектностью его содержания и структуры и многообразием форм проявления, а также тем, какими путями формируется патриотическое сознание личности. Один из таких путей – через средства массовой информации (СМИ).

Исследование фактического наличия и особенностей тематики патриотизма в информационном пространстве г. Магнитогорска исследовалось на примере городской газеты «Магнитогорский металл», имеющей тираж 75000 экземпляров, определяющей основной характер и особенность подачи информационных материалов в городе.

Для проведения исследования был использован метод количественно-качественного анализа статей выпусков газеты за 2011 – 2013 гг.

Основной вывод проведенного исследования заключается в том, что, независимо от того, с позиции какого подхода исследуется явление патриотизма, рассматриваются его основные структурные компоненты, однозначно можно сделать вывод о том, что во всех исследуемых номерах газеты в разной степени представлена тематика патриотизма. Так, в среднем, из всего объема имеющихся в номере статей тематика патриотизма, в явной или скрытой степени, представлена в 39% материалах.

Исходя из многообразия подходов, определяющих сущность и структуру патриотизма, выступающих в качестве основы нашего исследования, в ходе анализа были выявлены конкретные содержательные моменты патриотизма, которые выражаются как цели измене-

ния общественного сознания. К ним относятся следующие: патриотизм как проявление поддержки государственной власти; осознание своей принадлежности к Российскому государству, желание сохранить его независимость и суверенитет; стремление к миру; любовь к стране, области, городу; память об историческом прошлом; гордость за профессию металлурга. Одним из наиболее важных, на наш взгляд, структурных компонентов патриотического сознания, формирование которого должно происходить на любом этапе общественного развития, является уважение к российскому обществу и желание изменить его жизнь к лучшему.

Исследование позволило выявить, что формирование данного компонента сознания является одной из задач газеты «Магнитогорский металл». Среднее количество статей, посвященных данной проблематике, составляет 24% от общего объема материалов, прямо или косвенно связанных с тематикой патриотизма. Более подробный содержательный анализ таких статей позволил выявить следующие основные темы: необходимость ведения здорового образа жизни, борьба с проявлениями различного вида девиаций, формирование экологической культуры в сознании населения, формирование ответственности за свою деятельность, а также потребности к труду, повышение ценности семьи и брака, формирование культуры безопасного поведения в различных областях жизни и т.д.

Анализ статей по критерию «явность – скрытость» темы патриотизма позволил сделать вывод, что тематика патриотизма в большинстве исследованных статей изначально является основной задачей представленных источников информации (в среднем, в 63% всех материалов, в целом посвященных проблематике патриотизма).

Следует отметить, что источниками информации, представленной в исследованных статьях и отражающей проблематику патриотизма, в равной степени являются как различные виды общественности (представители бизнеса, образования, медицины, церковь, работники культуры и т.д.), так и представители разного уровня органов власти, преимущественно – региональной власти и органов местного самоуправления.

Таким образом, результаты проведенного анализа позволяют сделать вывод, согласно которому в исследованных статьях газеты «Магнитогорский металл» можно выделить разнообразные компоненты, формы проявления патриотизма, которые выступают инструментом влияния на общественное сознание. Однако в дальнейшем необходимо проведение ряда социологических исследований потенциальной целевой аудитории данного источника информации для сопоставления полученных результатов исследования с целью выявления степени эффективности на нее информационного воздействия.

Источники

1. Ненашев А.И. информационное пространство современного общества: коммуникационный аспект // URL:<http://do.gendocs.ru/docs/index-5882.html>
2. Вырщиков А.Н., Кусмарцев М.Б. Патриотическое воспитание молодежи в современном российском обществе. Волгоград: Авторское перо, 2006.

Замбрыцкая Е.С.,

к.э.н., доцент Магнитогорского государственного технического университета им Г.И. Носова;

Калинина Т.В.,

к.э.н., старший преподаватель Магнитогорского государственного технического университета им Г.И. Носова;

Щепотьева Е.Ю.,

студент-магистрант Магнитогорского государственного технического университета им Г.И. Носова.

Zambrzyckaya Ye.S.,

Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical University;

Kalinina T.V.,

Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical University;

Shapotyeva Ye. Yu.,

Master degree of Nosov Magnitogorsk State Technical University.

ПОНЯТИЯ «ЗАТРАТЫ», «РАСХОДЫ», «ИЗДЕРЖКИ»: СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ

THE CONCEPTS OF “COSTS”, “OUTLAYS”, “EXPENSES”: SIMILARITIES AND DIFFERENCES

Аннотация

Проведена сравнительная характеристика экономической сущности категорий «затраты», «расходы», «издержки» с точки зрения отечественных и зарубежных авторов, а также в нормативно-правовых актах.

Abstract

The author carries out a comparative description of the economic essence of the categories of “Costs”, “Outlays”, “Expenses” in terms of domestic and foreign authors, as well as regulatory and legal acts.

Ключевые слова:

Управление затратами, издержки, затраты, расходы, бухгалтерский управленческий учет, налоговый учет.

Keywords:

Management of expenses, expenses, costs, outlays, management accounting, tax accounting.

Основой построения системы управления затратами любого промышленного предприятия являются такие экономические понятия, как «издержки», «затраты» и «расходы», достаточно часто используемые при рассмотрении вопросов, связанных с управлением экономикой предприятия. При этом вышеуказанные термины нередко используются как взаимозаменяемые, а также в качестве синонимов традиционно применяемого в экономической литературе понятия – себестоимость продукции. Наиболее часто встречающиеся варианты толкования указанных выше понятий во многом зависят от присутствующего рядом определяющего слова – «прямые», «косвенные», «постоянные», «переменные», «элементарные», «комплексные» и т.п.

Следует отметить, что вариантность терминологии обусловлена не только принятой в экономике классификацией вышеуказанных понятий, но и отсутствием четкого разграничения даже в нормативных документах по бухгалтерскому учету между наиболее вероятными к применению терминами. Кроме того, особенностью русского языка является нежелательным использование в одном предложении несколько раз одного и того же слова. Данное обстоятельство также способствовало смешению в ряде случаев на самом деле изначально различных понятий: «расходы» и «затраты». Затраты и расходы возникают в разные моменты, между которыми может быть довольно длительный интервал времени, поэтому так важно устранить путаницу между понятиями «издержки», «затраты» и «расходы» (Рис.1).

Рисунок 1. Важность понятий «затраты» и «расходы»



В методиках бухгалтерского и налогового учета до сих пор имеют место отдельные различия в определении и содержании понятий «затраты», «расходы» и «издержки», что дале-

ко не всегда дает возможность организациям правильно отразить в финансовой отчетности определенные виды расходов, возникновение которых продиктовано самой динамикой рыночных отношений. Это обстоятельство затрудняет процесс формирования достоверных затрат на производство, что не может не сказываться на финансовом результате деятельности предприятия, и создает финансовые риски для предприятий по правильности исчисления налогов.

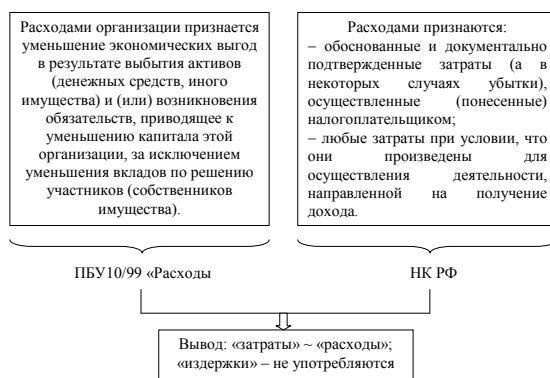
Традиционно в советской, а затем и российской экономической литературе затраты предприятия отождествлялись с себестоимостью продукции (работ или услуг), производимой хозяйствующим субъектом. В каждой отрасли народного хозяйства действовали Инструкции по учету, планированию и калькулированию затрат, связанных с производством продукции, которые учитывали специфические особенности отдельных производств. На протяжении длительного времени действовало Постановление Правительства РФ от 05.08.92 г. №552 «Положение о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли». Изменения в понятийном аппарате произошли в связи с выходом в свет Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99, утвержденного приказом Министерства финансов РФ от 06.05.99 г. № 33н. В соответствии с п. 2 ПБУ 10/99 расходами организации признаются «...уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества)». С позиции законодателя не являются расходами вложения в активы предприятия, не подкрепленные доходами соответствующего периода. Таким образом, экономическая категория «расходы организации» соответствует понятию «себестоимость», имеющему достаточно широко применяемый в экономической литературе синоним – «затраты на производство». Для целей управления в бухгалтерском учете организуется учет расходов по статьям

затрат. Перечень статей затрат устанавливается организацией самостоятельно».

В нормативных актах, регулирующих налогообложение, в основном используются термины «расходы» и «затраты». Они употребляются как синонимы. В Налоговом кодексе РФ (ст. 252 гл. 25) дается определение расходов через затраты. Расходы определены как обоснованные и документально подтвержденные затраты (а в некоторых случаях убытки), осуществленные (понесенные) налогоплательщиком.

Результат обзора действующих нормативных документов представлен на рис. 2.

Рисунок 2. Обзор действующих нормативных документов



Таким образом, отсутствие в нормативных актах бухгалтерского учета определения термина «затраты» предполагает идентичность терминов «затраты» и «расходы» и в практике бухгалтерского учета.

Необходимо отметить, что ведущие теории в области теории и методологии бухгалтерского учета не поддерживают описанную выше позицию законодателя. В современных экономических словарях даются различные определения для указанных терминов, т.е. в данном случае они не признаются синонимами. В качестве подтверждения в табл.1 приведены выдержки из наиболее популярных словарей в области экономики и финансов.

Таким образом, практически во всех рассмотренных источниках можно проследить тенденцию разделения рассматриваемых терминов, но суть их отличия друг от друга не явная.

Рассмотрим позиции ведущих специалистов в области бухгалтерского управленческого учета:

Таблица 1. Сравнительная характеристика понятий «затраты», «расходы», «издержки» с точки зрения составителей словарей

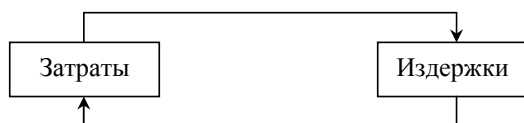
№ п/п	Источник	Затраты	Расходы	Издержки	Ссылка
1	Большой экономический словарь	См. издержки.	Расход – потребление, затрата для определенной цели.	1. Израсходованная на что-либо сумма, затраты; 2. истекшие затраты, включающие: 1) обобщенные производственные затраты по использованию продуктов и услуг в процессе производства конечной продукции; затраты, относящиеся к уже проданной продукции и соответствующей выручке с продаж; 2) собственно издержки, не входящие в производственную себестоимость	Большой экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилияна. 7-е изд. доп. и перераб. М.: Институт новой экономики, 2004.
2	Бухгалтерский словарь	Затраты на производство - выраженные в денежной форме расходы на производство промышленной продукции.	1. Затраты, издержки; 2. уменьшение средств предприятия или увеличение его обязательств, которые возникают в процессе хозяйственной деятельности в целях получения прибыли и приводят к уменьшению величины собственного капитала; 3. см. расход.	товаров проданных, к примеру: издержки реализации, общие и административные издержки, издержки по выплате процентов и налогов; 3) убытки, относимые на издержки, например: незастрахованные активы, пострадавшие от пожара, судебные издержки.	Бухгалтерский словарь // Словари и Энциклопедии на Академике. Режим доступа: http://www.klerk.ru/slovar/buh
3	Финансовый словарь	Любые расходы, произведенные за отчетный период. Затраты предприятия – экономический показатель работы предприятия, отражающий финансовые расходы предприятия на производство товаров и услуг; – трансформируемые в результате экономической деятельности ресурсы.	Расходы предприятия – затраты в процессе хозяйственной деятельности, приводящие к уменьшению средств предприятия или увеличению его долговых обязательств.	Денежные убытки, понесенные векселедержателем при получении исполнения по векселю (издержки по протесту, посылке извещений, судебные и др.). Выраженные в денежной форме затраты, обусловленные расходованием разных видов экономических ресурсов.	Терминологический словарь банковских и финансовых терминов. – 2011 // Режим доступа: http://dic.academic.ru/contents.nsf/fin_enc
4	Экономико-математический словарь	В самой общей форме – это ресурсы, «уничтожаемые» в процессе производства ради получения продуктов этого производства. Более строго: выраженная в денежном эквиваленте величина ресурсов, использованных в определенных целях.	Затраты или издержки предприятия (компания), приводящие к уменьшению его (ее) средств (капитала) или к увеличению обязательств в процессе хозяйственной деятельности.	Выраженные в ценностных, денежных измерениях текущие затраты на производство продукции (себестоимость, включая амортизацию основного капитала) – издержки производства, или на ее обращение (включая торговые, транспортные и др.) – издержки обращения.	Экономико-математический словарь: Словарь современной экономической науки. М.: Дело. 2003.

– М.А. Вахрушина (табл.2, рис.3) – доктор экономических наук, профессор, член Института профессиональных бухгалтеров и аудиторов России, автор более 160 публикаций общим объемом более 450 печатных листов; основная тематика работ – бухгалтерский управленческий учет.

Таблица 2. Позиция М.А. Вахрушиной по вопросу трактовки понятий «издержки», «затраты», «расходы»

Источник	Затраты	Расходы	Издержки
М.А. Вахрушина (автор учебника «Бухгалтерский управленческий учет») [1].	Все издержки производства за определенный период.	Уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (См. ПБУ 10/99).	Затраты живого и овеществленного труда на производство и реализацию продукции.

Рисунок3. Графическая интерпретация различия в трактовках понятий «издержки», «затраты», «расходы» с позиции М.А. Вахрушиной



– Н.П. Кондраков (табл.3, рис.4) – директор Центра-кафедры эккаунтинга и аудита Академии народного хозяйства при Правительстве РФ, доктор экономических наук, профессор. В настоящее время он является членом Совета по аудиту Минфина РФ, Президиума Совета по профессиональному образованию Института профессиональных бухгалтеров России, Правления Ассоциации бухгалтеров и аудиторов «Содружество», ученого Совета по защите докторских и кандидатских диссертаций экономического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова.

Таблица 3. Позиция Н.П. Кондракова по вопросу трактовки понятий «издержки», «затраты», «расходы»

Источник	Затраты	Расходы	Издержки
Н.П. Кондраков, М.А. Иванова (автор учебника «Бухгалтерский учет») [2].	Стоимость ресурсов использованных на определенные цели.	Уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (См. ПБУ 10/99).	Тоже, что и затраты.

Рисунок 4. Графическая интерпретация различия в трактовках понятий «издержки», «затраты», «расходы» с позиции Н.П. Кондракова



– О.Н. Волкова (таблица 4) – профессор НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге, кандидат экономических наук. Круг научных интересов: системы управления затратами, управленческий учет и анализ.

Таблица 4. Позиция О.Н. Волковой по вопросу трактовки понятий «издержки», «затраты», «расходы»

Источник	Затраты	Расходы	Издержки
О.Н. Волкова (автор учебника «Управленческий учет»).	Стоимостная оценка ресурсов, использованных организацией в процессе своей деятельности.	Согласно финансовой трактовке расходы – уменьшение финансовых ресурсов. Согласно бухгалтерской трактовке слова «расходы» и «затраты» – синонимы.	Этот термин не используется.

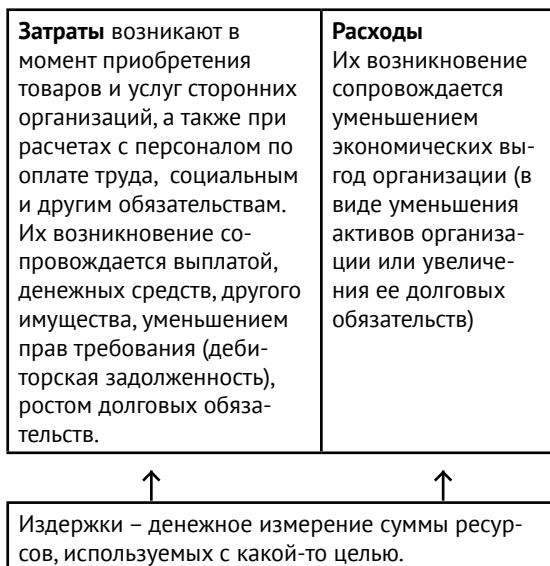
– Я.В. Соколов (таблица 5) – доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ.

Таблица 5. Позиция Я.В. Соколова по вопросу трактовки понятий «издержки», «затраты», «расходы»

Источник	Затраты	Расходы	Издержки
Соколов Я.В. (автор учебника «Основы теории бухгалтерского учета») [3].	Та часть расходов, которые станут таковыми в следующие отчетные периоды.	То, что уменьшает актив или увеличивает пассив баланса (вследствие изменения оценки, или потоков ценностей, или гудвила).	Та часть затрат, которая связана с калькуляцией себестоимости (издержки производства) и процессами реализации работ и услуг (издержки обращения).

– М.И. Кутер (рис. 5.) – доктор экономических наук, профессор, автор 215 работ в области теории и истории бухгалтерского учета, в том числе: учебников – 4, учебных пособий – 12, монографий – 5. В 2011 г. ему присвоено почетное звание «Заслуженный работник высшей школы».

Рисунок 5. Графическая интерпретация различия в трактовках понятий «издержки», «затраты», «расходы» с позиции М.И. Кутера



Известные зарубежные специалисты по управленческому учету Энтони Р. (профессор Гарвардского университета), Риса Дж. (профессор Мичиганского университета), считают, что затраты – это уменьшение активов или увеличение обязательств, связанное с возникновением издержек. По мнению Друри К. (английский профессор), «затраты» – денежное выражение всех ресурсов, израсходованных на достижение конкретной цели.

Хана Д. – доктор экономических наук, профессор кафедр экономики предприятия Университета Юстуса-Либига города Гиссена и Берлинского технического университета, известен как один из крупнейших в Германии специалистов по проблемам контроллинга, стратегического управления и экономики производства.

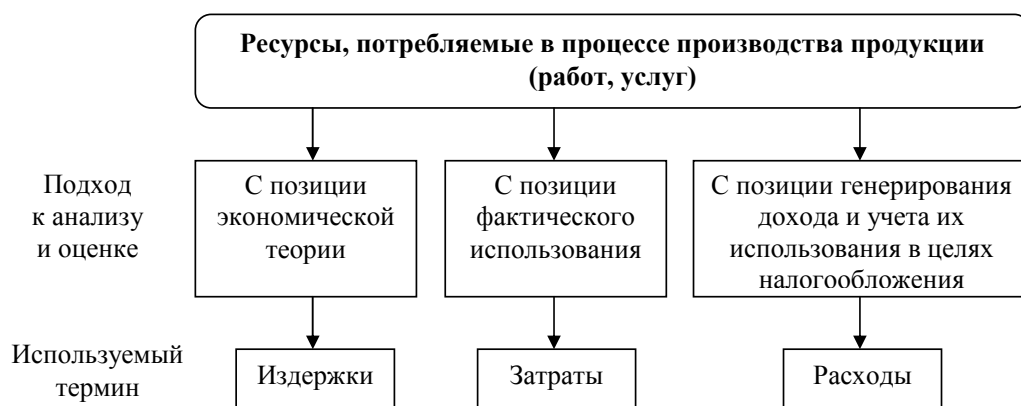
Хан Д. считает, что понятие «расходы» шире, чем «затраты» или «издержки» на величину расходов, которые предприятие несет в связи с созданием активов или прекращением обязательств. «Затраты» в его толковании – это относящиеся к определенному периоду «расходы». При этом поступлению денежных средств Хан Д. противопоставляет все произведенные предприятием выплаты, тем самым, получая сальдо платежей. Приходу, по его мнению, соответствуют расходы, позволяющие вывести соответствующее сальдо.

Доходам Хан Д. противопоставляет затратами, получая балансовый брутто-результат, выручке – издержки, что обеспечивает формирование калькуляционного результата.

Таким образом, в настоящее время имеет место некоторая некорректность в формулировке отдельных понятий, при этом необходимо отметить, что имеется явно выражено стремление к упорядочению терминологии, предопределяемое необходимостью и возможностью создания на предприятиях комплексной системы управления расходами, целевой функцией которой может выступать устойчивое финансовое положение, обеспечивающее непрерывность действия хозяйствующего субъекта.

Для построения эффективной системы управления затратами целесообразным является внесение ясности в различия между понятиями «затраты», «расходы», «издержки» в форме уточнений. Эти уточнения сводятся к

Рисунок 6. Различия в трактовках понятий «издержки», «затраты», «расходы»



следующим определениям:

1. издержками являются реальные или предполагаемые затраты финансовых средств или иного имущества, относящегося к активам, если оно способно принести будущий доход, или к пассивам, если это не уменьшает прибыли предприятия в будущих периодах деятельности;

2. затратами называется объем производственных и иных ресурсов в денежном выражении, израсходованных на воспроизводство, производство и сбыт продукции за определенный период и трансформированных в капитализацию и себестоимость продукции и услуг;

3. расходы представляют собой часть затрат, имеющих документальное подтверждение и соответствующих нормам и критериям действующего законодательства в области бухгалтерского и налогового учета.

Затраты и издержки могут совпадать, а могут отличаться друг от друга, причем эти различия носят преимущественно предметный характер. Затраты имеют расчетную, калькуляционную природу оценки. Они находят отражение во внутреннем учете предприятия, зависят от применяемой системы учета затрат.

Схематично предлагаемый подход к трактовке понятий «издержки», «затраты», «расходы» представлены на рисунке 6.

В заключение необходимо отметить, что внесение терминологической ясности в трактовку понятий «затраты», «расходы», «издержки» даст возможность организациям правильно

отражать в финансовой отчетности определенные виды расходов, возникновение которых продиктовано самой динамикой рыночных отношений, обеспечит процесс формирования достоверных затрат на производство, что скажется на финансовом результате деятельности предприятия, исключит и (или) снизит финансовые риски для предприятий по правильности исчисления налогов.

Источники

1. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет: учебник для вузов. 8-е изд., испр. М.: Омега-Л, 2010. 570 с. (Высшее финансовое образование).
2. Кондраков Н.П. Бухгалтерский управленческий учет: учебное пособие М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. .
3. Соколов Я.В. Основы теории бухгалтерского учета. М.: Финансы и статистика, 2009.
4. Друри Колин. Управленческий и производственный учет. Вводный курс: учебный комплекс для студентов вузов / Колин Друри; пер. с англ. В.Н. Егоров. 5-е изд. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. (Серия «Зарубежный учебник»).

УДК (UDC) 657.6:351.82

Замбрицкая Е.С.,

к.э.н., доцент Магнитогорского государственного технического университета им Г.И. Носова;

Ананьева О.И.,

ассистент Магнитогорского государственного технического университета им Г.И. Носова;

Мулюков Х.Р.,

менеджер по продажам ООО «СтилМетЛогистик».

Zambrzhitskaya E.S.

Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical University;

Ananyeva O.I.,

Assistant of the Department BUiEA Magnitogorsk State Technical University;

Mulyukov H.R.,

Sales Manager, LLC «StilMetLogistik».

reveals similarities and differences, and identifies key issues for improving of these documents in terms of their effectiveness in real economic conditions of today's organizations.

Ключевые слова:

Нормативные документы, бухгалтерская (финансовая) отчетность, искажения, недобросовестные действия, мошенничество.

Keywords:

Standard documents, accounting (financial) statements, (accounting) misstatements, dishonest actions, fraud/

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РОССИЙСКИХ И МЕЖДУНАРОДНЫХ НОРМАТИВНЫХ АКТОВ В ЧАСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ВОПРОСОВ ДОСТОВЕРНОСТИ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ

COMPARATIVE ANALYSIS OF RUSSIAN AND INTERNATIONAL REGULATION ACTS, IN PART OF RELIABILITY OF THE ACCOUNTING (FINANCIAL) STATEMENTS

Аннотация

В данной статье рассматриваются основные положения российских и международных нормативно-правовых актов, регулирующих проблему искажения бухгалтерской (финансовой) отчетности. В ходе сравнительного анализа выявляются сходства и различия, а также определяются основные направления совершенствования указанных документов с точки зрения их эффективности в реальных условиях хозяйствования современных организаций.

Abstract

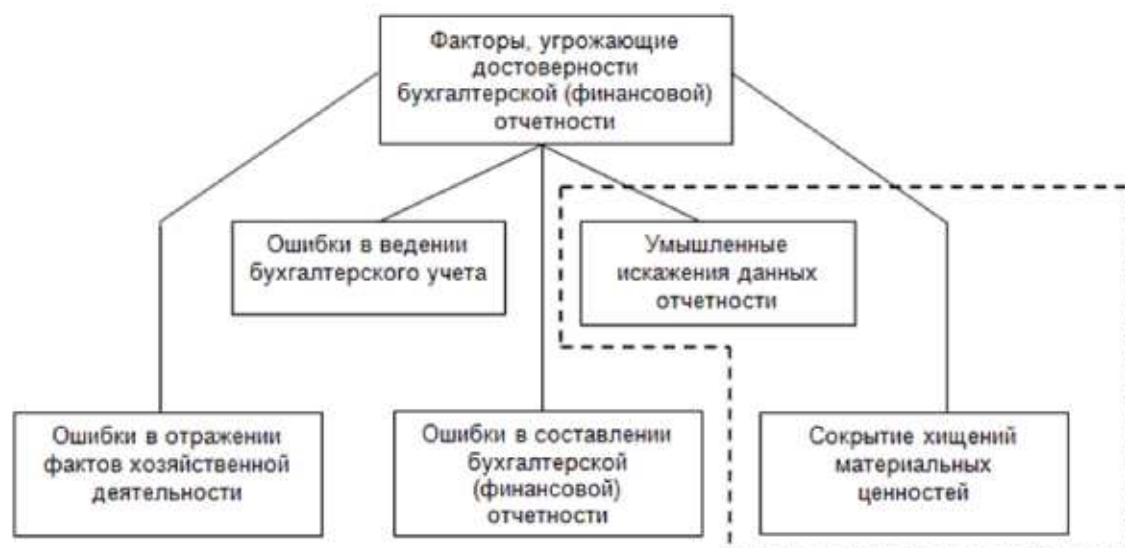
This article considers the main provisions of Russian and International legal acts regulating the problem of distortion of accounting (financial) statements. The comparative analysis

В РФ на сегодняшний день существует широкая нормативно-правовая база, регламентирующая порядок ведения бухгалтерского учета и порядок формирования и предоставления бухгалтерской (финансовой) отчетности. Целью данных нормативно-правовых актов является в первую очередь создание условий для формирования достоверной и качественной бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Согласно федеральному закону «О бухгалтерском учете» бухгалтерская (финансовая) отчетность – информация о финансовом положении экономического субъекта на отчетную дату, финансовом результате его деятельности и движении денежных средств за отчетный период... [1]. Данная информация предоставляется в утвержденных Министерством финансов РФ формах, которые отражены в ПБУ 4/99. Таким образом, можно говорить о том, что на сегодняшний день существуют два основных нормативно-правовых акта, регламентирующих порядок ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности: Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «О бухгалтерском учете»; ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации».

Согласно ПБУ 4/99, «Бухгалтерская отчетность должна давать достоверное и полное представление о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменениях в ее финансовом положении». Однако наличие требования не

Рисунок 1. Угрозы достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности



является гарантией его выполнения. Существует большое количество факторов, подвергаящих данное требование угрозе невыполнения, основные из которых представлены на рисунке 1.

Среди нормативно-правовых актов, регламентирующих качество бухгалтерской (финансовой) отчетности следует в первую очередь выделить ПБУ 22/2010 «Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности». Рассматриваемое ПБУ было утверждено «в целях совершенствования нормативно-правового регулирования в сфере бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности...» [2]. Следует отметить, что ПБУ 22/2010 был создан в рамках программы «реформирования бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности», реализуемой в РФ.

В первую очередь данный нормативно-правовой акт вводит термин «ошибка». Согласно ПБУ 22/2010 ошибкой признается «неправильное отражение (не отражение) фактов хозяйственной деятельности в бухгалтерском учете и (или) бухгалтерской отчетности организации».

Рассматриваемое положение затрагивает проблему искажения отчетности путем предоставления инструкций по исправлению ошибок в бухгалтерской отчетности, допущенных в различных ситуациях. Использование данного

нормативно-правового акта позволяет бухгалтеру исправлять обнаруженные ошибки в бухгалтерском учете и бухгалтерской (финансовой) отчетности в соответствии с законодательством РФ и влечет за собой увеличение достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Наиболее близким международным нормативно-правовым актом к ПБУ 22/2010 является МСФО 8 «Учетная политика, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки». Данный стандарт рассматривает порядок выбора и применения учетной политики на предприятии, изменения в бухгалтерских оценках и корректировку ошибок в бухгалтерской (финансовой) отчетности. Как можно понять из названий и задач данных актов, МСФО 8 охватывает более широкий круг вопросов. В данном исследовании МСФО 8 рассматривается в сравнении с ПБУ 22/2010, и в связи с этим, будет рассмотрена только часть МСФО 8, затрагивающая проблему ошибок в бухгалтерском учете и бухгалтерской (финансовой) отчетности.

В таблице 1 проведем сравнение подходов к формулировке термина «ошибка» в МСФО 8 и ПБУ 22/2010.

По результатам выполненного сравнения (табл. 1) можно сделать вывод, что принципиальные различия в формировании термина ошибка в МСФО 8 и ПБУ 22/2010 отсутствуют.

Однако, понятие термина «ошибка», полу-

Таблица 1. Сравнение МСФО 8 и ПБУ 22/2010 в части формулировки термина «ошибка»

МСФО 8	ПБУ 22/2010
Ошибки могут возникнуть при признании, измерении, представлении или раскрытии элементов финансовой отчетности.	Неправильное отражение (не отражение) фактов хозяйственной деятельности в бухгалтерском учете и (или) бухгалтерской отчетности организации (далее - ошибка) может быть обусловлено, в частности: неправильным применением законодательства Российской Федерации о бухгалтерском учете и (или) нормативных правовых актов по бухгалтерскому учету; неправильным применением учетной политики организации; неточностями в вычислениях; неправильной классификацией или оценкой фактов хозяйственной деятельности; неправильным использованием информации, имеющейся на дату подписания бухгалтерской отчетности; недобросовестными действиями должностных лиц организации.
Финансовая отчетность не соответствует Международным стандартам финансовой отчетности (IFRS), если она содержит существенные или несущественные ошибки, совершенные с целью достижения определенного представления финансового положения предприятия, финансовых результатов или движения денежных средств.	Ошибка признается существенной, если она в отдельности или в совокупности с другими ошибками за один и тот же отчетный период может повлиять на экономические решения пользователей, принимаемые ими на основе бухгалтерской отчетности.

ченное нами в ходе рассмотрения указанных нормативных документов, являются слишком широким и поверхностным. В частности данная ситуация касается характера умышленности ошибки. На наш взгляд, следует разделять понятия преднамеренная и непреднамеренная ошибка.

В международной практике преднамеренные ошибки и порядок действия при их обнаружении затрагивает МСА 240 «Ответственность аудитора в отношении мошенничества в ходе аудита финансовой отчетности». Данный стандарт в первую очередь в дополнение к термину «ошибка» вводит термин «мошенничество», а также «отделяет мошенничество от ошибки и описывает два типа мошенничества» [3]. В контексте данного документа предусмотрено однозначное разделение понятий «мошенничество» и «ошибка» на основе характера умышленности. Согласно рассматриваемого МСА 240 ошибка носит неумышленный характер, термин «мошенничество» в свою очередь носит именно умышленный характер. Таким образом, можно предположить, что МСА 240 служит своеобразным дополнением к рассмо-

тренному выше МСФО 8 «Учетная политика, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки». Помимо предоставления более конкретного и емкого определения термина «ошибка», а также дополнения данного термина термином «мошенничество», МСА 240 четко выделяет 2 небольшие классификации мошенничества, представленных на рисунке 2.

Рисунок 2. Классификация мошенничеств в бухгалтерской (финансовой) отчетности согласно МСА 240



Согласно рис. 2, по субъекту совершения мошенничества делятся на мошенничества

совершенные одним или несколькими членами руководства хозяйствующего субъекта – «мошенничество руководства субъекта» и на мошенничества, совершенные только неуправленческим персоналом организации, получившие название «мошенничество сотрудников».

Что касается причины возникновения, то, согласно данному стандарту, выделяют 2 типа мошенничества: мошенничества с финансовой отчетностью; мошенничества, совершенные в результате присвоения активов.

МСА 240 фактически является основным документом, определяющим суть мошенничества в бухгалтерской отчетности как явление в международной практике, и отделяющим его от термина «ошибка». Примеры факторов риска мошенничества, а также примеры обстоятельств, указывающих на вероятность мошенничества, оформленные в качестве приложения, помогают более глубоко понять мошенничество в бухгалтерской отчетности и причины данного явления.

Таким образом, на основании вышесказанного, можно считать, что МСА 240 является своеобразной основой для дальнейшего изучения искажений бухгалтерской (финансовой) отчетности, носящей умышленный характер.

В законодательстве РФ вопросы, аналогичные затрагиваемым в МСА 240, рассматриваются в Федеральном стандарте аудиторской деятельности (ФСАД) 5/2010 (различия в указанных стандартах представлены в таблице 2). Данный стандарт пришел на замену утратившему силу ФПСАД 13 в рамках реформирования системы бухгалтерского учета.

Рассматриваемый документ (ФСАД 5/2010) вводит термин «недобросовестных действий», хотя и не дает четкого определе-

ния данного термина. Согласно ФСАД 5, недобросовестные действия при составлении бухгалтерской отчетности заключаются «в преднамеренном искажении ее, включающем неотражение числовых данных либо нераскрытие информации в бухгалтерской отчетности с целью введения в заблуждение пользователей этой отчетности» [4]. Таким образом, на основании вышесказанного можно сделать вывод о том, что термин «мошенничество», предлагаемый МСА 240, и термин «недобросовестные действия», вводимый ФСАД 5/2010 являются по своей сути идентичными понятиями. Данные термины позволяют провести разделение искажений бухгалтерской (финансовой) отчетности по признаку умышленности и регламентируют действия аудиторов, в случае обнаружения данных искажений.

Возникает вопрос относительно появления различий в терминах, используемых в российской и зарубежной практике, обозначающих по своей сути одно и то же явление. Ответ лежит в специфике законодательства РФ. В отечественном законодательстве термин «мошенничество» закреплен в статье 159 УК РФ и определяется как «хищение чужого имущества или приобретение права на чужое имущество путем обмана или злоупотребления доверием» [5]. Таким образом, определяя данный термин как уголовное преступление. Соответственно применяя термин «мошенничество» по отношению к проверяемой бухгалтерской (финансовой) отчетности аудитор фактически обвиняет субъекта искажений в уголовном преступлении. Соответственно, делая вывод о наличии «мошенничества» в бухгалтерской (финансовой) отчетности аудитор признает субъекта виновным в совершении преступления.

Таблица 2. Различия между МСА 240 и ФСАД 5/2010.

МСА 240	ФСАД 5/2010
Терминология: разделение термина «ошибка», введенного в МСФО 8, по признаку умышленности. Для ошибок, носящих умышленный характер, используется термин «мошенничество». Отсутствие четкого определения термина мошенничество.	Терминология: термин «ошибка», введенный в ПБУ 22/2010, аналогично МСА 240 разделен по характеру умышленности. Для ошибок, носящих умышленный характер, используется термин «недобросовестные действия». Четкое определение термина «недобросовестные действия» отсутствует.
Классификация по причине возникновения мошенничества и по субъекту совершения.	Классификация недобросовестных действий отсутствует.

В то же время, согласно статье 49 Конституции РФ «Каждый обвиняемый в совершении преступления считается невиновным, пока его виновность не будет доказана в предусмотренном федеральным законом порядке и установлена вступившим в законную силу приговором суда» [6]. В данной ситуации на лицо факт противоречия Конституции РФ, что дает нам основание предполагать, что данное противоречие явилось основой применения термина «недобросовестные действия» в ФСАД 5/2010 вместо термина «мошенничество», используемого в МСА 240.

При сравнении рассмотренных стандартов аудита можно сделать вывод о том, что данные различия с методической точки зрения являются несущественными, так как обусловлены в большей степени лингвистическими особенностями языка. Отсюда следует вывод о том, что ФСАД 5/2010 идентичен по своему содержанию МСА 240.

Необходимо также отметить, что в рассмотренных стандартах аудита в качестве приложений и в текстах документов приведены примеры обстоятельств, указывающих на вероятность мошенничества и примеры факторов риска мошенничества. Данные приложения позволяют лучше понять суть явления «недобросовестные действия» / «мошенничество», однако, отсутствие четкого определения данных терминов может привести к неоднозначной, субъективной трактовке данного явления. В связи с этим целесообразно применять следующую трактовку: недобросовестные действия в бухгалтерской отчетности – это умышленные действия управленческого персонала или иных сотрудников предприятия, направленные на искажение бухгалтерской отчетности с целью сокрытия хищения или иного незаконного присвоения имущества хозяйствующего субъекта или же с целью введения в заблуждение внешних и внутренних пользователей бухгалтерской отчетности.

В результате проведенного сравнительного анализа нормативно-правовой базы, применяемой в международной и отечественной практике по отношению к различным видам искажений бухгалтерской (финансовой) отчетности можно сделать вывод о почти полной идентичности рассмотренных документов. Такое положение дел в отечественном законода-

тельстве позволяет утверждать, что реформа бухгалтерского учета в РФ, провозглашенная в «Концепции развития бухгалтерского учета и отчетности в РФ на среднесрочную перспективу» (утверждена приказом Минфина РФ № 180 от 01.07.2004 г.), проходит успешно и планомерно. Реализация данной концепции способна в обозримом будущем привести к полному соответствию бухгалтерской (финансовой) отчетности российских предприятий международным стандартам, существенно упростив интеграцию российских предприятий в международное бизнес сообщество. Кроме того по результатам выполненного сравнительного анализ был сделан вывод, что вопросы умышленного искажения бухгалтерской (финансовой) отчетности, как в отечественных так и в международных документах, раскрыты достаточно поверхностно и требуют более детального изучения.

Источники

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» №402 ФЗ от 06.12.2011 // <https://www.google.ru>
2. Гордеева А.А. Методика выявления искажений в бухгалтерской (финансовой) отчетности: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Москва, 2014.
3. МСА 240 «Ответственность аудитора в отношении мошенничества в ходе аудита финансовой отчетности» // <https://www.google.ru>
4. ФСАД 5/2010 «Обязанности аудитора по рассмотрению недобросовестных действий в ходе аудита», утвержден Приказом Минфина России от 17 августа 2010 г. №90н.
5. Уголовный кодекс РФ от 13.06.1996 №63-ФЗ (принят ГД РФ 25.05.1996) <https://www.google.ru>
6. Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993) // Российская газета. 1993.
7. МСФО 8 «Учетная политика, изменения в бухгалтерских расчетах и ошибки» // <https://www.google.ru>
8. ПБУ 22/2010 «Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности», утвержден приказом Министерства Финансов РФ от 28 июня 2010 г. №63н // <https://www.google.ru>

Замбржицкая Е.С.,

к.э.н., доцент Магнитогорского государственного
технического университета им Г.И. Носова;

Маковчук И.В.,

начальник отдела сбыта и снабжения ОАО «МЦОЗ», магистрант по направлению 080100 «Экономика».

Zambrzhitskaya Ye.S.,

Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State
Technical University;

Makovchuk I.V.,

Head of Sales and supply of «MTSOZ», graduate student in
the direction 080100 «Economics».

НАЛОГОВЫЙ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АСПЕКТ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В РАМКАХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ХОЛДИНГОВЫХ СТРУКТУР

TAX AND ADMINISTRATIVE ASPECTS OF TRANSFER PRICING, IN INDUSTRIAL HOLDING COMPANIES

Аннотация

В статье выполнен сравнительный анализ существующих методов определения трансфертных цен в налоговом учете, а также определено, что указанные методы не всегда могут быть использованы для целей управления современными промышленными объединениями. В частности предложен механизм установления трансфертных цен для целей управленческого учета, обеспечивающий требуемый запас финансовой прочности для центров ответственности.

Abstract

In the article has been fulfilling a comparative analysis of existing methods for determining transfer prices for tax purposes. It is determined that these methods cannot always be used for the managing in modern industrial associations. In particular, we propose a mechanism to establish transfer prices for internal management purposes, providing the required financial headroom for responsibility centers.

Ключевые слова:

Холдинг, объединение капитала, трансфертные цены, налоговый учёт, управленческий учёт, методы трансфертного ценообразования, сравнение, запас финансовой прочности, центры ответственности.

Keywords:

Holding company, union of capital, transfer price, tax accounting, management accounting, methods of transfer pricing, comparison, financial headroom, responsibility centers.

Современный уровень развития рыночных отношений характеризуется ярко выраженной тенденцией к укрупнению бизнеса. Научно-технический прогресс, появление инновационных технологии и т.д. делают малый и средний бизнес неконкурентоспособным, так основным конкурентным преимуществом современных предприятий (в том числе промышленных) является использование инновационных технологий, которые в свою очередь предполагают наличие крупного (существенного) капитала.

Укрупнение бизнеса (объединение капитала) реализуется путем создания транснациональных компаний и холдинговых структур. В российской практике зачастую холдинги формируются путем объединения предприятий вокруг головной компании, в качестве которой выступает, как правило, крупное промышленное предприятие.

Основными задачами, которые решаются в процессе создания холдинговых структур, являются следующие:

- создание взаимосвязанных производственных и сбытовых цепочек;
- синергический эффект от совместной работы группы компаний.
- снижение рисков и повышение финансовой устойчивости бизнеса;
- оптимизация структуры управления для сосредоточения усилий руководства головной компании на разработке и реализации стратегических задач всего холдинга;
- диверсификация бизнеса, когда в холдинг входят разнородные предприятия, производящие различные виды продукции или услуг и др.

Важным аспектом взаимоотношений го-

ловной и материнской компании в рамках холдинга является установление трансфертных цен для оценки выпуска продукции в разрезе центров ответственности.

В экономической литературе трансфертные цены определяется как цены, используемой крупными компаниями, корпорациями, холдингами, в сделках, совершаемых между филиалами, подразделениями или дочерними фирмами.

В настоящее время существуют два методических подхода к формированию трансфертной цены: налоговый; управленческий. Рассмотрим каждый из подходов более подробно, начнем с налогового, так как он в настоящее время является наиболее распространенным.

Налоговые органы западных стран столкнулись с проблемой трансфертных цен еще в 50 – 60-е гг. XX в., когда в связи с процессами концентрации производства в промышленности стали формироваться крупные промышленные холдинги и транснациональные корпорации. Концентрация производства сопровождалась развитием его специализации, предполагающей передачу промежуточных продуктов другому предприятию, входящему в тот же холдинг. В этой ситуации установление трансфертных цен, отличающихся от рыночных, позволяет руководству холдинга перераспределять прибыль между материнской и дочерними компаниями, распределять рынки сбыта и сферы влияния между различными подразделениями.

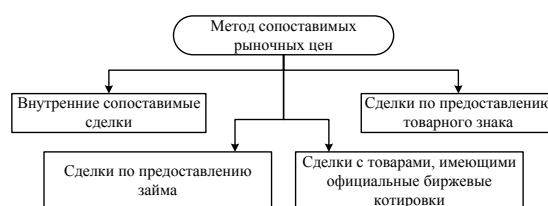
В РФ основным нормативным документом, регулирующим трансфертное ценообразование является Налоговый кодекс РФ (раздел V), который предлагает следующие методы трансфертного ценообразования: метод сопоставимых рыночных цен; метод цены последующей реализации; затратный метод; метод сопоставимой рентабельности; метод распределения прибыли.

Использование метода сопоставимых рыночных цен предполагает наличие информации о ценах, примененных независимыми сторонами в сопоставимых (аналогичных) сделках. Специалисты в области налогового учета выделяют следующие случаи, когда применение данного метода является целесообразным с точки зрения действующего законо-

дательства (рис.1):

- внутренние сопоставимые сделки, т.е. сделки, сопоставимые с контролируемыми сделками, но совершенные компанией с независимой стороной на сопоставимых условиях;
- операции по предоставлению займа. В данном случае предполагается использование неких баз данных, в которых представлена информация по конкретным займам или выпуску облигаций, и при совпадении основных условий (сумма и валюта займа, срок, процентная ставка и т.п.) эти сделки можно рассматривать как сопоставимые;
- предоставление права использования товарного знака. На наш взгляд, товарные знаки (как и любую другую интеллектуальную собственность) изначально сложно сравнивать ввиду их уникальности;
- операции купли-продажи товаров, по которым имеются официальные (биржевые) котировки или достоверные статистические данные.

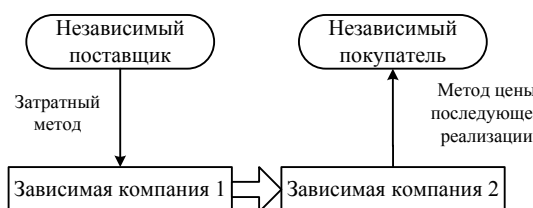
Рисунок 1. Сделки, при которых необходимо использовать метод сопоставимых рыночных цен



Метод цены последующей реализации и затратный метод являются зеркальными методами, суть методов одна и та же: необходимо сравнить валовую рентабельность (в случае метода цены последующей реализации) или валовую рентабельность затрат (в случае затратного метода), которую получила компания в сделке со взаимозависимым лицом, с рыночным интервалом рентабельности, которую получили независимые лица в сопоставимых сделках.

Необходимо отметить, что выбор конкретного метода будет зависеть от того, в какой части производственной цепочки находится анализируемая (контролируемая, проверяемая) компания и независимая сторона (рис.2).

Рисунок 2. Использование затратного метода и метода цены последующей реализации



Так, если анализируемая (контролируемая) компания покупает товар у зависимой стороны, а затем перепродает этот товар независимому покупателю, фактически выполняя при этом функцию посредника (например, многие современные промышленные предприятия с целью увеличения эффективности продаж выделяют свой отдел сбыта в самостоятельное юридическое лицо (так называемые, Торговые Дома), наделяя его функциями продвижения и продажи продукции), то тогда необходимо применять метод цены последующей реализации, используя при этом показатель валовой рентабельности. Этот показатель сравнивается с валовой рентабельностью независимых организаций, выполняющих аналогичные посреднические функции по продаже и продвижению товара. Если валовая рентабельность анализируемой (контролируемой) компании оказывается внутри рыночного интервала рентабельности, то, значит, и закупочные цены установлены на рыночном уровне.

Зеркальная ситуация складывается, если тестируемая компания производит продукцию, выполняет работы или оказывает услуги для зависимой стороны; здесь необходимо проверять не закупочные цены, а, наоборот, продажные цены. Для этого используется показатель валовой рентабельности затрат, который сравнивается с рыночным интервалом валовой рентабельности затрат независимых компаний, которые производят аналогичную продукцию, выполняют аналогичные работы или оказывают аналогичные услуги.

На практике в условиях хозяйствования российских предприятий, использование указанных двух методов весьма ограничено, так как необходимая информация о валовой рентабельности, примененной независимыми компаниями в сопоставимых сделках, как пра-

вило, отсутствует. Кроме того, необходимо убедиться, что сделки, выбранные в качестве сопоставимых, были совершены действительно в сопоставимых коммерческих и финансовых условиях либо такая сопоставимость может быть достигнута путем применения обоснованных корректировок. Указанные два фактора приводят к тому, что метод цены последующей реализации и затратный метод на практике, как правило, не применяются.

Следующим рассмотрим метод сопоставимой рентабельности, который может использоваться при отсутствии или недостаточности информации, на основании которой можно обоснованно сделать вывод о наличии необходимой степени сопоставимости коммерческих и (или) финансовых условий сопоставляемых сделок и, соответственно, использовать метод последующей реализации или затратный метод.

Метод сопоставимой рентабельности заключается в сопоставлении операционной рентабельности, сложившейся у лица, являющегося стороной анализируемой сделки, с рыночным интервалом операционной рентабельности в сопоставимых сделках.

В качестве показателя операционной рентабельности могут быть использованы: рентабельность продаж; рентабельность затрат; рентабельность коммерческих и управленческих расходов; рентабельность активов; иной показатель рентабельности, отражающий взаимосвязь между осуществляемыми функциями, используемыми активами и принимаемыми экономическими (коммерческими) рисками и уровнем вознаграждения.

Рентабельность продаж используется: при последующей перепродаже товаров, приобретенных у лиц, являющихся взаимозависимыми с лицом, осуществляющим перепродажу, лицам, которые не являются взаимозависимыми с ним; при последующей перепродаже товаров, приобретенных у лиц, не являющихся взаимозависимыми с лицом, осуществляющим перепродажу, лицам, которые являются взаимозависимыми с ним.

Валовая рентабельность коммерческих и управленческих расходов используется в случаях, если лицо, осуществляющее перепродажу, несет незначительные экономические (коммерческие) риски при приобретении и

последующей перепродаже товаров в непродолжительный период и при этом существует прямая взаимосвязь между величиной валовой прибыли от продаж лица, осуществляющего перепродажу, и величиной осуществленных им коммерческих и управленческих расходов.

Рентабельность затрат используется при выполнении работ, оказании услуг, а также при производстве товаров. Рентабельность активов используется при производстве товаров (в частности, если анализируемые сделки совершаются лицами, которые осуществляют капиталоемкую деятельность).

При использовании метода сопоставимой рентабельности с рыночным интервалом рентабельности сопоставляется рентабельность той стороны анализируемой сделки, которая:

1) осуществляет функции, вклад которых в полученную прибыль по сделкам, последовательно совершенным с одним и тем же товаром, меньше, чем вклад другой стороны анализируемой сделки;

2) принимает меньшие экономические (коммерческие) риски, чем другая сторона анализируемой сделки;

3) не владеет объектами нематериальных активов, оказывающими существенное влияние на уровень рентабельности.

В случае если сторона анализируемой сделки не отвечает вышеперечисленным требованиям, то для сопоставления с рыночным интервалом рентабельности выбирается та сторона анализируемой сделки, которая в наибольшей степени отвечает указанным требованиям.

Алгоритм определения рыночной цены:

– Если рентабельность по контролируемой сделке находится в пределах рыночного интервала рентабельности, то для целей налогообложения признается, что цена, примененная в этой сделке, соответствует рыночным ценам.

– Если рентабельность по контролируемой сделке меньше минимального значения интервала рентабельности, то для целей налогообложения учитывается минимальное значение интервала рентабельности, исходя из которого, рассчитывается рыночная цена.

– Если рентабельность по контролируемой сделке превышает максимальное значение интервала рентабельности, то для целей

налогообложения учитывается максимальное значение интервала рентабельности, исходя из которого, рассчитывается рыночная цена.

Следующий рассмотрим метод распределения прибыли. Данный метод весьма сложен в применении и может использоваться как исключение в том случае, если другие методы не дадут достоверного результата. Суть данного метода сводится к перераспределению совокупной прибыли всех сторон сделки пропорционально выполняемым функциям (внешенным активам, принятым рискам и т.д.) или пропорционально распределению прибыли между независимыми сторонами в сопоставимой сделке.

Подводя итоги анализу налоговых методов трансфертного ценообразования можно сказать, что существующие методы являются недостаточно эффективными, так как в большинстве случаев отсутствует информационная база для их расчета. Кроме того необходимо отметить, что вопрос установления трансфертных цен представляет наибольший интерес не с точки зрения налогового учета, а с точки зрения управленческого учета. В целом можно говорить о том, что трансфертная цена это управленческий инструмент, реализуемый в рамках холдинговых структур.

С позиции управленческого учета, по мнению ряда специалистов, трансфертные цены должны устанавливаться так, чтобы для каждого из центров ответственности можно было определить не только величину расходов, но и прибыли, что в дальнейшем позволит сформировать развернутую информационную систему объективной оценки эффективности и выявления недостатков в деятельности предприятия.

В практике управленческого учета в настоящее время используются несколько методов определения трансфертных цен, основные из которых представлены на рис. 3.

Рисунок 3. Методы определения трансфертных цен



Для разработки и принятия договорных цен нужна определенная база, в качестве которой могут выступать рыночные или расчетные цены. Проще всего использовать рыночные цены, но они могут отсутствовать для промежуточной продукции, которая поставляется своим подразделениям в дальнейшую обработку. Расчетные цены установленные на базе переменных затрат имеют ряд существенных недостатков, в частности несопоставимость их с рыночными ценами на другие продукты.

В подобных ситуациях, наиболее правильно, по нашему мнению, устанавливать трансфертные цены на базе себестоимости по полным затратам, для чего необходима процедура распределения постоянных затрат по видам продукции. В современном бухгалтерском управленческом учете задача распределения постоянных затрат по видам продукции не имеет удовлетворительного решения [1, с.47].

Ниже рассматривается предлагаемая процедура распределения постоянных затрат по видам продукции, позволяющая получить трансфертные цены, обеспечивающие всем центрам ответственности равные условия оценки их деятельности в части управления затратами.

Основная идея предлагаемого метода определения трансфертных цен сводится к тому, что необходимо обеспечить поставляющему подразделению гарантированный запас финансовой прочности независимо от структуры и количества затребованной продукции, которые определяются принимающим подразделением. Для этого каждый вид продукции и их сочетания должны обеспечиваться одинаковый удельный маржинальный доход. При этом условии, выпуск каждого вида продукции и их сочетаний в любых пропорциях будет характеризоваться одинаковой величиной точки нулевой прибыли (ТНП), которая будет определяться через требуемый запас финансовой прочности, а именно [2, с. 22; 3, с. 40; 4, с. 35]:

$$\text{ТНП} = Z_{\text{const}} / d_0 = (\text{ПМ} \times k) - \text{ЗФП} \quad (1)$$

где Z_{const} – постоянные расходы;

d_0 – удельный маржинальный доход;

ПМ – производственная мощность;

k – коэффициент использования производственной мощности;

ЗФП – требуемый запас финансовой прочности.

Удельный маржинальный доход (d_0) и цену продукции (p_i) рассчитываем по формулам:

$$d_0 = Z_{\text{const}} / \text{ТНП} \quad (2)$$

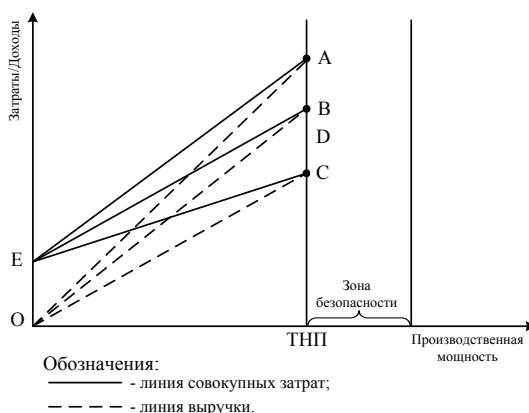
$$p_i = d_0 + c_i \quad (3)$$

где i – номер вида выпускаемой продукции,

c_i – удельные переменные затраты по видам выпускаемой продукции.

Определение нижней границы цены на выпускаемую продукцию можно проиллюстрировать при помощи графика (рис. 4).

Рисунок 4. Иллюстрация метода определения трансфертных цен для трех видов продукции



В заключении можно сделать вывод, что наиболее важным с точки зрения управления современными промышленными холдингами является использования методов трансфертного ценообразования, позволяющих получить реальную оценку эффективности деятельности конкретной компании, входящей в холдинговую структуру. При этом управленческий механизм трансфертного ценообразования может существенно отличаться от налогового, что говорит о необходимости параллельного ведения налогового и управленческого учета и связано с дополнительными затратами. Однако как показывает практика, эффект от внедрения управленческого учета в части трансфертного ценообразования существенно превышает затраты на его ведение.

Для большинства промышленных холдинговых структур в рамках работы с трансфертными операциями свойственно отсутствие рыночных цен на промежуточную продукцию. В данной ситуации наиболее правильным будет определение трансфертных цен на основе полной себестоимости. Постоянные затраты по видам продукции предлагается распределять таким образом, чтобы обеспечить требуемый запас финансовой прочности для центров ответственности, независимо от структуры продукции, поставляемой данным центром ответственности другим центрам ответственности предприятия. Предложенные в рамках данной статьи методические подходы к определению трансфертных цен для целей управленческого учета при отсутствии рыночных цен на промежуточную продукцию позволят повысить качество и надежность принимаемых управленческих решений.

Источники

1. Данилов Г.В., Рыжова И.Г., Войнова Е.С. Условия применения регрессионного анализа для дифференциации затрат на постоянные и переменные // Научно-технические ведомости СПбГПУ. 2009. №1(71).
2. Данилов Г.В., Рыжова И.Г., Войнова Е.С. Моделирование влияния ассортимента продукции на основные показатели предприятия // Моделирование влияния ассортимента продукции на основные показатели предприятия // Международный бухгалтерский учет. 2012. №21(219).
3. Данилов Г.В., Рыжова И.Г., Войнова Е.С. Моделирование влияния ассортимента продукции на основные показатели предприятия // Экономический анализ: теория и практика. 2012. №15(270).
4. Данилов Г.В., Рыжова И.Г., Войнова Е.С. Учет ассортиментных сдвигов в структуре выпускаемой продукции в анализе безубыточности // Экономический анализ: теория и практика. 2009. №26 (155).

Иванова Л.А.,

К.ю.н., доцент Магнитогорского государственного технического университета. им Г.И. Носова.

Рахимова Л.М.,

старший преподаватель Магнитогорского государственного технического университета. им Г.И. Носова.

Ivanova L.A.,

Ph.D., assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical University.

Rakhimova L.M.,

Assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical University.

СТРАХОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ РИСКОВ

INSURANCE OF ENVIRONMENTAL RISKS

Аннотация

Страхование экологических рисков приобретает все большее значение в связи с необходимостью обеспечения экологической безопасности. В настоящее время экологическое страхование с одной стороны является одним из элементов экономического механизма охраны окружающей среды.

Abstract

Insurance of ecological risks has become increasingly important due to the need to ensure environmental safety. Currently, ecological insurance is part of the economic mechanism of environmental protection.

Ключевые слова:

Экологическое страхование, страхование, окружающая среда, экологические риски, оценка экологического риска.

Keywords:

Ecological insurance, insurance, environment, ecological risks, ecological risk assessment.

Одной из актуальных проблем в России является загрязнение окружающей среды. По данным Федеральной Государственной службы статистики, в I квартале 2014 г. службами мониторинга природной среды Росгидромета зафиксировано 12 случаев высокого загрязнения атмосферного воздуха, 3 случая аварийного загрязнения, 537 случаев экстремально высокого и высокого загрязнения водных объектов, 5 случаев аварийного загрязнения водных объектов, 3 случая аварийного загрязнения почв [1].

Вред окружающей среде может возникнуть от воздействия следующих факторов:

- аварийные или форс-мажорные обстоятельства, возникающие при непредвиденных условиях (например, затопление мест складирования вредных отходов при наводнении);

- отложенный ущерб – вред окружающей среде, возникающий через определенный промежуток времени вследствие работы предприятия (например, снижение биоразнообразия природных экосистем из-за поступления соединений азота, выбрасываемых при работе автотранспорта).

- синергетический ущерб – ущерб, образующийся при совместном действии тех доз загрязняющих веществ, что не приводят к вредному влиянию при отдельном воздействии (например, канцерогенное действие смеси тяжелых металлов в малых дозах).

Природоохранные органы часто обращаются в суд с исками в отношении предприятий с требованиями возмещения ущерба, причиненного негативным воздействием на окружающую среду. Одним из путей решения проблемы восстановления нарушенного состояния окружающей среды является страхование экологических рисков.

Экологическое страхование должно обеспечиваться государственной поддержкой в рамках предпринимательской и инновационной деятельности, направленной на охрану окружающей среды [2].

В настоящее время экологическое страхование с одной стороны является одним из элементов экономического механизма охраны окружающей среды, с другой стороны – это специальный вид страхования, предусмотренный гражданским законодательством [3].

Страхование экологических рисков при-

обретает все большее значение в связи с необходимостью обеспечения экологической безопасности, предупреждения и ликвидации последствий негативного воздействия на окружающую среду, привлечения негосударственных ресурсов в сферу природопользования, обеспечения финансовой устойчивости предприятий [4].

В экологическом законодательстве под экологическим риском понимается «вероятность наступления события, имеющего неблагоприятные последствия для природной среды и вызванного негативным воздействием хозяйственной и иной деятельности, чрезвычайными ситуациями природного и техногенного характера» [5].

В настоящее время экологическое страхование развивается в направлении страхования ответственности за причинение вреда. Экологические риски, в части рисков загрязнения и причинения вреда объектам охраны окружающей среды, страхуются согласно федеральному законодательству в рамках:

1) обязательного страхования ответственности предприятий, эксплуатирующих опасные производственные объекты (ст. 15 Федерального закона от 21 июля 1997 г. № 116-ФЗ «О промышленной безопасности опасных производственных объектов»). При этом страховым риском является возможность наступления гражданской ответственности владельца опасного объекта по обязательствам, возникающим вследствие причинения вреда потерпевшим.

2) обязательного страхования гражданской ответственности эксплуатирующих организаций и собственников гидротехнических сооружений (ст. 15 Федерального закона от 21 июля 1997 г. № 117-ФЗ «О безопасности гидротехнических сооружений») [6];

3) страхования ответственности по возмещению ущерба в случае космической деятельности (п. 1 ст. 25 Закона РФ от 20 августа 1993 г. № 5663-1 «О космической деятельности»)[7].

Обязательное экологическое страхование в настоящее время проводится путем включения экологических рисков в перечень страховых рисков, подлежащих обязательному страхованию определенными категориями предприятий, чья деятельность связана с повышенной экологической опасностью для окружающих из-за эксплуатации опасных про-

изводственных объектов и заключается в том, что они всегда несут ответственность за причинение вреда таким источником.

Однако дефиниция, имеющаяся в Федеральном законе «Об охране окружающей среды», определяющая экологический риск не только не вписывается в современную теорию риска, но и оценивает экологический риск вероятностной характеристикой, не отражающей его экономическую составляющую, а, следовательно, не поддающимся регулированию экономическими методами [8].

В научной литературе отмечается оживленная дискуссия относительно исследуемого понятия. Как отмечают, Анисимов А.П. и Новикова А.Е. категория риска в целом и экологического риска в частности является сложной межотраслевой категорией, направленной на прогноз и смягчение негативных последствий от экологически опасной или иной деятельности для состояния прав человека, и в том числе права человека на благоприятную окружающую среду [9].

Башкин В.Н. пишет, что экологическая оценка риска – сложный и постоянный научный и научно-практический процесс, включающий возможность и необходимость итерационных подходов, т.е. улучшение результата оценки риска путем многократного повышения качества исходной информации [10].

По мнению Горского В.Г. страхование аварийного загрязнения окружающей среды ориентируется на риски, происхождение которых не всегда удастся идентифицировать, а следовательно, оценить и адекватно отразить в количественных показателях. Если рассматривать риск как «математическое ожидание функции потерь при отыскании оценок параметров математической модели или ее структуры» [11], что аналогично смыслу, вкладываемому, например, в понятие риска в работах Айвазян С.А. [12], – то «наилучшие» оценки параметров математической модели (оценки минимального риска) находятся из условия минимума функции потерь.

Из аналогичного условия находится и наилучшая структура модели, где авторы обращают внимание на то, как трактуется термин «риск» в различных разделах прикладной математики: «Первая трактовка (назовем ее априорной) известна из теории решений и

определяет риск как вероятность появления неблагоприятного события. Вторая – известна из теории игр и трактует риск количественно как максимальный ущерб, нанесенный этим же событием». Можно сказать, что определение смысла этого слова должно включать и то, и другое, т.е. риск – это «двумерная величина», включающая как вероятность наступления нежелательного случайного события, так и связанные с ним потери. Его величина при загрязнении окружающей среды зависит, по крайней мере, от пяти особо важных составляющих: от объема поступившего вредного вещества, вида реципиента, периода экспозиции и времени года, степени экологической опасности химического или физического элемента [11].

Бажайкин А.Л. предлагает экологическое страхование подразделить на следующие виды:

- страхование ответственности владельцев источников повышенной экологической опасности, на случай загрязнения окружающей природной среды, причинения вреда жизни и здоровью физических лиц;
- страхование природных объектов и комплексов на случай наступления чрезвычайных экологических ситуаций, обусловленных стихийными бедствиями;
- страхование жизни и здоровья физических лиц на случай наступления чрезвычайных экологических ситуаций, обусловленных стихийными бедствиями и техногенными авариями [13].

Сегодня для развития института экологического страхования нужно искать убедительные и эффективные методы воздействия на природопользователей, – методы, которые сочетали бы принципы добровольности с выраженной экономической заинтересованностью и контролем со стороны государства.

Федеральный закон «Об экологическом страховании» мог бы претендовать на роль всеобъемлющего инструмента, регулирующего процесс несения экологической ответственности. Но трудности его законодательного оформления, вызванные, главным образом, необходимостью перераспределения финансовых потоков в действующей экономической системе страны, показывают бесперспективность этого направления.

Другое дело – попытаться встроить эко-

логическое страхование в механизм имущественной ответственности, закрепленный в российском законодательстве. Для этого необходимо: определить источник уплаты страховых взносов; придать юридический статус расчетным документам, единым для предстраховой экологической оценки функционирования хозяйствующего субъекта и для оценки последствий развития аварийной экологической ситуации.

Рыночные инструменты регулирования воздействия на окружающую среду до настоящего времени не получили широкого применения, и, как следствие, правовое обеспечение экономического стимулирования в области охраны окружающей среды в России фрагментарно и малоэффективно.

Экологическое страхование (не только обязательное, но и добровольное) будет гарантией возмещения ущерба, а также создаст условия и обеспечит экономическое стимулирование предотвращения аварийного загрязнения окружающей среды. Необходимой процедурой для заключения договора страхования должно быть экологическое аудирование (которое должен провести страховщик). А страхователь обязан представить заключение Государственной экологической экспертизы на объект страхования; декларацию безопасности промышленного объекта РФ и паспорт предприятия.

Надо ввести приемлемую для страховщиков и страхователей методику оценки причиняемых им материальных и нравственных убытков. Методика должна содержать показатели для установления объемов вреда.

Но при этом необходимо дифференцировать требования для вновь создаваемых и для старых предприятий, где страховой случай более вероятен. Так, ст. 3 Федерального закона «Об охране окружающей среды», закрепляет принцип обеспечения интегрированного и индивидуального подходов к установлению требований в области охраны окружающей среды к субъектам хозяйственной и иной деятельности, осуществляющим такую деятельность или планирующим осуществление такой деятельности.

Развитие законодательных установлений об экономической мотивации снижения экологического риска позволит решить вопросы

возмещения вреда и создаст условия для дополнительного контроля за деятельностью недобросовестных организаций, оказывающих антропогенное давление на окружающую человека природную среду, усилиями гражданского-правового института страхования.

Источники

1. Сайт Федеральной государственной службы статистики // <http://www.gks.ru>
2. Иванова Л.А., Рахимова Л.М. Предпринимательская деятельность, направленная на охрану окружающей среды: состояние и проблемы // Экономика и политика. 2013. №1. С. 164-169.
3. Иванова Л.А., Рахимова Л.М. Экологическое страхование в Российской Федерации: понятие и формы реализации. Екатеринбург: УрФУ, 2014.
4. Хлуденева Н.И., Цуранова А.И. Государственная экологическая политика и право // Журнал российского права. 2011. №11. С. 128-135.
5. Федеральный закон от 10 января 2002 г. № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды» // СЗ РФ. 2002. №2. Ст. 133.
6. Федеральный закон от 21.07.1997 №117-ФЗ (ред. от 30.12.2012, с изм. от 04.03.2013) «О безопасности гидротехнических сооружений» // Собрание законодательства РФ. 28.07.1997. №30. Ст. 3589.
7. Закон РФ от 20.08.1993 № 5663-1(ред. от 21.11.2011) «О космической деятельности» // Российская газета. №186. 06.10.1993.
8. Моткин Г.А. Проблемы развития экологического страхования в России // Охрана окружающей среды и природопользование. 2005. №2. С. 13-17.
9. Анисимов А.П., Новикова А.Е. Экологические правозащитные риски: проблемы теории и практики // Адвокатская практика. 2008. №4.
10. Экологические риски: расчет, управление, страхование: учеб. пособие. М.: Высш. шк., 2007.
11. Горский В.Г., Моткин Г.А., Петрунин В.А., Терещенко Г.Ф., Шаталов А.А., Швецова-Шиловская Т.Н. Научно-методические аспекты анализа аварийного риска. М.: Экономика и информатика, 2002.
12. Айвазян С.А. Прикладная статистика. Основы моделирования и первичная обработка данных. М. 1983.
13. Бажайкин А.Л. Экологическое страхование: теория, практика правового регулирования: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. М., 2002.

Ивкина Т.В.,

к.и.н., доцент Магнитогорского государственного
технического университета им Г.И. Носова.

Ivkina T.V.,

Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk
State Technical University

КУПЕЧЕСТВО СЕВЕРНОГО УРАЛА: МАКСИМ МИХАЙЛОВИЧ ПОХОДЯШИН (1708-1781)

THE MERCHANTS OF THE NORTHERN URALS: MAXIM MIHAILOVICH POHODYASHIN (1708-1781)

Аннотация

Северные районы современной Свердловской области вплоть до середины XVIII века представляли из себя медвежий угол, где жили семьи вогулов. Капиталы местного купца и промышленника Максима Михайловича Походяшина, которые он вложил в этот регион, способствовали его экономическому продвижению.

Abstract

The northern areas of modern Sverdlovsk region until the middle of the XVIII century were only a godforsaken place, where lived the families of Voguls. Cash of the local merchant and industrialist Maxim Mikhailovich Pohodyashin that he invested in the region, have contributed to its economic advancement.

Ключевые слова:

Предпринимательство, благотворительность, торговля, мануфактура, фабрика, рудники, подряд, гильдия, артель, купечество, протекционизм, откупа, винокурение, горные заводы

Keywords:

Entrepreneurship, charity, trade, manufactory, factory, mines, streak, guild, artel, merchants, protectionism, repurchase, winemaker, mining plants.

В городе Верхотурье, Свердловской области, начиная с 2003 г., регулярно проходит региональная научно-практическая конференция, собирающая музейных работников, краеведов и историков Среднего и Северного Урала. Она носит название «Походяшинские чтения», по имени верхотурского купца и промышленника Максима Михайловича Походяшина, своеобразного «Демидова» Северного Урала, который в XVIII в. был одним из богатейших людей России. Он основал на Северном Урале заводы, производившие треть всей российской меди и послужившие основанием городов – Карпинска, Краснотурьинска, Североуральска, а также в какой-то мере Серова и Ивделя. Инвестиции Походяшина в эти территории преобразили Северный Урал.

В 2008 г. со дня рождения Походяшина М.М. исполнилось 300 лет. Он был активнейшим благотворителем, строил церкви, поддерживал монастыри, помогал бедным, нуждающимся, никогда не отказывал священнослужителям. Имя Походяшина менее известно, чем имена других русских купцов, связанных с Уралом, в его биографии много лакун, она сопровождается многочисленными легендами, изобилует разнообразными противоречиями [1].

Максим Михайлович Походяшин происходил из посадской верхотурской семьи. Его дед Дмитрий служил дьячком в Николаевском мужском монастыре. Его родители умерли рано, известно, что к началу 20-х гг. XVIII в. их уже не было в живых, а сам он проживал в доме старшего брата Петра. Семья была далеко не бедная, братья промышляли подрядами на извоз, наймом ямщиков, торговлей фуражом и продуктами. Первоначальный капитал позволил им заняться винокурением: в 1734-40 гг. у Максима были уже три винокуренных заводов в Верхотурском уезде, которые поставляли спиртное в Тюмень, Туринск и Пелым. Совместно с компаньоном в 1750-е гг. Максим держал винный откуп в Верхотурье. Винный откуп и поставки вина со своих заводов заложили основу легендарного состояния Походяшина. Он занимался винокурением до конца жизни, оставив в наследство своим сыновьям семь винокуренных заводов в Пермской, Тобольской и Енисейской губерниях, с ежегодной поставкой до 90 тыс. ведер в год [2].

Долгие годы Походяшин именуется купцом, винным подрядчиком, откупщиком. К концу 1770-х гг. он был причислен к купцам первой гильдии. К этому времени он уже стал горнозаводчиком, богатейшим человеком, который давал в долг самому Никите Демидову [3].

Будучи «предприимчивым, деятельным, благоразумным и расчетливым» хозяином, в 1758 г., на 51-ом году жизни, он решился вложить свои капиталы в горнозаводское дело на Северном Урале в Верхотурском уезде. С середины 1750-х гг. нанятые Походяшиным люди искали руды в Верхотурском уезде. Они были найдены по берегам реки Колонги. Здесь началось строительство первого походяшинского металлургического завода – Петропавловского (Североуральск), затем были построены Николае-Павдинский и Турьинский (Богословский) заводы. Походяшин не только строил, но и покупал заводы вместе с приписанными к ним крепостными: в 1769 г. – Нювчимский, в 1774 г. три части Пожевского завода с почти четырьмя тысячами душ крепостных. Всех крепостных он переводил на Петропавловский и Богословский заводы из-за нехватки рабочих рук на этих заводах. В 1777 г. Походяшин выкупил не принадлежащую ему часть Николае-Павдинского завода [4].

Походяшин пользовался поддержкой государства. Благодаря умело подобранным помощникам, свои связям, знакомствам он поднял на строительство Петропавловского завода сотни людей, нашел рабочие руки и выполнил определенный правительством заказ – построил завод в нужные сроки.

Из меди с заводов Походяшина чеканили монеты, отливали колокола, делали пушки. К сожалению, нет точных сведений о производстве здесь оружия, но когда понадобилась медь на нужды войны во время турецкой кампании, она была немедленно доставлена в Тулу с заводов Северного Урала по умеренной цене.

Походяшин активно работал над созданием инфраструктуры заводов: с 1765 г. занимался дорожным строительством, построил 144 версты дорог с зимовьями, которые обслуживали зимовщики, обеспечивая путникам кров, продуктами и фураж для лошадей. Большинство российских предпринимателей XVIII в. отличались выдающимся умом, энер-

гией, трудолюбием, и, вместе с тем, поразительными качествами православных людей. Религиозное сознание и церковное мировоззрение побуждало их к благотворительности по отношению к церкви [5]. Таким был и Походяшин: он заложил в Североуральске в 1767 г. храм в честь апостолов Петра и Павла. Построенный в стиле уральского барокко Петропавловский храм и до сих пор является одним из красивейших церковных сооружений Урала. В 1771 г. на деньги Походяшина был выстроен Введенский храм в Карпинске, который в настоящее время почти полностью восстановлен. До конца своих дней Походяшин благотворительствовал Покровскому женскому монастырю в Верхотурье, даже после его закрытия он помогал монашкам. При монастыре он возвел двухэтажную Иоанно-Предтеченскую церковь с великолепной колокольной, существование которой поддерживал за свой счет [6].

Направленный в Тобольск комиссар правительства Осипов, познакомившийся с Походяшиным в 1779 г., дал ему характеристику как неглупому, но крайне своенравному и своеобразному человеку [7]. Он обыкновенно носил простую одежду, кафтан с заплатами, сверху армяк, на ногах – чарки. Этот богатч попросту общался с деревенскими мужиками и ездил на свои заводы с обратным извозчиком на дровнях, любил сватать и угощать. По всей видимости, это действительно так, некая чудакость и нарочитая простота были для него характерны. Однако его дом в Верхотурье, хотя и деревянный, но огромный – занимал целый квартал по Главной улице, 15, имел 30 отлично расписанных и меблированных комнат. Вокруг находились еще три дома и разнообразные службы. Здесь принимали знатных посетителей, готовили роскошные обеды.

Походяшин был человеком своего времени: для продвижения своих дел возил чиновникам в Тобольск богатые подарки, за что всегда пользовался их благорасположением. Принимал беглых без всякого опасения и даже на своем Луковском заводе угощал нагрянувшего туда неожиданно Пугачева, чем спас и себя, и завод. Он мог позволить себе многое: вывести в люди или отлучить от дел, помочь стать купцом, дать денег на торговую раскрутку, подать в суд на компаньона за сделку за его спиной, нарушить договор. Все известные по-

ходяшинские сделки красноречиво свидетельствовали о его уме, незаурядности, везучести и прозорливости [3].

Миф о неграмотности Походяшина, долго бытовавший в литературе, был развеян историком Бессоновым М.С., который, опираясь на архивный материал, только в конце XX в. доказал, что братья Петр и Максим Походяшины были грамотными [8].

Своих детей Походяшин обучал по дворянскому образцу. Они получили прекрасное домашнее образование. Своих младших сыновей он определил в военные. Это помогло им впоследствии получить наследственное дворянство.

Походяшин умер 1781 г. в городе Верхотурье вдовцом, оставив троих сыновей и огромное наследство в виде развивающегося края, построенных заводов, дороги через Уральский хребет на Чердынь, новых поселений – Турьинских рудников (ныне Краснотурьинск), Богословского завода (ныне Карпинск), Петропавловского завода (ныне Североуральск), Николае-Павдинского завода (ныне Павда) и многое другое.

Источники

1. См.: Купец Походяшин, верхотурский миллионер, благотворитель и любящий муж [Электронный ресурс] // URL: <http://verhoturie.info/sobitiya/240-2011-11-16-18-24-51.html>
2. См.: Бессонов М.С., Гунгер Ю.В., Тетерин В.М. Я люблю мой город. Карпинск, 2009.
3. Сысуев Ю. Походяшины [Электронный ресурс] // URL: <http://severouralsk.com/sity/kray/383-po.html>
4. Походяшин Максим Михайлович [Электронный ресурс] // URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/.html>
5. Ивкина Т.В. Исторический опыт российского предпринимательства // Экономика и политика. 2014. №1(2).
6. Верхотурье отпразднует 300-летие со дня рождения благотворителя – купца Походяшина. Информационное агентство Екатеринбургской епархии [Электронный ресурс] // URL: <http://orthodox.etel.ru/2008/30/5/5verx.html>
7. Громыко М.М. Верхотурские купцы Походяшины // Вопросы истории Сибири досоветского периода. Бахрушинские чтения. Новосибирск. 1973.
8. Бессонов М.С. Родословие Верхотурского купца и заводчика М.М. Походяшина // Уральский родословед. 1998. Выпуск 5.

Капицын В.М.,
д. полит. н., проф.
МГУ имени М.В. Ломоносова.

Kapitsyn V.M.,
D. polit. n., Prof. Of Moscow state University named
M.V. Lomonosov.

СИМВОЛЫ НАЦИОНАЛЬНЫХ ИНТЕРЕСОВ И ИДЕНТИЧНОСТИ РОССИИ И УКРАИНЫ

SYMBOLS OF NATIONAL INTERESTS AND IDENTITIES OF RUSSIA AND UKRAINE

Аннотация

В статье используется анализ символьных комплексов России и Украины, применяется идентификационный метод, позволяющий показать роль символов в обосновании национальных интересов.

Abstract

In the article is the analysis of symbolic complexes of Russia and Ukraine, applies to the identification method to show the role of symbols in justification of national interests.

Ключевые слова:

Символы, идентичности, институты-конструкторы, жизненные сферы.

Keywords:

Symbols, identities, institutions, designers, areas of life.

Отношения России и Украины в 2013-2014 гг. оказались в центре внимания всего мира. Автор ставил задачу показать, как символы и идентичности артикулируют национальные интересы в сознании населения. США, НАТО, Европейский Союз (ЕС) в лице Еврокомиссии и Европейского парламента проявляли значительную активность в презентации своих ценностей и символов. Взаимодействие символов и идентичностей, выступающих в виде символьных комплексов [1], играет роль регулятора, обозначающего, легитимирующего и защищающего национальные интересы и выбор региональных интеграционных стратегий. Анализ символьных комплексов с помощью идентификационного метода позволяют показать роль идей, ценностей, идентичностей в политике.

В основе гипотезы тезисы: 1) в процессе идентификации в символах кодируются различные идентичности; 2) ценности, символы и идентичности обладают определенным регулирующим воздействием, выражаемым через особые институты; 3) растет значение государственной политики (символьной политики) для продвижения позитивных символов, консолидирующих население и элиты в отношении национальных интересов; 4) при определении и защите национальных интересов используются презентации разнородной системы символов, выражающих смыслы государственного суверенитета.

В качестве теоретико-методологических предпосылок учитываются новые подходы постнеклассической философии и теории политики, теории культуры, социологии и психологии. Лэш С. и Урри Дж. показали, что преобладания знаковых систем как гиперреальности над реальным производством и потреблением детерминирует новые социальные структуры¹. О «лингвистическом повороте» к неклассической философии языка еще в 1967 г. писал Рорти Р.; впоследствии заговорили о «политике образов», «визуальных режимах», «визуальном» и «медийном» поворотах [3, с.424].

¹ Происходит вытеснение производства материальных объектов массовым производством знаков: последние включаются через информационные товары с преобладающим когнитивным содержанием (компьютеры, программное обеспечение, электронное сопровождение бытовой техники и т.д.), а также товары со знаковым содержанием (дизайн упаковки), преобладающим над утилитарным [2, с.602].

Опыт последних 20 с лишним лет развития региональных интеграций Украины и России показал, что отход от учета ценностей, символов и идентичностей оборачивался серьезными сдвигами политической культуры и экономики. В ситуации выбора Россия, а еще больше Украина, испытывают влияние национальных ценностей и символов, но, с другой стороны, сильное воздействие космополитических (аллохтонных, нередко чужеродных) ценностей, идентичностей и символов. Взаимодействие космополитизма и культурного контекстуализма разных государств становится контекстом развертывания борьбы символов и идентичностей, как внутри общества, так и в отношениях между государствами [4]. Проводником символических воздействий космополитизма были, прежде всего, ЕС и США с их мощной внешней символической политикой.

Булдинг К. в свое время показал, что специфика политического конфликта в том, что человек оперирует «символическими политическими образами», формирующими политическую картину мира, в которой символы отражают (скрывают, камуфлируют) разные реальные интересы. Неопределенность в символической вызывает конфликты, которые могут разрастаться до революций и гражданских войн.

Если национальные символы Украины или России способствуют консолидации вокруг национальных интересов, то универсалистские (космополитические, глобалистские) в силу своей всепроникающей потребительской способности могут серьезно расшатывать национально-государственные ориентации. В качестве универсалистских чаще всего выступают вестернизированные символы, воздействующие через американские фильмы (60-90% кинопроката разных стран, а в 1990-е гг. до 80% фильмов на телевизионных каналах России), валюты (доллар и евро), фаст-фуд Макдональдса, Кока-Колу, Пепси (вспомним слоган перестроечной телевизионной программы «Взгляд»: «Молодежь выбирает Пепси!»²). Ценностью для ЕС становятся права гомосексуалистов и их символы – флаги и парады, что помогает разрушению тра-

диционной основы символической системы России и Украины. Таковыми символами становятся конструкции акционизма в искусстве (акции Pussy Riot в храме Христа-Спасителя и Павленского П., который голым сидел на Красной площади, заматывался в колючую проволоку перед зданием Заксобрания Санкт-Петербурга, зашивал себе рот).

Глобализация ведет к некому «текущему состоянию» символов, идентичностей и ценностных ориентаций общества [5, с.44]. Таким вызовам сопутствует слабость символического сопровождения национальных интересов. Национальные знаки и символы под давлением космополитических символов не обеспечивают в должной мере защиту национальных интересов. Символы национальных интересов – социально-политические конструкты, ориентирующие граждан (соотечественников) на выражение солидарных патриотических чувств, гордость за свою страну, идентификацию со своей территорией, населением, историей, религией, героями, наукой, экономикой. Это мотивирует разные социальные группы на безопасность сограждан и государства [6, с.6].

Применение идентификационного метода помогает рассмотреть в фокусе символов, как человек и социальные группы воспринимают взаимодействия бизнессферы самоорганизации с организациями, государством, мировым сообществом, и конструировать гражданские и национальные идентичности, выражающие их символы с защитной и наступательной способностью.

Жизнесферная самоорганизация и идентификация устанавливается в повседневных массовых вербальных актах и практических действиях людей, имеющих символическое выражение. Это ведет к формированию «полей» горизонтальной (жизнесферной) идентификации и выражающих ее символов как основы матрицы достоинства людей. Национальное символотворчество в значительной мере отражает «горизонтальную» идентификацию. Последняя в свою очередь, предполагает «народную» базу, привязанную к основным жизненным

² Одним из эпизодов символических изменений конца 1980 – начала 1990-х гг. было, например, массовое вытеснение производства российского напитка хлебного кваса под воздействием рекламы Кока-колы и Пепси-колы. Выбрасывалось оборудование по производству кваса. Возвращение к производству кваса началось в 2000-е гг. Это только один из примеров влияния пропаганды СМИ, обесценивающей повседневную деятельность советских людей.

сферам: территориально-пространственной (территория, природа), естественно-антропологической (быт, здоровье), духовно-культурной (миф, религия, история), агентно-профессиональной труд.

Такие жизнесферные «привязки» направляют формирование патриотизма – комплекса чувств и ценностных ориентаций, усиливающих позитивное восприятие национальных интересов в контексте повседневной жизни.

В жизненных сферах для воспроизводства ценностей (символов, идентичностей) порождаются универсальные социальные институты-конструкторы символов. Они «снизу» обеспечивают символотворчество для выражения национальных интересов («сверху» воздействует государственная и партийная символическая политика). Эти институты показывают связь символов и идентичностей. К таковым институтам, по мнению Андерсона Б., относятся географическая карта, перепись населения, музей, школа, газета, книга на национальном языке. Добавим к перечню семью, библиотеку, архив, церковный приход, местные СМИ, выставки достижений хозяйства. Они действуют в жизненных сферах, формируя повседневные знаки, перерастающие в символы национальных интересов, направляя жизненные процессы так, что восприятие универсальных (космополитических) символов сопровождается поддержкой уникальных для каждого народа местных, региональных, национальных символов.

В территориально-пространственной сфере основной институт-конструктор символов – географическая карта. Она влияет на представление местных и общих территориальных интересов, формирует образы разных мест («малой родины»), конкретизируемые в локальных картах, земельных кадастровых реестрах, мультипликации географических объектов регионов, образ которых узнаваем для множества людей: растения, животные, реки и т.д. В России таковыми выступают береза, медведь, Волга, Байкал, Уральские горы, побережье в Сочи. В Украине – верба, ива, калина («без ивы и калины недостает Украины»), Днепр, побере-

жье Одессы, ландшафтные парки «Софиевка», «Александрия», Веселые Боковеньки и др.

В естественно-антропологическом аспекте в качестве таких институтов-конструкторов выступают дом, сад («садок вишневый коло хаты» – Шевченко Т.), семья, кукла (игрушка), крестины, свадьба, местное сообщество, переписи населения, записи актов гражданского состояния, регистрация места жительства и пребывания. Они фиксируют демографические и этнические пропорции, укрепляют традиционные социальные сети родственников, соседей, земляков, жителей вообще, связывают людей и место (город, село, район). Они порождают знаки и символы, интегрирующие этно-антропологические и другие локальные черты в комплексе идентичностей местных сообществ, включаются в общие символы нации. Символами могут стать улица, площадь, здания, этнически стилизованное жилище, двор (хата, курень, изба и т.д.), сельскохозяйственные продукты, национальная кухня, народный костюм, национальные куклы (в Украине – украинский борщ, блюда из сала, вышиванка).

Таким, на первый взгляд, местным знакам, может придаваться национальный, и даже политический смысл (слоган «Попробуй настоящее сало, и почувствуй себя украинцем!»; после выборов 2004 г. на инаугурации Президента Украины выставлялись более сорока блюд из сала). Чаще всего образы жилища, семьи, молодежи, матери, отца, детей наполняются новыми смыслами в политической и национально-освободительной борьбе.

В духовно-культурной сфере оживляются события культуры, охраняется историческая память, национальные языки, исторические и современные герои. Особую роль играют такие институты-конструкторы как музеи, архивы, церковные приходы, школа, газеты, СМИ, театры, дома культуры, фольклорные праздники, архитектурные и скульптурные произведения; в масштабах страны – литература и кинематограф. Оформление воинских захоронений становится важной задачей символической политики (политики памяти)³. С помощью этих институ-

³ Важным символическим комплексом стало Федеральное военное мемориальное кладбище в Мытищинском муниципальном районе; создано по Указу Президента РФ от 11.07.2001, где первым захоронили знаменитого конструктора стрелкового оружия М. Калашникова.

тов обеспечивается охрана ценностей, артикуляция и легитимация национальных интересов, отличимых от интересов других государств.

Музей – универсальный институт, поддерживающий ценности всех жизненных сфер; особенное значение обретают краеведческие и этно-исторические музеи [7, с. 13-16], исторические памятники, поддерживающие исторический нарратив, систематизирующие духовные символы народов (наций). Например, в России памятник 1000-летия русского государства (Великий Новгород), Русский музей (Санкт-Петербург), Третьяковка, Кремль в Москве, Пскове, Нижнем Новгороде, Великом Новгороде, Пскове, Зарайске, Рязани, Казани, Астрахани, Ростове Великом и др. На Украине – Аскольдова могила, Запорожская сечь, Хотинский замок, Полтавская битва, Чигирин, памятник Богдану Хмельницкому, Киево-Печерская лавра, Десятинная церковь, Софийский собор в Киеве.

В агентно-профессиональном плане для символизации важен институт-конструктор, называемый достижения народного хозяйства: в ремеслах, промышленности, технике. Начиная с местных достижений, этот институт фиксирует и представляет с помощью выставок и праздников профессий результаты деятельности мастеров. Выставки могут сочетать в себе элементы музея, коммерческой презентации, подведения итогов соревнования мастеров.

Анализ многосферной самоорганизации повседневной жизни позволяет визуализировать ее с помощью знаков и символов, отражающих некий структуризатор – ментальную матрицу, моделирующую повседневную когнитивную и ориентационную деятельность людей, каналы повседневных «горизонтальных» взаимодействий людей, познавательную активность и производство повседневных знаков и символов, выражающих и усиливающих идентификацию.

А.Я. Флиер в 1994 г. писал о советской культуре, сохраняющей свое влияние [8, с.20]. Спустя 20 лет для части людей (до 30%) в России и Украине (восточных и южных регионов) оставалась достаточно влиятелен концепт «советская (ностальгирующая) идентичность» с ее «полями» «горизонтальной» идентификации, рефлекслируемых с разной степенью выраженности. Особенности такой конфигу-

рации идентификаций: 1) невыраженность территориально-пространственной (локальной) идентификации: она «растворена» в естественно-антропологической идентификации, последняя также слабо проявлена, в отличие от других «полей» идентификации; 3) представляет определенный «сплав» символов труда и духовности.

В советской повседневности мыслили все больше понятиями и символами «школа», «коммунистическое воспитание», «трудовой коллектив», «передовик производства», «социалистическое соревнование», «морально-нравственное единство». Дискурс с понятиями и символами «семья» был менее выражен и в основном с привязкой «семья и школа», «семья и коммунистическое воспитание». Совсем слабо были выражены символы «место», «житель».

Кроме «горизонтальной» идентификации в жизненных сферах человек идентифицирует себя, свою группу также в «вертикальных» координатах, выходящих за рамки повседневности. Жизненные сферы, где человек совершает повседневные действия и принимает решения, несмотря на свою обыденность, активно символизируются и выходят на уровень общности (публичной жизни), а через нее – на государственную политику. Общественность – «буфер» между жизненными сферами и государственной политикой, постоянно получает сигналы повседневности. Под воздействием общности и государственной политики идентификации, отражающие недовольство, перерастают в символы – публичные требования. Переполнение такого «буфера» символами недовольства людей замечается как «всплески» активности общности и выход масс на уровень государственной политики.

В характерной для советской идентичности «публичной жизни» сливались воедино символы и понятия «партийная работа», «общественная работа» и «государственная политика». Общественность была интегрирована в моно-политику КПСС, подчинявшую государственную политику. Доминировали «поля» идентификации: «государственный эгалитаризм» («единая страна», «советское социалистическое общество») и «коллективный солидаризм» («сплоченность советского общества»). Еще особенность «вертикальной»

идентификации в рассматриваемом концепте – отсутствие «поля», которое мы обозначим как «глобальный универсализм» («космополитизм»). Слабо выражено «поле» «индивидуальный приватизм».

В «закрытом» советском обществе национальная безопасность тесно связывалась, с одной стороны, с ограничением информации из-за рубежа («из-за бугра») и трансграничных контактов граждан, с другой, соединением военных аспектов безопасности с концептами «мирного труда» и «советский патриотизм». Основные маркеры такой идентификации – потребности и возможности занятия достойного места через конструкты «горизонтальной идентификации» (добросовестный труд, патриотизм, духовность, нравственную жизнь), а также конструкты «вертикальной» идентификации (защита Отечества, в том числе с оружием в руках, участие в жизни пионерии, комсомола, других общественных организаций, партийных ячеек). Эти траектории мобильности были более реальны в отличие от «непонятной» и «рискованной» публичной жизни, помогали выстраивать ориентиры и траектории «горизонтальной» и «вертикальной» мобильности. Достоинство в сфере труда (символ «социалистический труженик») и в сфере духовности (символы «грамотный и идейного борец за социализм и коммунизм», «советский патриот») – основная официальная доминанта социальной мобильности и идентификации того времени.

У советских людей не было достаточного опыта распознавания других символов, они (в том числе и партийные работники) не были искушены в публичной (политической) жизни, участии в дебатах. Поэтому в СССР в 1989–1991 гг. оппозиция и националисты в союзных республиках наносили удары по публичным (политическим) символам централизма, КПСС, комсомола, КГБ, Вооруженных сил, союзных и республиканских органов власти и КПСС. К этому добавилась недальновидная политика Политбюро и ЦК КПСС по отношению к космополитическим символам – общечеловеческим ценностям, которые в период перестройки были поставлены выше, чем национальные интересы СССР. Всем этим воспользовались западные политики. Советские и социалистические символы были оттеснены. Эти удары вольно или невольно наносили также СМИ,

развертывающие дискурсы, обесценивающие смысл повседневной работы медиков, учителей, инженеров, милиции, военных, госбезопасности [9, с.3–12], что ослабляло советскую идентичность.

Поэтому, например, в Украине Юго-Восток страны, при всей его многочисленности, львиной доле создаваемых материальных благ, слабо проявил себя в публичной жизни. А малочисленный запад Украины, несмотря на малый вклад в общую экономику, сумел повлиять так, что его антисоветские ориентации в сочетании с космополитическими символами серьезно повлияли как на массу, так и на элиту страны. В 2004 г. на эти символы опиралась «цветная революция», приведшая к власти Ющенко В., поддержавшего реабилитацию символов бандеровцев. В 2014 г. ситуация повторилась, но в еще более трагическом варианте, когда эти символы стали символами власти.

Наложение конструктов «горизонтальной» и «вертикальной» идентификаций дает нам концепт матрицы достоинства советской идентичности (рис. 1), где матрица достоинства акцентировалась в симбиозе «горизонталей» труда и духовности (право на труд, на бесплатное образование) и «вертикалей» «советский солидаризм и эгалитаризм»:

Рисунок 1. Матрица достоинства в концепте «советская идентичность»

г л о	э г а	с о л	п р и
агентная идентичность агентно-профессиональные права			
б а л	и т а	и д а р	в а т
духовная идентичность духовно-культурные права			
и з м	р и з м	и з м	и з м
естественная идентичность естественно-антропологические права			

В отличие от этого, в представлениях либеральных идеологов, активно влиявших на политику Ельцина Б. и Ющенко В., матрица достоинства декларировалась в символах «универсальных прав человека». Происходило копирование регулирующей матрицы «гражданских, политических, экономических, социальных и культурных прав» в соответствии с Международными пактами 1966 г. Но эти Пакты разрабатывались 18 лет, начиная с 1948 г. Их долго не могли принять, и приняли частично, придя к идеологическому компромиссу социализма и капитализма. Социологи отмечают, что проводимый США и ЕС в таком виде регулятор «универсальные права человека» далеко не соответствует культуре и состоянию общества в ряде других стран⁴. К тому же значение прав человека в мире начало снижаться в силу их частого нарушения [11].

Тем не менее, Конституция России, ее законодательство, символическая политика в целом концентрировались в основном на общечеловеческих, а не российских символах, основанных на исторической памяти. Хотя международная классификация прав человека не может адекватно раскрыть ни российскую, ни украинскую матрицу достоинства, часть жителей данных государств приняло западную (космополитическую) конфигурацию идентификаций и символов.

Этот заимствованный концепт в реальной жизни слабо отражал действительные настроения и ценностные ориентации значительного числа россиян и жителей Юго-Востока Украины. Получившаяся прозападная «постсоветская идентичность», характерная для части населения России (особенно Москвы и Санкт-Петербурга) и Украины (западной и центральной части), очень лабильна. Число ее носителей было значительным в 1990-е гг., но уменьшилось в 2000 г. Такая же метаморфоза случилась и восприятием США: после бомбардировок Югославии число приверженцев США в России заметно уменьшилось.

В 1990-е гг. конфигурации идентификаций были более сходны с англо-саксонскими и расходились с конфигурацией идентификаций континентальной европейской (социал-демо-

кратической и христианско-демократической). В последней «поля» идентификации («горизонтальные» и «вертикальные») выражены гораздо равномерней. А «постсоветская идентичность» 1990-х гг., перенимая черты в большей степени англосаксонской матрицы достоинства, не могла стать устойчивым регулятором в силу разницы цивилизационных кодов (особенно в сравнении с США). Либеральные элементы «постсоветской идентичности» приходили в столкновение с социальными. Если оценивать реальную «постсоветскую» конфигурацию идентификаций 1990-х гг., то она все больше расходилась с европейским (континентальным) вариантом (рис. 2).

В этой конфигурации непомерно усиливаются крайние и верхнее «поля», образуя «рамку» в виде буквы «П» с ослабленными «сердцевинной» и «низом»: росло влияние «глобализма» («универсализма», «космополитизма»), «приватизма» («индивидуализма»), агентно-профессиональная идентификация, но значительно ослаблены эгалитаризм (обеспечиваемый государством), солидаризм, естественная и духовная идентификация. Люди в 1990-е гг. в основном выживали, отказывая себе во многом (пище, отдыхе, уюте), не могли обеспечить уход за детьми и родителями. Одни выживали за счет натурального хозяйства, другие – «челночного» курсирования между рынками России, Турции, Польши, Китая («торговцы поневоле»), третьи «разрывались» на нескольких работах. Немало людей стало бездомными, безработными, нищими, одинокими. Число бездомных детей достигло огромных масштабов.

На территории России в 1990-е гг. шли войны, совершались террористические акты, захваты заложников, рейдерские захваты. На Украине в 1990-е было спокойнее (без войн), но повторялся ряд процессов, приведших в 2004 г. к «цветной» революции» Майдана. В 2014 г. Майдан повторился на более «крутом витке» под крайними антироссийскими лозунгами и привел к потере Крыма и кровопролитной войне на Донбассе. Все это, учитывая «прозрачность» границ, трансграничных беженцев, осложняло формирование сбалансированных конфигураций в «постсоветской идентичности».

⁴ Две конференции (в Юго-Восточной Азии и Латинской Америке) вынесли резолюции против универсалистской трактовки прав человека [10, с. 351].

Рисунок 2. Матрица достоинства в концепте «постсоветской» идентичности

г л	агентная идентификация		
	э г а	с о л	п р и
о б	духовная идентификация		
	л и т	и д	в а
а л и	естественная идентификация		
	а р и	а р и	т и
з м	территориальная идентификация		
	з м	з м	з м

И все же государственный эгалитаризм, солидаризм, духовность, трудовая агентность, ценность семьи сохранили свое регулирующее воздействие у части людей как матрица «советской идентичности»; в 2000-е гг. ее конструкты стали более сбалансированы и начали двигаться в сторону европейского опыта социальной интеграции. По мере утверждения статусных символов разных российских страт появилась потребность в укреплении российских символов. Такая тенденция проявилась и на Юго-Востоке Украины.

Трудности внутренней интеграции в России и Украине не устранены до конца, что связано в немалой степени с выстраиванием субъектов информационных отношений [12, с. 144-146]. События в России, особенно терроризм, войны в Чечне, коррупция долго служили причиной недоверия к России, мешая ей играть роль регионального лидера. В западной части Украины в некоторых городах ставили памятники Бандере С., вытесняли русский язык, запрещали такие символы как Красное знамя и гвардейская ленточка, сносили памятники Ленину и даже советским воинам, что сильно расходилось с символами Юго-Востока страны и символами России. Но поменялись знаки такой интеграции: немало людей за последнее время разочаровались в символах ЕС.

Сложились различные ориентации этих частей Украины и в отношении интеграционных стратегий. Запад Украины тяготеет к интеграции с ЕС. Восточная и южная части тяготеют к интеграции с Россией. Но подписание соглашений об интеграции с ЕС свидетельствуют о попытках навязывания европейской унификации в ущерб национальным интересам не только России, но и Украины. Подобные ценности и символы ЕС становятся сильными дерегуляторами. Помимо экономических потерь, в связи с регулированием торговли и производства, согласно регламентам ЕС, Украине придется поступиться частью своих символов, сделать уступки в торговле и экономике, поступиться некоторыми ценностями. Так, Молдавии, подписавшей и ратифицировавшей соглашение об интеграции с ЕС, рекомендовано проведение гей-парадов.

Как мы видим по опыту России и Украины, ценности, идентичности, символы элит и основной массы населения, а также разных территорий страны, могут существенно расходиться относительно национальных интересов, что приводит к серьезным политическим конфликтам, опасному дерегулирующему воздействию идентичностей и символов. Важно отметить, что идентификации элит в России после 2000-х гг. и Украине после 2009 г. стали сближаться с идентификацией рядовых граждан относительно национальных интересов, что вело к формированию (сохранение) «своей» национальной (консолидированной) конфигурации идентификаций и матрицы достоинства.

Вышеизложенное свидетельствует о трудностях реализации и даже разрушении символа «украинского моста» Россия (Таможенным союзом) – Европейский Союз. Логика «борьбы» символов и идентичностей усиливает влияние внешних регуляторов (дерегуляторов) на символическое сопровождение национальных интересов Украины. Наступило время выбора основной интеграционной стратегии; растет влияние символа «таможенный тариф» в кризисных ситуациях. Но гражданская война отдаляет реалистический выбор. Националистическая стратегия уживается с космополитическими символами (украинские вышиванки и премьер-министр на фоне флага ЕС; флаг США у здания СБУ).

Сохраняется символичный раскол отно-

сительно национальных интересов. Нет по-прежнему большого герба Украины: ранее в нем предлагалось объединить символы льва (с герба г. Львова) и запорожского казака. Остается малый герб (Тризуб), знак отличия УПА, воспроизводимый в наколках участников «Правого сектора» и добровольческих батальонов, созданных олигархами в 2014 г. В Ужгороде появилась минеральная вода с названием «Слезы сепаратистов»; от ее продажи часть средств пойдет на украинскую армию. Уход Крыма с его портами и черноморским побережьем к России подорвало символы атлантизма на Украине. На Востоке – флаги ДНР и ЛНР, похожие на символы России, флаг Новороссии, схожий с российским Андреевским флагом.

Выстраиваются противоположные символичные ряды героев: в Киеве, Днепропетровске, Западной Украине – С. Бандера, герои УПА–ОУН, «небесная сотня» убитых на Майдане при невыясненных обстоятельствах. Все это все вкупе с символами ЕС и НАТО. С другой стороны, русские воины, герои Великой Отечественной войны, символы России – в Донецке, Луганске, подпольно в Харькове и Одессе. Признание в качестве официальных национальных символов С. Бандеры, Тризуба разрывает преемственность тысячелетней истории. В России восстанавливаются ряды исторических символов (пример – выставки, посвященные 1-й мировой войне); на Украине история, наоборот, разрывается. Украине такой «раскол памяти» придется преодолевать очень долго и мучительно. Тем более, при репрессиях против политической оппозиции.

Источники

1. Капицын В.М. Символьные комплексы: роль в конституционализации и легитимации национальных интересов // Пространство и время. 2013. № 3 (13).
2. Лэш С., Урри Дж. Хозяйства знаков и пространств // Западная экономическая социология. Хрестоматия современной классики. М.: РОССПЭН, 2004.
3. Sachs-Homberg K., Schirra J.R. Medientheorien, visuelle Kultur und Bildanthropologie // Bildtheorien. Anthropologisch und kulturelle Grundlagen des Visualistikturn. Frankfurt am Main, 2009.
4. Капицын В.М. Космополитизм как компонент «мягкой силы» и глобального управления // Обозреватель-Observer. 2009. № 10.
5. Липкин В.В. Кризис идентичности // Политическая идентичность и политика идентичности. В 2-х томах. Т.1. Идентичность как категорий политической науки. Словарь терминов и понятий. М.: РОССПЭН, 2012.
6. Капицын В.М. Символьный контекст конституцио-

нализации национальных интересов // Ars administrandi. Искусство управления. 2011. № 3.

7. Гафар Т. Образование в современном музее // Мир музея. 2012. № 302. Октябрь.

8. Флиер А. О новой культурной политике России // Общественные науки и современность. 1994. № 5.

9. Кармадонов О.А. Социальная стратификация в дискурсивно-символическом аспекте // СОЦИС. 2010. № 6.

10. Ионин Л.Г. Социология культуры путь в новое тысячелетие. М.: Логос, 2000.

11. Fraga L.R., de Velasco J.L. The Declining Significance of Rights: Civil Rights in Multicultural Society // Working Papes. Series N 50. Stanford? 1994.

12. Балынская Н.Р. Субъекты информационно-политического управления в России на современном этапе // Экономика и политика. 2013. № 1.

Капицына Д.В.,
ассистент Магнитогорского государственного технического
университета им Г.И. Носова.

Kapitsyna D.V.,
Assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical
University.

КОНТРОЛЬ И МОНИТОРИНГ В ТЕОРИИ И МУНИЦИПАЛЬНОЙ ПРАВОВОЙ ПОЛИТИКЕ

CONTROL AND MONITORING IN THEORY AND MUNICIPAL LEGAL POLICY

Аннотация

Автор определяет понятия «контроль», «надзор», «мониторинг», рассматривает конкретные примеры регламентации документов о мониторинге правовых актов в разных муниципальных образованиях России.

Abstract

Author consider in article notions «control» and «monitoring», the concrete examples of the regulation of legal acts about monitoring in various municipalities of Russia.

Ключевые слова:

Определение понятий, объем понятия, контроль, мониторинг, правовое пространство, нормативные правовые акты.

Keywords:

Definition, notion, volume of the notion, control, monitoring, legal space, legal normative acts.

Государственное и муниципальное управление в качестве процессуального элемента включает различные виды внутреннего и публичного контроля. Контроль – одна из политических форм осуществления функций государства – не может обойтись без нормативной формализации, и, по определению, предполагает обязательное сопровождение регламентами и стандартами. Данная статья имеет задачу выявить соотношения понятий «контроль» и «мониторинг» и конкретизировать их для характеристики более узкой области правоотношений, подвергаемой мониторингу, а именно, муниципальной правовой политики.

Конкретизация правовой политики становится все актуальнее. И обращение к контролю и мониторингу дает возможность такую конкретизацию осуществлять. В теории права и юридической практике применяются понятия «контроль», «надзор», «мониторинг», нередко употребляется словосочетание «контрольно-надзорная функция». Но не проведено строгое разграничение «контроля» и «мониторинга» [1]. Так, определение контроля как функции по выявлению отклонений фактических параметров от нормативных можно в значительной степени отнести и к содержанию понятия «мониторинг».

И контроль, и надзор, и мониторинг являются, с одной стороны, управляющими воздействиями, с другой, сами под влиянием управляющих воздействий уполномоченного субъекта принимают различные формализованные состояния. Они стали неотъемлемыми процессуальными элементами правовой политики. Трудно выявить признаки, позволяющие развести эти понятия, отражающие такую емкую формализуемую деятельность. Но наука стремится уходить от синонимии разных по объему понятий. Разные научные термины, как правило, предполагают различительные признаки, что позволяет проводить дефиницию (определение). От правильных определений понятий во многом зависит успех институционализации понятия, сопровождающей формализованное правотворчество – принятие законов, подзаконных актов, правовых актов местного самоуправления.

Благодаря разработке концепций, доктрин, стратегий, предвещающих принятие закона, понятия включаются в доктринальные и

нормативные акты, в механизм административно-правовых режимов. Можно отметить, что контроль и надзор сочетаются обязательно с проверкой деятельности органа государственной власти или негосударственной организации и предполагают определенные административно-правовые санкции. Можно выделить собственно контроль, в ходе которого проверяется законность и целесообразность деятельности, и надзор («суженный контроль»), ограничивающийся только проверкой законности. Мониторинг же связан больше с наблюдением за процессом.

Но такое различие относительно и не может удовлетворять во всех случаях. Мониторингу в определенных условиях можно придать такой же формально-правовой статус, как и контролю (надзору). Думается, что различие контроля, надзора и мониторинга лежит и в другой плоскости, а именно, в характере административно-процессуального режима, администрирования отношений между управляющими и управляемыми. Контроль может быть и «снизу», и «сверху». Надзор же предполагает специальные полномочия органов государственной власти по отношению к другим органам (включенным и не включенным в прямую должностную иерархию), а также к негосударственным организациям и предприятиям. Так ст. 77 Федерального закона № 131 закрепляет надзор прокуратуры за исполнением органами местного самоуправления (должностными лицами) Конституции, законодательства, уставов и других правовых актов муниципальных образований. Термин «надзор» переходит в названия органов исполнительной власти – Росздравнадзор, Роспотребнадзор. Он является более формализованным (регламентированным) и предполагает возможность наложения санкций.

Итак, контроль, надзор, мониторинг – это отличающиеся по характеру и степени формализации виды одной родовой деятельности – контрольной. Правовой мониторинг – это особый вид контрольной деятельности, в которой действия каких-либо организаций контролируются в течение определенного периода времени с определенной частотой. По правилам, закрепленным нормами права, эти действия сравниваются с образцами (стандартами). В определенных условиях контроль и надзор

могут приобретать характер мониторинга, но чаще мониторинг служит методом и инструментом контроля (надзора).

Само понятие «мониторинг» довольно объемно, что затрудняет его определение, а соответственно и институционализацию. Общее (управленческое) значение понятия «мониторинг» применяется в социологии, экономике, управлении и относительно к правовой политике. Среди юристов получило распространение понятие «правовой мониторинг», более узкое по объему и богатое по содержанию. Если говорить о мониторинге как элементе административно-правовых режимов, то необходимо обозначить связь субъектов: а) нормативного контроля; в) правоприменения.

В 2000-х гг. активно продвигалась идея «мониторинга правового пространства и правоприменительной практики», что придавало мониторингу значение всеохватывающего контроля правовых явлений. Термин «правовое пространство» появляется в Указе Президента РФ [2]. К понятию «мониторинг правового пространства» можно относить отслеживание порядка прохождения законопроектов в законодательных (представительных) органах государственной и муниципальной власти разного уровня, их доработки, принятия, отклонения, действий органов исполнительной власти, управления в негосударственных организациях, правоотношений производителя и потребителя и т.д., а также еще интерпретационные процессы судов, органов юстиции, счетных палат, общественных палат, анализ правосознания общества, восприятия гражданами Конституции, законов, нормотворчества общественных организаций и движений.

Представляется, что это понятие скорее социологическое, чем юридическое. Оно более широкое, чем «правовой мониторинг» и «правовой контроль» по включаемым в его объем объектам, субъектам, методам, результатам. Накоплен определенный опыт проведения таких мониторингов. Так, в 2008 г. проводился Всероссийский мониторинг внедрения административных регламентов (головной исполнитель исследования ГУ-ВШЭ), выявивший, в частности, обратную связь – положительное отношение граждан и госслужащих к внедрению регламентов. Более узкое понятие «мониторинг законодательства». В процессуальном

понимании и определении это понятие предполагает, что в качестве объекта предстает характер изменения правовых объектов, прежде всего, законов, соответствие порядка принятия, формы и содержания нормативных правовых актов определенным принципам и критериям (стандартам).

Мониторинг правоприменения также очень объемное направление, помогающее выявлять пробелы и дефекты законодательства (и его эффективность) в процессе их применения, когда проявляются различные противоречия и конфликты интересов. Указ Президента РФ от 20 мая 2011 г. №657 обозначил структуру, содержание такого мониторинга как комплексной и плановой деятельности по сбору, обобщению, анализу и оценке информации для обеспечения принятия (издания), изменения или признания утратившими силу нормативных правовых актов различного уровня [3].

Сравнение объема и содержания понятий приводит к выводу, что логично признать примерно равнозначными понятия «правовой мониторинг» и «мониторинг законодательства и правоприменения». Это вполне приемлемо для характеристики правовой политики. Определим их как процесс использования механизма информационного, аналитического, интерпретационного, экспертного сопровождения правотворчества и правоприменения, а также как метод государственного правового контроля, предполагающий периодическое отслеживание правовых отношений и норм. Если же говорить о целевой направленности, то правовой мониторинг, в более строгом определении, предполагает наблюдение, анализ, оценку на основе определенных процедур самих норм (формализованного правотворчества) и правоприменительных актов на предмет соответствия заданным нормативным требованиям (стандартам). Помимо норм отслеживаются также законопроекты, документы, сопровождающие законодательство и правоприменение, характеризующие перемены в законодательстве и организации власти, происходящие благодаря принятию и внедрению правовых норм.

Специалисты относят к объекту правового мониторинга также концепции законов, экспертные заключения [4, с.37, 82]. Понятие «правовой мониторинг» включает в себя и более узкое по объему понятие «мониторинг

формализованного правотворчества» («нормоконтроль»), т.е. наблюдение (в рамках компетенции должностного лица, органа государственной или муниципальной власти) за соответствием принимаемых нормативных правовых актов требованиям принципов и ценностей права, Конституции, норм законодательства. Он предполагает анализ и оценку качества актов, проверяемых компетентными органами на основе утвержденных процедур. Правовой мониторинг в муниципальном управлении должен обеспечить законность, эффективность, ответственность в деятельности муниципалитетов.

Мониторинг формализованного муниципального правотворчества (МФМП) включается в правовую политику, в том числе, контролирующую деятельность различных органов государственной (муниципальной) власти и создаваемых ими учреждений (центров). Он весьма объемен и многообразен, т.к. в нем участвуют федеральные органы, органы государственной власти субъектов РФ, сами муниципальные органы. Постепенно создаются условия для превращения МФМП в систему, влияющую на правовое пространство множества поселений от села до мегаполиса. Такой мониторинг предполагает разработку на основе закона (устава) требований к качеству норм, соответствующие критерии, показатели, индикаторы, включенные в стандарты.

Кроме того, МФМП как процесс предполагает наличие достаточного документального обеспечения характеристик объектов мониторинга (положения о муниципальных нормативных актах, реестры, перечни, классификаторы) и формализации процедур проведения самого мониторинга (порядки, инструкции, регламенты, заключения, экспертизы, отчеты должностных лиц). Заметны успехи в формировании нормативной базы мониторинга. Нормы статей 6, 7, 14-16, 26, 35-36, 43, 44-48 73, 74, 77 Федерального закона от 6 октября 2003 г. №131-ФЗ создают нормативные предпосылки мониторинга. С принятием ФЗ №242 от 18 июля 2011 г. расширилась нормативная база контроля в отношении вопросов местного значения [5].

Происходит становление нормативной базы МФМП. Разрабатываются административные регламенты и другие документы на уровне субъектов РФ. Например, принималось Поста-

новление Правительства Москвы от 13 марта 2007 г. «О формировании системы правового мониторинга в г.Москве и внесении изменений в отдельные правовые акты г. Москвы». В Иркутске работает областное государственное научно-исследовательское казенное учреждение «Институт законодательства имени М.М. Сперанского», занимающееся мониторингом муниципальных правовых актов, повышением квалификации специалистов по муниципальному контролю и мониторингу. Институт выпускает еженедельно специальные бюллетени правовых актов по муниципальным образованиям всей России. Подобный институт эффективно действует и в Воронежской области.

Сегодня в этом плане немало делается и на уровне муниципалитетов. Власти муниципальных образований принимают довольно объемные, структурированные положения о мониторинге муниципальных правовых актов. Они содержат развернутые определения мониторинга, его цели и задач, составляющих элементов, видов, объектов, субъектов, ожидаемых результатов, порядка, плана, этапов, правового поля и т.д. [6]. Полезная работа – разработка и принятие положений, закрепляющих характеристики объекта мониторинга – муниципальных правовых актов. Для этого создаются комиссии (отделы) по мониторингу муниципальных правовых актов и практике их применения.

Все это свидетельствует о постепенном развертывании кропотливой работы, помогающей на местах совершенствовать муниципальную правовую политику, в том числе такую ее область как правотворчество, проводить его анализ, что способствует приведению муниципальных правовых актов в соответствие с Конституцией и законодательством России, созданию условий для эффективности местного самоуправления [7; 8, с. 214-219].

Источники

1. Муниципальный контроль в Российской Федерации. Аналитический доклад. Министерство экономического развития Российской Федерации. М., 2011.
2. Указ Президента РФ от 10 августа 2000 г. №1486 «О дополнительных мерах по обеспечению единства правового пространства Российской Федерации».
3. Указ Президента Российской Федерации от 20 мая 2011 г. №657 «О мониторинге правоприменения в Российской Федерации».
4. Арзамасов Ю.Г., Наконечный Я.Е. Концепция мониторинга нормативных правовых актов. М.: Юрлитинформ, 2011.

5. Федеральный закон от 18 июля 2011 г. №242-ФЗ «О внесении изменений в отдельные нормативные правовые акты Российской Федерации по вопросам осуществления государственного контроля (надзора) и муниципального контроля».

6. См.: Положение о порядке проведения мониторинга муниципальных правовых актов муниципального образования г. Новый Уренгой». Утверждено постановлением Главы муниципального образования г. Новый Уренгой Ямало-Ненецкого автономного округа от 14 мая 2009 г. «Об утверждении; Положение о мониторинге нормативных правовых актов органов местного самоуправления Верхнемамонского муниципального района Воронежской области. Утверждено Решением Совета народных депутатов Верхнемамонского муниципального района Воронежской области от 9 ноября 2011 г.

7. Акмалова А.А. Особенности местного самоуправления в Российской Федерации. Теория вопроса и опыт регулирования. М.: Прометей, 2002.

8. Акмалова А.А. Актуальные проблемы муниципального права России. М.: ПАГС, 2010.

Касатая И.Л.,

ст. преподаватель Рудненского индустриального
института.

Casata I.L.,

Assistant professor of of Rudny Industrial Institute.

МИРОВОЙ АНТИКРИЗИСНЫЙ ПЛАН КАК ИНСТРУМЕНТ ГЛОБАЛЬНО КООРДИНИРУЕМОЙ ПОЛИТИКИ

WORLD ANTI-CRISIS PLAN AS A TOOL GLOBAL COORDINATION POLICY

Аннотация

В статье рассматриваются условия и объективные предпосылки необходимости объединения усилий мирового сообщества по выработке долгосрочного мирового антикризисного плана.

Abstract

In article conditions and objective prerequisites of need of association of efforts of the world community on development of a long-term world anti-crisis plan are considered.

Ключевые слова:

Кризис, глобальные вызовы современности, долгосрочное стратегическое планирование.

Keywords:

Crisis, global challenges of the present, long-term strategic planning.

Будущее для человека во все времена являлось одновременно источником надежд и опасений. В прежние времена смена векторов развития сообществ, наций и всего мира вызревала медленно и тяжело, политический или хозяйственный управляющий всегда имел время, чтобы, сообразуясь с выводами своих размышлений и подсказками интуиции, примкнуть к сообществу новаторов или предпочесть консервативную позицию. А сегодня феномен ускорения исторического времени считается чуть ли не доказанным научным фактом.

Размышляя о причинах появления мировых проблем, современные ученые указывают, прежде всего, на возникшую всемирную общность людей, целостность современного мира, которую обеспечивает в первую очередь глубинные экономические связи, усилившие политические, культурные контакты, новейшие средства массовой коммуникации. В условиях, когда планета становится единым домом человечества, многие противоречия, конфликты, проблемы могут перерасти локальные рамки и приобрести глобальный общемировой характер [1].

События, которые произошли на рубеже XX и XXI вв. озаменовали собой начало создания нового мирового порядка, охватывающего все сферы жизнедеятельности отдельных государств. Его основными характеристиками являются неопределенность и риск, ставшие результатом глобальных социально-экономических, политических и экологических изменений.

Кризис оставил миру серьезное наследие в виде системных проблем, с которыми ни одна страна в условиях глобализации не может справиться в одиночку. К числу основных системных последствий кризиса относят:

- низкий экономический рост в условиях невиданного притока наличности для поддержания балансов ведущих центральных банков и основных резервных валют;
- безработица, которая достигла небывалых масштабов, в том числе особую проблему вызывает безработица среди молодежи;
- слабый рост инвестиций, который характеризуется риском спекуляций и исчерпанием потенциала стран по проведению контрициклической политики;
- низкие темпы банковского кредитования;

- рост протекционизма в мировой торговле и т.д.

Для части мирового сообщества нынешнее состояние мира лучше всего описывается характеристикой «мировой беспорядок», который наступил как вследствие процесса перехода к новой системе общественных отношений, так и в силу отсутствия понятного вектора дальнейшего развития. При этом «Давосский форум-2013» констатировал тотальный дефицит новых подходов: «...мир устал бояться кризиса, но свежих идей нет. Развитые нации пребывают в недоумении, развивающиеся страны с еще большим недоумением смотрят на лидеров» [2].

На наш взгляд, глобальные проблемы действительно имеют общепланетарный характер, так как затрагивают жизненно важные вопросы всех стран и народов и являются наиболее актуальными на данный момент времени. При этом по ряду позиций они настолько обострены, либо находятся в таком критическом состоянии, что любое промедление их решения грозит неминуемой гибелью цивилизации или деградацией условий жизни людей. Следует учитывать, что глобальные проблемы для своего решения требуют громадных усилий всех государств, объединения воедино прогрессивных сил и народов, тесного взаимодействия политических, экономических и научно-технических возможностей. Следовательно, для того, чтобы адекватно реагировать на вызовы современности и максимально использовать возможности и преимущества глобализации, международному сообществу и отдельным государствам необходимо согласованно решать возникающие при этом проблемы, увеличивая взаимосвязь и взаимозависимость общих и локальных, глобальных и национальных интересов. Глобальные проблемы цивилизации невозможно разрешить силами отдельного государства. Формирование нового миропорядка выдвигает перед всем мировым сообществом задачу – создать единый механизм регулирования на глобальном уровне, отвечающем потребностям человека. При этом следует исходить не из узконациональных интересов, а выработать международные нормы, определяющие права и обязанности всех стран и народов. Естественно и решение данных проблем нужно решать сообща и в комплексе.

С нашей точки зрения, проблемы взаимозависимости современного мира следует рассматривать в контексте двух дополняющих друг друга тенденций – глобализации и регионализации мира. Первая тенденция отражает качественно новое состояние взаимосвязей в политике, экономике, экологии и проявляется в необходимости макроэкономического (включая демографическое) регулирования мирового хозяйства на глобальном уровне и, особенно, в экологическом плане. Вторая тенденция, определяемая как «многополюсность» (или «многополярность»), проявляется в перераспределении значения и веса отдельных стран и групп в мировой экономике.

С постепенной утратой США роли международного экономического лидера выдвигаются «новые индустриальные страны» (НИСы) первого и второго поколения Азии и Латинской Америки; переориентированы на новое экономическое мышление Китай, страны Восточной Европы и СНГ. Формируются крупные региональные экономические блоки, зоны, распределяются сферы политического и экономического влияния.

В этих условиях становится очевидной необходимость объединения усилий мирового сообщества по выработке долгосрочного мирового антикризисного плана, направленного на решение проблем глобальных дисбалансов в мировой экономике. Это создает объективные предпосылки для существенной активизации деятельности различных международных организаций и форумов, придать международному экономическому сотрудничеству всеобщий характер.

В противоборстве разноплановых и разнонаправленных процессов, в столкновении национальных интересов с глобальными вызовами современности, через многообразие хозяйственных структур и способов экономического воздействия пробивает себе дорогу тенденция к формированию новой, более высокой по уровню мировой экономической общности [3].

В экономических концепциях и доктринах посткризисного развития многих государств основной акцент, как правило, делается на оздоровительную функцию экономики, отмечаются отдельные ошибки макроэкономического характера, кредитно-денежной политики,

стабилизационных действий. Однако при этом не всегда учитываются последствия и экономические потери выбранного либерального пути экономического развития, выразившиеся в дисбалансе производственной структуры, снижении объемов промышленного капитала, падении масштабов инвестиций и т.д.

Определяющими факторами конкурентоспособности нации по-прежнему остаются доступ к новейшим технологиям и совершенство системы образования. Претендентам на место новых лидеров может помочь наличие природно-сырьевых богатств, демографический потенциал или выгодное географическое положение, но последние перечисленные условия не решат исхода борьбы за геополитическое и экономическое лидерство [4].

Современный этап социально-экономического развития Казахстана характеризуется как глобальностью масштабов и существенными изменениями в подходах в управлении на различных иерархических уровнях народнохозяйственного комплекса республики, так и глубокими преобразованиями самой социально-экономической системы страны (СЭС). В этих условиях необходимо целенаправленное управление и регулирование государством экономических и социальных процессов в интересах обеспечения устойчивого развития страны. Позиция Казахстана по государственному управлению и регулированию экономики изложена в Стратегии «Казахстан-2050». Здесь отмечается «Сильное государство занимается не политикой выживания, а политикой планирования, долгосрочного развития и экономического роста» [4].

Казахстан – единственное из постсоветских государств, вошедшее в первую пятерку претендентов на статус «новых азиатских тигров» и в список государств, которые сегодня не состоят в клубе G-20, но могут показать неожиданный и мощный успех во временном горизонте до 2050 г. Кроме того, наша страна – единственная страна не из числа крупнейших экономик, которая вошла в топ-лист государств с наиболее интересным опытом стратегического планирования.

Сегодня Казахстан является активным участником евразийской интеграции на постсоветском пространстве и при этом воспринимается как один из вероятных центров про-

ровного развития в Большой Азии. В качестве «нового тигра» Казахстан может стать локомотивом развития для центральноазиатских стран. И главная интрига будет заключаться в том, какая ось взаимодействия станет приоритетной.

Источники

1. Делокаров К.Х., Подзигун И.М. Глобализация и социально-философская мысль // Глобализация и философия. М., 2011.
2. Перспектива-2050. Новая политико-экономическая карта мира // Международное исследование Фонда «Посткризисный мир» // Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.postcrisisworld.org>
3. Послание Президента Республики Казахстан – лидера нации Н.А. Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан-2050». Новый политический ресурс состоявшегося государства» // Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.akorda.kz>

Кива-Хамзина Ю.Л.,
к.филос.н., доцент Магнитогорского государственного
технического университета им Г.И. Носова.

Kiva-Khamzina Yu. L.,
Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State
Technical University.

ПРОБЛЕМЫ КОНКРЕТИЗАЦИИ МУНИЦИПАЛЬНО- ПРАВОВОГО СТАТУСА ГЛАВЫ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

PROBLEMS OF THE CONCRETIZATION OF MUNICIPAL-AND-LEGAL STATUS OF THE HEAD OF MUNICIPAL FORMATION

Аннотация

Глава муниципального образования является обязательным элементом структуры органов местного самоуправления. В настоящее время в федеральном законодательстве необходима конкретизация муниципально-правового статуса главы муниципального образования, особенно в части правовых ограничений и запретов, а также оснований возникновения этого статуса.

Abstract

Head of the municipality there is a mandatory element in the structure of local government. Currently, the federal legislation is needed the concretization of municipal-and-legal status of the Head of municipality, especially in terms of legal restrictions and prohibitions, and the causes of this condition.

Ключевые слова:

муниципальное образование, правовой статус, местное самоуправление, муниципальное управление, муниципальные выборы, легитимность, местная администрация, муниципальная служба, институт высшего должностного лица

Keywords:

Municipal formation, legal status, local government, municipal government, municipal elections, legitimacy, local administration, community service, the institution of the highest official.

Современная система местного самоуправления в РФ состоит из двух подсистем: подсистемы органов местного самоуправления и подсистемы форм прямой демократии на уровне местного самоуправления. Благодаря взаимодействию двух подсистем (реализации соответствующими субъектами муниципально-правовых отношений своей компетенции) происходит управление местными делами, решение вопросов местного значения в интересах населения муниципального образования.

Население как основной субъект местного самоуправления участвует в управлении местными делами как самостоятельно (непосредственное осуществление местного самоуправления и участие в осуществлении местного самоуправления), так и через формируемые им органы местного самоуправления, делегируя органам соответствующего муниципального образования часть своих полномочий. В свою очередь, органы местного самоуправления являются основным субъектом муниципального управления, так как только они наделены полномочиями по муниципальному управлению и способны его осуществить.

В соответствии с п. 1 ст. 34 Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» от 6 октября 2003 г. [1] структуру органов местного самоуправления составляют представительный орган муниципального образования, глава муниципального образования, исполнительно-распорядительный орган муниципального образования, контрольный орган муниципального образования, иные органы и выборные должностные лица местного самоуправления.

При этом на основании п. 2 ст. 34 вышеуказанного Закона глава муниципального образования наряду с представительным и исполнительно-распорядительным органом муниципального образования является обязательным в системе органов местного самоуправления.

Глава муниципального образования является высшим должностным лицом и органом местного самоуправления и наделяется уставом муниципального образования в соответствии с Федеральным законом №131-ФЗ собственными полномочиями по решению вопросов местного значения. Правовой статус Главы муниципального образования как пра-

вового субъекта, отличающегося новизной для российской правовой системы, представляет несомненный интерес в научном плане и является предметом многочисленных споров как среди практических работников, так и среди ученых, специализирующихся в муниципально-правовой проблематике.

Как отмечают Выдрин И.В. и Кокотов А.Н., термин «Глава муниципального образования» был введен в оборот Федеральным законом «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» от 28 августа 1995 г. До появления данного акта были распространены понятия «Глава местной администрации», «Глава местного самоуправления», которые не имели четкого толкования.

В настоящее время, по мнению Баранчикова В.А., в муниципальном управлении институт высшего должностного лица муниципального образования обеспечивает координацию всей системы местного самоуправления по решению вопросов местного значения. Однако опыт становления местного самоуправления в России наглядно показал значительное усиление власти этого должностного лица, не просто возглавившего в 90-е гг. деятельность по осуществлению местного самоуправления, а олицетворявшего местную власть, в которой «слишком часто местное самоуправление на мэрах начиналось и на них же заканчивалось».

Статья 36 Федерального закона от 6 октября 2003 г. указывает на возможность для населения закрепить в уставе муниципального образования один из вариантов замещения должности главы: 1) избрание населением на основе всеобщих прямых выборов; 2) избрание депутатами представительного органа муниципального образования из своего состава. Эти формы замещения должности главы муниципального образования применимы для любой модели территориальной организации местного самоуправления в РФ.

Избранный на муниципальных выборах глава муниципального образования является выборным должностным лицом муниципального образования, но органом местного самоуправления он является независимо от способа своего избрания. Если глава избирается на муниципальных выборах, Федеральный закон №131-ФЗ разрешает ему либо исполнять полномочия главы местной администрации, либо

исполнять полномочия председателя представительного органа – конкретный статус главы определяет устав муниципального образования. Если глава избирается представительным органом муниципального образования из своего состава, то он исполняет полномочия его председателя; глава местной администрации назначается по результатам проведенного конкурса на контрактной основе.

Главная миссия этой должности – быть координатором и руководителем процесса программно-целевого управления деятельностью муниципального образования и координатором деятельности всех органов местного самоуправления данного муниципального образования как единой публично-правовой системы, направленной на осуществление органами местного самоуправления полномочий по решению вопросов местного значения и отдельных переданных государственных полномочий (п. 5 ч. 4 ст. 36 Федерального закона №131-ФЗ). Для этого глава уставом муниципального образования должен наделяться соответствующими собственными полномочиями.

По данным Минрегиона РФ, с 2006 по 2009 гг. установлено 600 случаев досрочного расторжения контракта с главой местной администрации, при этом в 565 случаях по соглашению сторон, в 35 случаях в судебном порядке. Только в 2007 г. установлено 182 случая расторжения контракта с главой местной администрации (4,8% всех глав администраций, назначаемых по контракту). В процентном соотношении больше всего контрактов было расторгнуто в Дальневосточном федеральном округе – 10,8%. В подавляющем количестве случаев – 168, или 92,3% случаев – контракт расторгался по взаимному соглашению сторон. Еще в 14 случаях контракт расторгался в судебном порядке – в ЦФО, СЗФО, ЮФО и ПФО.

Таким образом, в соответствии с действующим законодательством России о местном самоуправлении, основанном на понимании местного самоуправления как формы народовластия, глава муниципального образования является представителем населения. В случае избрания на всеобщих выборах глава муниципального образования получает делегированные населением полномочия по управлению муниципальным образованием (прямая легитимность, или легитимность власти первой

степени). В случае избрания лица на должность главы составом представительного органа муниципального образования он (глава) получает делегированные полномочия от населения через депутатов (косвенная легитимность, или легитимность власти второй степени). Но и в том и в другом случае можно вести речь о том, что глава муниципального образования – выборное должностное лицо, основной функцией которого является представление интересов населения муниципального образования в отношениях с различными субъектами общественных отношений.

Отметим, что предусмотренные Федеральным законом от 6 октября 2003 г. полномочия принадлежат главам муниципальных образований независимо от способа их избрания и от того, какой орган они возглавляют – представительный или местную администрацию.

Глава муниципального образования наделяется действующим законодательством должностными правами и обязанностями, ему гарантируются определенные условия деятельности, он может нести установленную законом ответственность, т.е. в различных нормативных правовых актах можно встретить отдельные элементы правового статуса главы муниципального образования. В РФ система нормативных правовых актов, закрепляющих и регулирующих правовой статус главы муниципального образования, представлена следующим образом: федеральные законы, конституции (уставы) субъектов РФ, законы субъектов РФ, нормативные правовые акты местного самоуправления.

При этом в указанном Федеральном законе нет специальной главы или статьи, посвященной статусу главы муниципального образования. Что касается законодательства субъектов Федерации, то в свое время в некоторых из них были приняты законы о правовом статусе выборных должностных лиц местного самоуправления (например, в Воронежской области) либо о правовом статусе главы муниципального образования (например, в Хабаровском крае). Вместе с тем принятие законов о правовом статусе главы муниципального образования субъектами РФ проблемы коренным образом не решает, хотя такие нормативные правовые акты являются полезными для организации местного самоуправления на

территории субъекта Федерации.

Таким образом, конкретизация правового статуса главы муниципального образования в нормативных правовых актах происходит постепенно от федеральных законодательных актов и законодательных актов субъектов Федерации общего регулирования к специальным нормативным правовым актам в рассматриваемой области разных уровней (законам субъектов РФ, уставам и иным правовым актам местного самоуправления). Следует отметить, что неопределенность законодателя в вопросе правового статуса главы муниципального образования отразилась и на научном понимании статуса высшего должностного лица местного самоуправления.

Еще одним дискуссионным элементом правового статуса главы муниципального образования являются запреты и ограничения. Пункт 6 ст. 40 Федерального закона от 6 октября 2003 г. посвящен ограничениям и запретам, которые обязаны соблюдать выборные должностные лица местного самоуправления.

Согласно ст. 40, глава муниципального образования, как и другие выборные должностные лица местного самоуправления, не может быть депутатом Государственной Думы РФ, членом Совета Федерации РФ, депутатом законодательного (представительного) органа государственной власти субъектов РФ, занимать иные государственные должности РФ, государственные должности субъектов РФ, а также должности государственной гражданской службы и муниципальные должности муниципальной службы. Кроме того, глава муниципального образования, как и любое выборное должностное лицо местного самоуправления, не может одновременно исполнять полномочия депутата или иного выборного должностного лица другого муниципального образования.

Таким образом, ограничения и запреты, закрепленные в вышеуказанном Законе, распространяющиеся на деятельность выборных должностных лиц местного самоуправления, касаются только несовмещения должностей. Никаких ограничений и запретов, которые были бы свойственны исключительно главе муниципального образования, кроме запрета совмещать должности председателя представительного органа и главы исполнительно-рас-

порядительного органа муниципального образования, Федеральный закон не закрепляет. В то же время в науке муниципального права существует устоявшаяся точка зрения о том, что неплохо было бы обязать главу муниципального образования соблюдать ограничения и запреты, предусмотренные федеральным законодательством для муниципальных служащих.

Как отмечает Туровский Р.Ф., анализируя эффективность местного самоуправления в России, «еще одна проблема местного самоуправления связана с противоречием между профессионализмом и дилетантизмом местной власти. Самоуправление предполагает формирование органов власти из людей, не являющихся профессиональными управленцами. Главнейший признак самоуправления – это выборность, т.е. наличие органа власти, который непосредственно избирается населением, или функционирование в качестве такого органа власти собрания избирателей». С его точки зрения, «не случайно профессионализм воспринимается сегодня как необходимое качество депутата и тем более мэра. Правила игры повсеместно предполагают, что профессиональный мэр, наилучшим образом соответствующий интересам большинства граждан, подбирает профессиональную команду для решения местных социально-экономических проблем».

Следует отметить, что недостаточное правовое регулирование ограничений и запретов, распространяющихся на главу муниципального образования, является серьезным дестабилизирующим фактором развития местного самоуправления в России.

В связи с этим не так уж нелепо выглядят предложения о необходимости закрепления на федеральном уровне в статусе главы муниципального образования ограничений и запретов, сходных с ограничениями, предусмотренными Федеральным законом «О муниципальной службе в РФ» от 2 марта 2007 г. для муниципальных служащих. Необходимо понимать, что ограничения и запреты, распространяемые на деятельность главы муниципального образования, должны прямо вытекать из статуса должности и сущности публичной службы как служения населению, но не муниципальной службы как профессиональной деятельности по обеспечению исполнения пол-

номочий органов местного самоуправления.

Наиболее важным для главы муниципального образования является запрет совмещения должностей председателя представительного органа и главы местной администрации (п/п. 4 п. 2 ст. 36 указанного Закона). По этому поводу В.И. Васильев отмечает: «Главное же в том, что глава муниципального образования теперь не может одновременно исполнять полномочия председателя представительного органа и полномочия главы местной администрации. Такое разграничение функций введено не ради утверждения принципа разделения властей на муниципальном уровне. Эта мера вызвана потребностями практики, не позволяющей пока формализовать систему органов местного самоуправления в качестве институционального целого, где оптимальные формы разделения труда между его частями определяются самостоятельным населением».

Глава муниципального образования как должностное лицо может занимать в системе органов муниципального образования либо должность главы местной администрации (исполнительно-распорядительного органа муниципального образования), либо должность председателя представительного органа и быть его членом с правом решающего голоса. Данное положение является ключевым для определения муниципально-правового статуса главы муниципального образования.

С этим положением Федерального закона связано достаточно распространенное в юридической литературе по вопросам муниципального права заблуждение о том, что глава муниципального образования, занимая в системе органов местного самоуправления должность главы местной администрации, приобретает дополнительно все элементы статуса этой муниципальной должности, а занимая должность председателя представительного органа – его статус, соответственно.

По нашему мнению, глава муниципального образования вне зависимости от того, является ли он главой местной администрации или председателем представительного органа, имеет статус главы муниципального образования и только. Данное утверждение строится на том, что статус должностного лица определяется исключительно замещаемой должностью (в конкретном случае – публичной должностью

главы муниципального образования).

Не глава муниципального образования как должностное лицо, являющийся председателем представительного органа муниципального образования, приобретает этот статус, а лицо, являющееся главой муниципального образования, исполняя полномочия председателя представительного органа, приобретает социальный статус председателя представительного органа муниципального образования и исполняет этот статус. То же можно сказать и о случае, когда глава муниципального образования является главой местной администрации.

Необходимо остановиться на таком основании возникновения муниципально-правового статуса главы муниципального образования, как способ замещения должности. Действующий Федеральный закон от 6 октября 2003 г. предложил два замещения должности главы муниципального образования: на муниципальных выборах или представительным органом муниципального образования из своего состава (п/п. 1 п. 2 ст. 36). Соответственно, глава муниципального образования – это всегда выборная должность.

Однако проблема замещения должности главы муниципального образования приобрела несколько иное значение. В последнее время достаточно часто звучат предложения по изменению порядка замещения должности главы муниципального образования. Следует отметить, что в основном все предложения сводятся к упразднению или существенному изменению института выборов главы муниципального образования в РФ.

Во-первых, высказываются предложения об упразднении порядка избрания глав муниципальных образований в принципе. Такие предложения лишены перспективы, так как делаются либо людьми некомпетентными, либо в популистских целях (например, в предвыборной программе). Во-вторых, существует предложение об упразднении порядка избрания глав городских округов – административных центров субъектов РФ. В-третьих, высказывается мнение о необходимости упразднения порядка избрания глав муниципальных образований и замене выборности главы его назначением на должность нормативным правовым актом высшего должностного лица субъекта

РФ. Приведенная точка зрения еще более кардинальная, чем предыдущая. Мало того, что высказываемое предложение прямо противоречит нормам Федерального закона от 6 октября 2003 г., оно нарушает и положения Конституции РФ. В соответствии со ст. 12 Конституции РФ 1993 г. органы местного самоуправления не входят в систему органов государственной власти. На основании Федерального закона «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов РФ» от 6 октября 1999 г. высшее должностное лицо субъекта возглавляет исполнительную власть в субъекте РФ. Следовательно, подобное изменение порядка замещения должности главы муниципального образования, связанное не с выборностью, а с наделением гражданина РФ полномочиями главы муниципального образования, не соответствует модели местного самоуправления, гарантированной гражданам России Конституцией РФ. В-четвертых, есть предложение о необходимости изменения порядка замещения должности главы муниципального образования в части введения дополнительных требований к кандидатам на эту выборную должность. Высказываются небезосновательные мнения о том, что к выборным должностным лицам (депутатам различных уровней, главам муниципальных образований и т.д.) еще на стадии их баллотирования для избрания на соответствующие должности должны предъявляться требования медицинского характера, в частности введение ценза психического здоровья кандидатов.

Поддерживая рациональное зерно, содержащееся в этом предложении, отметим, что на сегодняшний день к выборным должностным лицам применяется минимальный набор обязательных требований (гражданство, дееспособность, отсутствие вступившего в законную силу приговора суда), а введение дополнительных ограничено федеральным законодательством.

Следует отметить, что в самой идее изменения порядка замещения должности главы муниципального образования нет ничего плохого. Опасной выглядит реализация таких предложений об отмене выборов главы. По нашему мнению, в современных условиях совершенствования законодательства и правоприменительной практики в области организации

и осуществления местного самоуправления в России речь можно и нужно вести о корректировке института выборности глав муниципальных образований, в частности предусмотреть избрание главы муниципального образования депутатами представительного органа муниципального образования с упразднением всеобщих прямых выборов главы.

В случае если вовсе упразднить выборность главы муниципального образования, придав последнему статус муниципального служащего, совершенно отпадает необходимость в таком органе, как глава муниципального образования. Система органов местного самоуправления, вероятно, будет основана только на двух обязательных органах – представительном и исполнительно-распорядительном, между которыми и будут распределены соответствующие полномочия. Однако потеряется важная для института местного самоуправления функция – представительская функция органов муниципального образования, которая в наибольшей степени свойственна главе муниципального образования.

Выборность главы муниципального образования позволяет осуществить обратную связь между двумя подсистемами в российской системе местного самоуправления, о чем свидетельствуют отдельные полномочия главы муниципального образования.

Соответственно, от того, каким способом глава муниципального образования станет замещать должность (путем выборов или в порядке назначения), будет зависеть его муниципально-правовой статус.

В заключение отметим, что в федеральном законодательстве необходима конкретизация муниципально-правового статуса главы муниципального образования, особенно в части правовых ограничений и запретов, а также оснований возникновения этого статуса.

Источники

1. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: Федеральный закон от 6 октября 2003 г. №131-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2003. №40. Ст. 3822.
2. Выдрин И.В., Кокотов А.Н. Муниципальное право России. М., 2007.
3. Баранчиков В.А. Муниципальное право. М., 2009.
4. Соловьев С.Г. Муниципально-властные институты в местном самоуправлении Российской Федерации. СПб., 2009.
5. Бабичев И.В. Правовое регулирование организа-

ции деятельности органов местного самоуправления (дата обращения 15 мая 2011 г.) // [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://www.cmo.khabkrai.ru/4-pravovoe-regulirovanie-organizacii-deyatelnosti/>

6. Можаяева Н.Г., Богинская Е.В. Муниципальное управление. М., 2010.
7. Герасимова М.А. Модели местного самоуправления и Федеральный закон от 6 октября 2003 г. №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» // Государственная власть и местное самоуправление. 2006. №5.
8. Туровский Р.Ф. Местное самоуправление: к организации эффективной власти // Общественные науки и современность. 2005. №6. С. 68.
9. О муниципальной службе в Российской Федерации: Федеральный закон Российской Федерации от 2 марта 2007 г. №25-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2007. №10. Ст. 1152.
10. Васильев В.И. Муниципальное право России. М., 2008.
11. Трофимов, М.С. К проблеме правового статуса главы муниципального образования // Государство и право. 2010. №11. С. 40.
12. Конституция Российской Федерации. Российская газета. 1993 г.
13. Писарев А.Н. Муниципальное право. М., 2008.

Козлова Т.В.,

к.э.н., доцент Магнитогорского государственного технического университета им Г.И. Носова.

Kozlova T.V.,

Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical University.

ФОРМИРОВАНИЕ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ ФИРМЫ

FORMATION OF THE MAIN DIRECTIONS OF THE EVALUATION OF THE COMPETITIVENESS OF METALLURGICAL COMPANY

Аннотация

В статье рассматриваются направления оценки конкурентоспособности металлургической фирмы, а именно: оценка инвестиционных возможностей; оценка эффективности инвестиций; оценка эффективности стратегии; оценка финансовой конкурентоспособности. Анализ производится на примере ведущих металлургических предприятий страны.

Abstract

This article discusses the direction of assessing the competitiveness of the steel company, namely: assessment of investment opportunities; evaluation of the effectiveness of investments; evaluation of the effectiveness of the strategy; assessment of the financial competitiveness. The analysis was performed on the example of the leading steel companies in the country.

Ключевые слова:

Металлургическая фирма, конкурентоспособность, инвестиции

Keywords:

Metallurgical company, competitiveness, investment.

Формирование основных направлений оценки напрямую связано с оценкой наличия факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность фирмы. В виду того, что создание конкурентных преимуществ и их поддержание основывается на нововведениях, на инновациях, для предприятия важным фактором является наличие инвестиционных возможностей. Оценка инвестиционного потенциала, таким образом, должна стать одним из направлений оценки конкурентоспособности.

Так, крупнейшие предприятия черной металлургии Магнитогорский металлургический комбинат, Новолипецкий металлургический комбинат, Череповецкий металлургический комбинат ежегодно инвестируют средства в программу промышленного строительства и развития производственной базы. При этом часть средств финансируется за счет собственных источников, часть за счет кредитов банка. Так, в 1999 г. ОАО «ММК» направляет на программу промышленного строительства 1,7 млрд. руб., из которых порядка 60% средства предприятия, 40% - кредиты банков и деловых партнеров. ОАО «НЛМК» также направляет порядка 1,7 млрд. руб. на реконструкцию, из которых собственные средства составляют порядка 80%, а 20% – кредиты банков. При этом можно говорить о том, что цена привлечения капитала для ОАО «ММК» будет выше, чем для ОАО «НЛМК». Следовательно, имея собственные источники для инвестирования, предприятие находится в более выгодных условиях.

Осуществление инвестиционных процессов при этом должно быть эффективным, с точки зрения достижения поставленных целей, каждая из которых, в конечном счете, должна привести к увеличению доходности. Доходность может возрасти как в результате создания преимущества на базе низких издержек, так и на базе дифференциации или фокусирования.

Конкурентное преимущество на базе низких издержек дает предприятию возможность либо получения большей прибыли, нежели позиционная прибыль на единицу изделия в отрасли, за счет более низкой себестоимости, либо получение большей прибыли за счет снижения цены (при том же уровне рентабельности изделий) и завоевания нового сегмента рынка.

ОАО «ММК» закончено строительство третьего конвертера, что позволило предприятию увеличить производственные мощности на 2 млн. тонн стали в год. Это дает предпосылки для захвата нового сегмента рынка, что должно обострить внутриотраслевую конкуренцию среди крупнейших предприятий отрасли и увеличить ее интенсивность, а также поднять конкурентоспособность ОАО «ММК». Увеличение объемов производства позволит снизить издержки за счет экономии на условно-постоянных затратах. Общий объем таких затрат на основании проведенных расчетов составляет порядка 900 млн. руб. Увеличение постоянных затрат, связанное с открытием третьего конвертера, оценивается в 900 тыс. руб., а увеличение объема производимой продукции составит 27%. Следовательно, прогнозируемое снижение себестоимости составит – 2,8%. Кроме того, ОАО «ММК» производит модернизацию машин непрерывного литья заготовки и планирует создание автоматизированной линии оцинкования труб и металлоизделий. Это позволит улучшить качество выпускаемой продукции.

Таким образом, следующим направлением оценки конкурентоспособности является оценка эффективности использования инвестиций фирмой. При чем оценка должна базироваться на уровне доходности или должна осуществляться через показатели отдачи от инвестиций.

Для создания конкурентных преимуществ требуются не только инвестиции, но эффективное управление фирмой, в том числе и инвестиционными процессами. Без достаточно эффективной реализации инвестиционных проектов, направленных на создание конкурентных преимуществ, не может быть сформирована база для конкурентоспособности предприятия с точки зрения внутриотраслевой конкуренции. Реализация инвестиционных процессов зависит от эффективности управления ими. Осуществление сопротивления конкурентам в отрасли возможно благодаря проведению определенных конкурентных стратегий, направленных на создание или поддержание конкурентных преимуществ. Связи с этим, очередным направлением оценки конкурентоспособности фирмы является оценка конкурентной стратегии с точки зрения ее эффек-

тивности.

Для успешной реализации стратегии, а также для увеличения объемов производимой и реализуемой продукции немаловажное значение имеет эффективность работы персонала предприятия. От способности организации работы, от профессиональных навыков зависят многие показатели работы предприятия. Однако при рассмотрении структуры себестоимости металлопродукции можно заметить, что доля заработной платы вместе с отчислениями на социальное страхование составляют порядка 4%, что говорит о том, что предприятию очень дешево обходится приобретение трудового ресурса. В связи с этим, проведение анализа отдачи от труда работников, его влияния на конкурентоспособность предприятия, можно считать нецелесообразным. Так, многие считают, что одним из основных факторов, влияющих на конкурентоспособность фирмы, является уровень производительности труда. На отечественных металлургических предприятиях уровень производительности труда составляет порядка 30% от уровня производительности труда в США и порядка 48% от уровня производительности в Германии, но необходимо учесть тот факт, что доля заработной платы в себестоимости продукции там составляет от 40% до 70%. Таким образом, российские предприятия могут позволить за меньшую плату использовать большее количество работников и иметь такой же уровень производства.

Для возможности сопротивления силе воздействия покупателей и поставщиков необходимо иметь устойчивое финансовое положение, достаточный уровень рентабельности продукции и «запаса финансовой прочности». Таким образом, одним из направлений оценки конкурентоспособности фирмы является оценка финансовой конкурентоспособности, а именно оценка уровня рентабельности продукции, оценка «запаса финансовой прочности» предприятия.

Уровень рентабельности продукции на предприятиях черной металлургии до финансового кризиса составлял от 6% до 17%. В период после кризиса – от 20% до 60%. Повышение рентабельности продукции позволило предприятиям черной металлургии не уделять особое внимание поставщикам сырья и материалов и дало возможность проведение гиб-

кой ценовой политики с покупателями. Так, например, покупатели, имеющие низкий класс риска, могли почувствовать мягкую политику ценообразования.

При неблагоприятной конъюнктуре рынка и низком уровне рентабельности продукции фирма может получить убыток. Например, финансовый кризис в странах Юго-восточной Азии привел «Северсталь» к частичной потере потребителей. Кроме того, в тот же период времени против Череповецкого МК были возбуждены антидемпинговые процессы. Уровень рентабельности продукции на комбинате был достаточно высок, что позволило ему не получить убытков.

В конечном счете, направления оценки конкурентоспособности металлургической фирмы, которые необходимо оценить, следующие: оценка инвестиционных возможностей; оценка эффективности инвестиций; оценка эффективности стратегии; оценка финансовой конкурентоспособности.

Источники

1. Козлова Т.В. К вопросу о необходимости формирования механизма оценки конкурентоспособности металлургической фирмы // Экономика и политика. 2014. №1 (2). С. 126-128.
2. Козлова Т.В. Механизм оценки конкурентоспособности металлургической фирмы: монография. – Санкт-Петербург: Инфо-да, 2014.

Костина Н.Н.,

к.пед.н., доцент Магнитогорского государственного технического университета им Г.И. Носова;

Зеркина Н.Н.,

к.пед.н., доцент Магнитогорского государственного технического университета им Г.И. Носова.

Kostina N.N.,

phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical University;

Zerkina N.N.,

phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical University.

О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ HR- НАПРАВЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

ABOUT THE PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF HR- DIRECTION IN A MODERN VOCATIONAL EDUCATION

Аннотация

В статье анализируются перспективы развития HR-направления в современном профессиональном образовании, определяется роль английского языка в подготовке HR-специалистов, ставится вопрос о специфике HR-терминологии как с лингвокультурологической точки зрения, так и с точки зрения профессиональной значимости для будущих специалистов.

Annotation

The article analyses the prospects for HR-direction of contemporary professional education, defines the role of the English language in training of HR-specialists, puts forward the question of particularity of HR-terminology both from linguistic and professional importance for future specialists' points of view.

Ключевые слова:

Термин, аббревиатурная единица, управление персоналом, профессиональное образование.

Keywords:

Term, abbreviational unit, HR (human resources), professional education.

Как показывает практика, специалистами по работе с персоналом уже не одно десятилетие становились люди с самым разным образованием – от переводчиков и учителей до инженеров и IT-специалистов, что порождает ряд проблем, требующих немедленного решения, поскольку управление персоналом является одной из самых важных областей современной жизни любого предприятия. Грамотное управление персоналом способно во много раз повысить его эффективность.

Даже при поверхностном знакомстве с проблемой, можно выделить следующие нерешенные вопросы:

- отсутствие профессиональных стандартов HR-профессий, на основе которых можно было бы сформулировать необходимый минимум знаний и компетенций выпускников профильных специальностей вузов;

- отсутствие консолидации терминологии.

Рынок кадровых услуг в России до сих пор не имеет общепринятых норм и утвержденной профессиональной терминологии. Это касается как названия самих услуг и профессий («рекрутмент» – recruitment, «рекрутинг» – recruiting), так и обозначения технологических операций.

«Специфика терминов как номинативных знаков обусловлена тем, что они создаются для обозначения предметов, явлений, отношений, коммуникативно и когнитивно значимых лишь в определенном семиотическом пространстве – пространстве той или иной профессиональной деятельности» [1, с. 141].

Аббревиатурная единица HR (Human Resources – букв. «человеческие ресурсы») – управление персоналом, работа с кадрами. Аббревиатура используется преимущественно в составе сложных слов, где ее сочетаемость представляет собой открытый ряд (HR-служба, HR-консультант, HR-сфера, HR-менеджмент, HR-департамент, HR-технологии и т.д.).

Наиболее распространенное произношение английской аббревиатуры сводится к двум вариантам: транслитерация¹ HR [хэр] на русский язык и транскрибирование² HR [ˈeɪtʃˈɑːr] – ЭйчАр. Последний вариант имеет одинаковую фонетическую оболочку, как на русском, так и на английском языках.

Отличительной чертой современного положения дел в разных сферах является наличие

совместных предприятий и/или всевозможных отношений с зарубежными партнерами. Эйчары призваны подбирать самых способных работников, мобилизовывать человеческие ресурсы вокруг стратегических целей и формировать продуктивную атмосферу в организации, повышая, таким образом, стоимость компании.

Большая часть HR-терминов – английского происхождения, что требует хорошее знание английского языка. «Терминологические сочетания и сложные термины следует рассматривать как результат высокого уровня развития науки и техники, усложнения и дифференциации знания о предметах, явлениях и процессах объективной действительности. В общелингвистическом аспекте аббревиация выражает тенденцию к экономии языковых средств. Нельзя игнорировать и непосредственное воздействие английского языка, в котором эта тенденция проявилась исторически достаточно рано [2, с.63-64].

И сейчас в эпоху реформ высшей школы, где «упор делается на то, что выпускники высшей школы должны быть более подготовлены к реалиям российской действительности. Одним из факторов такой подготовки называется необходимость более «узкого» профессионального обучения современных студентов. Это привело к значительному сокращению часов на гуманитарные дисциплины ... Возникает вопрос: «А может ли современный технический специалист быть грамотным и образованным, получая знания только по своей специальности, и по минимуму изучая гуманитарные дисциплины?» [3, с.10].

В отношении HR-специалистов ответ однозначный «не может». Трудно представить себе общение с персоналом без языка, как средства коммуникации. Практически все согласны с тем, что для современных менеджеров английский язык является не роскошью, а инструментом для работы. Это требование современного многогранного и многоликого мира, выдвигае-

мое к специалистам для успешной работы вообще и работы с кадрами в частности.

«Языковую ситуацию в мире на сегодняшний день можно описать одним словом – глобанглизация, т.е. однозначное лидерство английского языка в сфере международного общения. В сложившихся обстоятельствах представители неанглоязычных культур поставлены перед необходимостью использования при межкультурных контактах английского языка, обращая его к своей культуре и адаптируя его к потребностям межкультурного общения» [4, с.13].

Современные процессы взаимодействия и взаимосоотрудничества в условиях «глобанглизации» требуют предельной стандартизации не только лексики, но и обращения к вопросам менталитета, национально-культурных коннотаций, реалий.

Представители англоговорящего социума, порой наивно полагают, что параллельно с глобальным «вторжением» английского языка, происходит такое же тотальное распространение их обычаев, традиций, принятых норм этикета и поведения и т.д., и если грамматические, орфографические и лексические ошибки прощаются, то культурологические ошибки могут быть чрезвычайно оскорбительны и привести к непоправимым конфликтам.

«Языковой импорт» в современную российскую экономику, культуру, политику и другие сферы жизни является явным и активно-обсуждаемым фактом в обществе. Основными моментами, провоцирующими данное явление, по мнению лингвистов и культурологов, являются:

- 1) различные заимствования неизбежны при языковых контактах,
- 2) язык как живой и развивающийся организм принимает необходимые чужие элементы и избавляется от избыточных знаков,
- 3) язык как часть культуры отражает кризисные моменты в развитии общества, и показателем лингвокреативного кризиса является

¹ Транслитерация – точная передача знаков одной письменности знаками другой письменности, при которой каждый знак (или последовательность знаков) одной системы письма передаётся одним и тем же знаком (или последовательностью знаков) другой системы письма.

² Транскрипция – буквально переписывание, от лат. trans- – «через, пере-» и scribo – «черчу, пишу». Способ перевода слова языка оригинала путем воссоздания его звуковой формы с помощью букв языка перевода.

вытеснение способов обозначения и выражения смысла, присущих родному языку, чужими аналогичными способами, при этом степень такого вытеснения поддается измерению,

4) жизнеспособность языка и его сопротивляемость инокультурному воздействию соотносится с коммуникативной рефлексией носителей языка, актуализация либо подавление такой рефлексии выступают в качестве направлений языковой политики общества,

5) можно выделить сферы коммуникации, в меньшей и большей степени открытые для интернационализации общения, к максимально открытой сфере относится научно-технический дискурс, к максимально закрытой сфере – художественный дискурс [5,6].

Профессиональное общение сопровождается профессиональной терминологией, управление кадрами не исключение.

Любая терминологическая система неоднородна, у нее сложный состав, предназначенный для выполнения разных функций в рамках профессионального общения [2, с. 64].

В последнее время на рынке HR-специалистов все заметнее видна тенденция по разделению сфер ответственности. В недавнем прошлом было больше так называемых «hr-generalist», т.е. менеджеров, которые полностью вели весь спектр работы, то сегодня каждый специалист занимается своим направлением.

Одно из требований, предъявляемых к терминологии, связано с необходимостью отсутствия в ней синонимичных терминов, и, тем не менее, во всех областях терминологической лексики встречаются разнообразные синонимы. Нынешней «разносортице» поспособствовало разнообразие чисто переводческое, но не только. «В редких случаях это (пр. адекватный перевод) достигается обычной подстановкой слов. Дословный перевод является скорее исключением, чем правилом. Таким образом, перевод почти всегда сопряжен с преодолением различных барьеров (культурологических, лингвистических, социальных и т.д.) Качество перевода зависит от того, насколько эффективно преодолены эти барьеры [7, с.5].

Мы считаем, что аббревиация является одним из проявлений языкового развития профессиональных полей (дискурсов). Аббревиатурные единицы являются ключом к по-

ниманию деятельности человека, они отражают и регулируют жизнь человека, являются свидетельствами особенностей определенного социума. Лексика, «обслуживающая» кадровый аспект деятельности человека, отличается терминологичностью и семантической точностью. При этом язык чутко реагирует на экстралингвистические изменения и создает новые языковые единицы.

Одним из объяснений явления синонимии в HR-вокабуляре могут быть языковые дуплеты, т.е. в языке начинают функционировать два слова «родное» и «заимствованное полностью или частично в исходной графике» (HR Manager – HR-менеджер, HR Generalist – HR- генералист, HR Specialist – HR-специалист, Life Circle Services – LCS, CV – анкета, E-MAIL – электронная почта и т.д.).

В пределах английского языка причиной образования дуплетом могут быть разные его варианты как источники терминов: reward (брит.) – compensation (ам.), company (брит.) – corporation (ам.), curriculum vitae (CV) (брит.) – resumé (ам.), redundancy (брит.) – lay off (ам.) и др.

Процесс формирования дуплетов можно проследить на примере образования англоязычной терминологии управленческой концепции гуманистической направленности – «Управление человеческими ресурсами» (УЧР) – Human Resource Management (HRM).

Заимствование терминологии из одной системы управления в другую, параллельно с созданием новой терминологии, так же порождает дуплеты. Так, основная часть HRM терминологии заимствована из системы управления «Человеческие отношения» – Human relation. (labour power = labour force = manpower = workpower = work(ing) force - human resource; worker - employee).

В силу идеологических причин, например, термины worker и laborer, подвергаются детерминологизации и вытесняются термином employee из сферы активного употребления как «политически некорректные», поскольку ассоциируются с «классовыми» отношениями, по причине присутствия в своей семантике идеологической коннотации, но продолжают участвовать в образовании новых терминов. Например, «работники умственного труда» – knowledge workers – intellectual workers –

“white-collar” workers; «постоянные работники» – core employees – permanent employees – regular employees; «временные работники» – periphery employees – temporary employees; «высококвалифицированные работники» – multi-workers – polyvalent workers; «высокопрофессиональные работники» – high professional employees – high potential employees (Hi-Po); «специалисты» – specialists – proficients.

По той же причине политкорректности вытесняются термины с элементом industrial: industrial relations, industrial relations management, industrial class, industrial democracy, и др. Вместо термина industrial relations вводится термин employment relations [8].

Каждая терминология имеет более или менее длительную историю становления и развития, на протяжении которой постоянно увеличивается ее лексический состав. С течением времени она совершенствуется как инструмент для выражения любой интеллектуальной информации, с ее помощью формируются адекватные способы профессионального общения» [2, с. 64].

Таким образом, компетентность HR-специалистов формируется не только профессиональными навыками, но и уровнем сформированности их лингвокультурологической компетентности, их умением выбрать необходимые языковые средства для обеспечения смысловой адекватности речи и точности выражения мысли.

«Терминология любой отрасли человеческой деятельности представляет собой открытый класс языковых единиц. Развитие понятийного аппарата науки, непрерывность процесса познания способствуют тому, что терминология любой отрасли знания находится всегда в состоянии количественного и качественного изменения. Устаиваются и уходят из употребления одни термины, возникают и внедряются другие, обозначающие либо новые денотаты, либо адекватно выражающие содержание уже описанных понятий. Изменяется семантический объем ранее известных терминов, происходит перераспределение значений» [2, с. 80].

Уже в ближайшей перспективе можно вооружить вузы тем тематическим инструментарием, который будет востребован в качестве

багажа знаний выпускников. Для этого при изучении английского языка можно добавить темы обо всем спектре HR услуг. Кроме поиска, подбора и оценки существует также обучение и развитие персонала, компенсации и льготы, формирование кадрового резерва и многое, многое другое, о чем должны знать молодые HR-специалисты.

Источники:

1. Костина Н.Н. О терминах-аббревиатурах в дискурсе сервиса и туризма (на примере английского языка) // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 31 (322). Филология. Искусствоведение. Вып. 84. С. 140-143.
2. Сложеникина Ю.В. Терминологическая вариативность: Семантика, форма, функция. Изд. 2-е, испр. М.: Издательство ЛКИ, 2010.
3. Акулова И.С. Необходимость наличия философских ценностей в мировоззрении современных российских студентов. Экономика и политика №1 (2) 2014. С. 10-11.
4. Кабакчи В.В. Белоглазова Е.В. Переводчик идеологического противостояния: Восток vs Запад: XX век // Язык и культура в эпоху глобализации: сборник научных трудов по материалам первой международной научной конференции «Язык и культура в эпоху глобализации». Выпуск 1. В 2-х томах. Т. 1. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013.
5. Гудков Д.Б. О русском языке и не только о нем. М.: Гнозис, 2010.
6. Кронгауз М. Русский язык на грани нервного срыва. – 2-е изд. М.: Знак, 2009.
7. Белякова И.В., Зеркина Н.Н., Ломакина Е.А. IT READING & TRANSLATING: учеб. пособие/ Белякова И.В., Зеркина Н.Н., Ломакина Е.А. Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск. гос. тех. ун-та им. Г.И.Носова, 2014.
8. Извольская И.В. Синонимический аспект семантики англоязычных терминов социального менеджмента [Электронный ресурс] // URL: http://www.hse.ru/data/2012/07/24/1257278218/Извольская_Синонимический%20аспект.pdf (дата обращения 14.08.2014).

Кремлев Д.А.,

Аспирант Магнитогорского государственного технического
университета им Г.И. Носова.

Kremlev D. A.

Graduate student of Nosov Magnitogorsk State Technical
University.

НАПРАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

THE DIRECTIONS OF STATE SUPPORT OF SMALL INNOVATIVE ENTERPRISES

Аннотация

Для успешного становления в России экономики инновационного типа, необходимо сочетание рыночных механизмов и государственного регулирования в стимулировании инновационной деятельности малых инновационных предприятий. Опыт зарубежных стран свидетельствует о необходимости государственной поддержки данного сектора экономики. В статье рассматриваются существующие препятствия для развития малых инновационных предприятий, а также ключевые направления их государственной поддержки.

Abstract

For successful establishment of the innovative economy in Russia, a combination is required of market mechanisms and state regulation in fostering innovation of small innovative enterprises.

The experience of foreign countries highlights the necessity of state support for the given sector of the economy. In this article the current obstacles to the development of small innovative enterprises is studied, as well as key areas of their state support.

Ключевые слова:

Инновации, малое предприятие, государственная поддержка, предпринимательская деятельность, инновационная активность, реальный сектор экономики, инновационная экономика.

Keywords:

Innovation, small business, government support.

Приоритетным направлением российской государственной экономической политики является стимулирование перехода страны на инновационный путь развития. Осознание роли инноваций в повышении конкурентоспособности российской экономики нашло отражение в принятии следующих правовых документов: Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года, Стратегии развития науки и инноваций в РФ на период до 2015 г, Стратегии инновационного развития РФ на период до 2020 года и ряде других.

Позиция государства является обоснованной, поскольку инновации являются ключевой движущей силой экономики страны в двадцать первом веке.

Основная проблема на этом пути состоит в том, чтобы пробудить интерес частного капитала к инновационной деятельности. Однако практика предпринимательской деятельности пока не дает реальных оснований для подобных выводов. Существующие проблемы с формированием эффективной конкурентной среды, высокий уровень монополизации в ряде отраслей, вследствие неэффективной антимонопольной политики государства, доступность сырьевых ресурсов – все эти факторы препятствуют перенаправлению капитала в инновационное развитие, поскольку оставляют широкое поле для избыточно рентабельной предпринимательской деятельности [1]. Привлекательность реального сектора экономики снижается также вследствие высокой доходности финансового и торгового бизнеса, высоких процентных ставок по депозитам.

Это отражается в частности, в показателях инновационной активности, как малого, так и крупного бизнеса. Так, на 2005 г. в России было зарегистрировано около 35 тыс. малых инновационных предприятий. Таким образом, доля инновационных предприятий в общем числе субъектов малого предпринимательства составляла всего 3,5%. При этом стоит учесть, что не все предприятия проводят научные исследования и осуществляют охрану интеллектуальной собственности, то есть соответствуют понятию «инновационных». По данным статистической отчетности внедрением инноваций занимается всего 6,3% предприятий, в промышленности этот показатель не превышает

10%. Удельный вес инновационной продукции в общем объеме продаж - 9,4% [2].

Если же оценивать качественные параметры инновационного развития, то нужно отметить, что в структуре видов инновационной деятельности преобладают приобретение новых машин и оборудования, маркетинговые исследования, обучение персонала, тогда как осуществление лицензирования новых технологий, исследование и разработка новых продуктов представлены в меньшей степени [1].

Для повышения конкурентоспособности российской экономики необходимо использовать рыночные механизмы. Без создания зрелой конкурентной среды, опирающейся на адекватное антимонопольное законодательство, невозможно создание функциональной модели инновационного развития.

Проблема состоит в том, что, как показывает опыт развитых стран, в области инноваций влияние конкуренции на развитие малых предприятий носит двойственный характер. С одной стороны, обострение конкурентной борьбы неизбежно ведет к снижению рентабельности и уменьшению прибыли, создавая эффективные мотивы активизации инновационной деятельности. Но одновременно оно способствует ограничению собственных средств предприятий, в том числе необходимых для финансирования инноваций [1].

Задача рыночных механизмов заключается в создании условий для эффективного финансирования нехватки собственных средств предприятия кредитными, заемными и другими привлеченными средствами при помощи банковской системы и венчурного капитала. Своевременное финансирование повышает ответственность и эффективность использования финансовых ресурсов, направляемых на инновационное развитие.

Стоит отметить, что на разрушительный характер инноваций, невосприимчивость реального сектора экономики к инновационной деятельности указывал уже основатель инновационной экономики – Шумпетер Й. Он утверждал, что инновации «нарушают привычный ход вещей», порождая «созидательное разрушение».

Таким образом, даже в эффективных рыночных условиях инновационная деятельность предполагает государственное вмешательство

в форме разработки политик, направленных на мотивацию инновационной деятельности.

Задача государства в этой области как институционального фактора предполагает создание необходимых правовых, организационных, финансовых и информационных условий для возникновения и развития форм малого предпринимательства, осуществляющих генерирование, освоение и коммерциализацию научно-технических нововведений [3].

Таким образом, в условиях перехода к инновационной модели экономического развития необходимо эффективное сочетание рыночной мотивации инновационной деятельности и ее государственного регулирования. Такое взаимодействие между рыночными и управленческими механизмами хозяйствования вовсе не является противоречивым, а насколько можно судить по примеру развитых стран, взаимно дополняет друг друга [1].

К числу основных инструментов государственного регулирования можно отнести следующие составляющие [4]:

- 1) прямое государственное стимулирование научных исследований и разработок на основе государственного финансирования различных сфер НИОКР в соответствии с системой государственных приоритетов (субсидии, гранты, кредитование);

- 2) косвенное государственное стимулирование инновационной деятельности посредством налоговых льгот, амортизационной, патентной, таможенной политики, системы государственного заказа;

- 3) предоставление различного рода льгот субъектам инновационного процесса (как непосредственно предпринимателям, осуществляющим инновации, так и тем элементам инфраструктуры, которые оказывают им ту или иную поддержку);

- 4) формирование инфраструктуры инновационной деятельности и поддержки малых предприятий, которая включает в себя национальные службы научно-технической информации, патентования и лицензирования, стандартизации и сертификации, статистики и аналитики и другие институты, оказывающие организационную, консультационную, информационную, материально-техническую и финансовую помощь.

Необходимо отметить следующие препят-

ствия, стоящие на пути развития малого инновационного бизнеса в области [3]:

- 1) нормативно-правового обеспечения:
 - ряд ключевых понятий этой сферы не имеет четких определений, что приводит к неоднозначности трактовки отдельных положений законодательства;
 - нет мониторинга, статистики, объективной оценки инновационного потенциала;
 - не урегулированы права использования

интеллектуальной собственности, что тормозит процессы коммерциализации технологий;

- отсутствует защита авторского права в системе Интернет.

2) финансово-кредитного и инвестиционного обеспечения:

- недостаток собственных финансовых средств для освоения новых технологий и ограниченный доступ к льготным кредитным ресурсам;

Таблица 1. Основные направления государственной поддержки МИП

Элемент инфраструктуры	Направления государственной поддержки
Институциональная	1. дальнейшее расширение инфраструктурной сети, включающей бизнес-инкубаторы, научно-технологические парки, инновационно-технологические центры 2. поддержка малых инновационных предприятий, созданных на базе ВУЗов (спин-офф компаний), осуществляющих продвижение на рынок результатов научно-исследовательской деятельности 3. расширение консалтинговых услуг в инновационной сфере 4. формирование экспертной составляющей инфраструктуры, с целью обеспечить более эффективный отбор инновационных проектов 5. развитие государственно-частного партнёрства по различным направлениям
Образовательная	1. ориентация образовательного процесса на реалии инновационной деятельности 2. включение в учебные планы различных специальностей новых дисциплин, связанных с управлением инновационной деятельностью 3. поиск путей мотивации предприятий к обучению своих работников, в том числе в рамках зарубежных стажировок 4. использование дистанционного и непрерывного образования в целях переподготовки кадров
Финансовая	1. обеспечение условий для доступа к финансовым ресурсам на всех стадиях инновационного цикла 2. ориентация на венчурное финансирование, как одну из приоритетных форм финансирования инновационной деятельности 3. поддержка деятельности иных фондов, вовлечённых в инновационный процесс: фонд «стартового капитала», паевые инвестиционные фонды и т.д. 4. переход на льготное кредитование малых инновационных предприятий взамен субсидирования 5. использование программного способа финансирования проектов из государственного бюджета взамен целевого 6. оказание финансовой поддержки, прежде всего, высокотехнологичным и наукоёмким отраслям
Информационная	1. создание информационной инфраструктуры, обеспечивающей обмен информацией между малыми предприятиями крупным бизнесом, университетами и организациями инфраструктуры 2. расширение сети информационных баз и ресурсов 3. обеспечение бесплатного доступа к информационным ресурсам государственных центров и агентств по трансферу технологий

Примечание: Таблица составлена на основе рекомендаций ВОИС по усилению роли малых инновационных предприятий в странах СНГ.

- существование более выгодных сфер для приложения капитала;

- слабое развитие венчурного финансирования;

- высокие риски характерные для инновационной деятельности и отсутствие системы их страхования.

3) информационного обеспечения:

- недостаток информации о новых технологиях и рынках сбыта;

- затрудненный доступ к информации о новых разработках для потенциальных пользователей.

4) кадрового обеспечения:

- нехватка квалифицированного персонала;

- проблема «утечки мозгов».

5) институционального обеспечения:

- недостаток институтов по организационному, образовательному, консультационному, информационному, материально-техническому, финансовому и другому обслуживанию малых инновационных предприятий.

В соответствии с указанными проблемами в рамках Всемирной организации интеллектуальной собственности были разработаны рекомендации по формированию и совершенствованию инфраструктуры инновационной деятельности малого и среднего предпринимательства (Таблица 1).

Основные направления государственной поддержки были предложены в рамках основных элементов инновационной инфраструктуры:

1. институциональной инфраструктуры,

2. образовательной инфраструктуры (ее функцией заключается в подготовке кадрового ресурса, являющегося непосредственным генератором инновационного продукта),

3. финансовой инфраструктуры (призванной создать благоприятные условия для финансирования инновационной деятельности),

4. информационной инфраструктуры (представляет собой совокупность информационных баз и ресурсов, доступ к которым является необходимым условием для эффективной научно-исследовательской, опытно-конструкторской, патентной и инновационной деятельности).

Таким образом, специфика инновационной деятельности предполагает сочетание

рыночной мотивации и государственной поддержки в условиях перехода на инновационную модель развития экономики. Именно государство должно способствовать созданию «инновационного климата», что предполагает существенную государственную поддержку в области институционального, образовательного, финансового и информационного обеспечения.

Источники

1. Отчет Всемирной Организации Интеллектуальной Собственности. Рекомендации по усилению роли малых инновационных предприятий в странах СНГ. 2010.

2. Кузина Г. В., Усманова К. Ф. Разработка алгоритма коммерциализации инноваций // Вестник МГТУ им. Г. И. Носова. 2013. №2.

3. Кокуева Я.А. Проблемы малого инновационного предпринимательства в России и пути их решения //Проблемы современной экономики. 2009. №29.

4. Гамидуллаев Р.Б. Анализ механизмов государственной поддержки малого инновационного предпринимательства // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. 2012. №28.

Кузина Г.В.,

ст.преподаватель Магнитогорского государственного
технического университета им Г.И. Носова.

Kuzina G.V.,

assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical
University.

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ: РЕАЛИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ (НА ПРИМЕРЕ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ)

INNOVATIVE DEVELOPMENT: REALITIES AND PROSPECTS (FOR EXAMPLE, CHELABINSK REGION)

Аннотация

Развиваясь, экономика становится все более требовательной ко всем хозяйствующим субъектам: высокая конкурентоспособность, замещение одних товаров другими, постоянно меняющаяся законодательная база, влияние международной деятельности страны на внутренний рынок – это все заставляет хозяйствующие субъекты быть более гибкими в принятии своих решений. Один из возможных факторов, позволяющий быть гибкими для хозяйствующих субъектов, это использование инноваций в своей деятельности и взаимодействие с другими предпринимательскими структурами. Коммерциализация инноваций позволяет быть более конкурентоспособными на рынке, а взаимодействие с другими предпринимательскими структурами позволяет наращивать государственно-частное партнерство.

Abstract

High competitiveness, the substitution of some other products, a constantly changing legislative framework, the impact of the inter-national activities at the country's domestic market – all this makes business entities more flexible in management decisions. The use of innovation in economic activity and interaction with other business structures gives more flexibility for the business entity. Commercialization of innovations increases the competitiveness of the market, and the interaction with other business structures allows to build the public-private partnership.

Ключевые слова:

инновации, предпринимательские сети, малые инновационные предприятия, коммерциализация, малый бизнес.

Keywords:

Innovations, entrepreneurship networks, small innovative enterprises, commercialization, small business.

Становление и развитие предпринимательства имеет огромное значение для развития всех хозяйственных отношений не только Российский предприятий, но и международных организаций. В развивающихся переходных экономиках роль малого и среднего бизнеса является основополагающей. Но не стоит забывать и о развитии предпринимательства с помощью внедрения инноваций.

Разработка и внедрение инноваций в сферу предпринимательства, так называемая коммерциализация инноваций – один из эффективных факторов динамического развития предпринимательства и экономики в целом.

Проблема предпринимательства в России, механизмы его развития и взаимодействия с другими предпринимательскими структурами находятся в стадии формирования и апробации. Это в большей части связано с тем, что существуют проблемы формирования рыночных отношений во многих регионах страны и в разных отраслях хозяйствования. Не всегда создаются необходимые условия для формирования и развития предпринимательских структур и их взаимодействия.

На сегодняшний день многие субъекты РФ разработали концепции развития своего региона. Примером такой деятельности в Челябинской области являются такие документы как: Инвестиционная стратегия Челябинской области до 2020 г., Концепция промышленной политики Челябинской области на период до 2020 г., Стратегия Социально-экономического развития Челябинской области до 2020 г., Стратегия Инновационного развития Челябинской области до 2020 г. и другие. Данные документы позволяют четко выстроить политику региона и соответственно государства в целом в тех или иных сферах хозяйствования. В основном, все сферы естественным образом связаны с предпринимательскими структурами.

Для того чтобы повысить конкурентоспособность производителей на внутреннем и внешнем рынке страны, предприятия должны постоянно взаимодействовать со многими предпринимательскими структурами. Развитие предпринимательства предполагает не только развитие самой отрасли и сферы деятельности предпринимательских структур, а также разработка и реализация механизма взаимодействия различных предпринимательских

структур между собой и во взаимодействии с государством (в лице различных государственных органов).

Сегодня большинство малых и средних предприятий обладают низкой конкурентоспособностью. Это связано с низким качеством товара; большим моральным и физическим износом оборудования; применением старых технологий, для реализации которых необходимо большое количество затрачиваемых ресурсов и др.

Основной целью для развития предпринимательства является разработка и реализация механизма взаимодействия производственных и инновационных предпринимательских структур на примере создания малых инновационных предприятий на базе образовательного учреждения (согласно №217-ФЗ РФ), т.е. разработка и реализация методологических основ управления процессами взаимодействия.

Если рассматривать развитие инновационного предпринимательства на примере Челябинской области, то можно выделить следующие особенности:

1. В данном регионе достаточно высокий потенциал развития промышленности, в частности это металлургия.

2. Развитая инвестиционная инфраструктура для работы с инвесторами:

- стартовый офис для иностранных инвесторов;
- «Международный Центр делового Сотрудничества»;
- парк индустриальных инноваций «Малая Сосновка»;
- областное агентство регионального развития.

3. Большое количество реализуемых инвестиционных проектов с внедрением инноваций:

- строительство комплекса по производству холоднокатаного проката, проката с покрытием и автокомпонентов, включая стан холодной прокатки «200» в ОАО «ММК»;
- строительство комплекса по производству рельсобалочной продукции в ОАО «Челябинский металлургический комбинат»;
- создание литейно-прокатного производства горячекатаной продукции на ООО «Мишнярский прокатно-термический завод»;

- строительство нового листопрокатного цеха ОАО «Ашинский металлургический завод»;

- строительство птицеводческого комплекса ООО «Нагайбакский птицеводческий комплекс»;

- национальный парк спорта и туризма «Тургойск».

4. В инвестиционной концепции Челябинской области определены зоны инновационного развития – Озерск и Снежинск.

5. Выстроены взаимодействия с институтами развития в инновационной сфере. Правительство Челябинской области сотрудничает с: АНО «Агентство стратегических инициатив», Фонд «Сколково», ОАО «РОСНАНО», Фонд Бортника.

На основе изучения влияющих факторов перспектива развития инновационного предпринимательства в Челябинской области выглядит следующим образом (рисунок 1).

Рисунок 1. Увеличение доли инновационной продукции в валовом региональном продукте 2011-2020 гг. (на примере Челябинской области).



Что касается самих инноваций и развития их внедрения, то экономическая картина на примере Челябинской области выглядит следующим образом: в области работают:

- 2 аккредитованных инновационных технопарка - ООО «Технопарк Новатор», ЗАО «Челябинский завод технологической оснастки»;
- 4 бизнес-инкубатора, где развиваются стартовые инновационные компании: Муниципальное бюджетное учреждение «Магнитогорский инновационный бизнес-инкубатор»; Муниципальное бюджетное учреждение Озерского городского округа «Озерский иннова-

ционный центр – бизнес-инкубатор»; Государственное бюджетное учреждение Челябинской области «Инновационный бизнес-инкубатор»; Автономное муниципальное учреждение муниципального образования «Город Снежинск» «Многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг». Общее количество размещенных «стартапов» по состоянию на 2013 г. составляет 60 предприятий;

- создаются малые инновационные предприятия при ВУЗах (к концу 2013 г. количество таких предприятий составило 70), которые занимаются коммерциализацией научных разработок, используя ресурсы, сформированной ранее в ведущих ВУЗах области инновационной инфраструктуры.

Это мы рассмотрели количественные показатели, если же обратиться к качественным показателям, то можно выявить, что все инновации касаются металлургической промышленности, т.е. опять возникает монопрофильность. Не все созданные малые инновационные предприятия переходят из стадии создания инноваций на стадию полной независимой коммерциализации инноваций. Все эти проблемы существуют не только в Челябинской области, но и в других регионах.

Государство для решения таких проблем пытается создать сферу государственно-частного партнерства и постоянно ее развивает. К примеру, в Челябинской области в целях повышения эффективности совместной работы федеральными институтами развития действует:

- Соглашение о сотрудничестве между Правительством Челябинской области и Фондом «Сколково» (9 инновационным компаниям из Челябинска, Миасса, Озерска, Снежинска присвоен статус участника проекта «Сколково»);

- в рамках реализации трехстороннего протокола о сотрудничестве ОАО «РОСНАНО», Фонда инфраструктурных и образовательных программ и Правительства Челябинской области профинансирован проект по производству высокочистых кварцевых концентратов ООО «Русский кварц» (г. Кыштым) на 375 млн. рублей (общий объем финансирования – 750 млн. рублей);

- работает представительство Фонда содействия развитию малых форм предприятий

в научно-технической сфере (НП «Инновационные организации Южного Урала»). Совместно с Фондом и ФГБОУ ВПО «ЮУрГУ» в целях отбора проектов студентов, аспирантов и молодых ученых Челябинской области для участия в конкурсе программы «У.М.Н.И.К.» проводится конференция «Разработки РФ по приоритетным направлениям развития науки, технологий и техники».

Также осуществляется и взаимодействие предпринимательских структур с финансовыми структурами. Региональным Венчурным фондом профинансировано 6 инновационных проектов на сумму 339,2 млн. рублей. Есть и проекты, которые одобрены для финансирования из средств фонда посевных инвестиций Российской венчурной компании.

Исходя из всего вышеперечисленного, можно выявить и проследить следующие негативные тенденции в Челябинской области:

- структура экономики с преобладанием металлургического производства, тем самым появляется проблема моногородов и их монопрофильности;

- необеспеченность производственной инфраструктуры региональной сырьевой базой, а также большое количество закупок импортного оборудования;

- недостаточный приток инвестиций в инфраструктурные отрасли;

Механизмы системы взаимодействия предпринимательских структур со временем начинают выстраиваться. Остается проблема четких ориентиров в процессе коммерциализации инноваций, внедрение инноваций являются практически одноотраслевыми (металлургическая отрасль), внедрение инноваций происходит в основном на крупных предприятиях. Таким образом, развитие инновационного предпринимательства среди малого и среднего бизнеса остается проблемой.

Источники

1. Кузина Г.В. Проблемы и перспективы развития малых форм предприятий на базе университетов // Экономические, социальные и правовые исследования: сб. науч. тр. / под ред. В.В. Филатова. Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск. гос. техн. ун-та им. Г.И. Носова, 2011. С. 68-71.

2. Кузина Г.В. Методологические основы взаимодействия предпринимательских структур // Экономические, гуманитарные и правовые исследования: сб. науч. тр. / под ред. В.В. Филатова. Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск. гос. техн. ун-та им. Г.И. Носова, 2012. С. 31-34.

3. Кузина Г.В., Усманова К.Ф. Разработка алгорит-

ма коммерциализации инноваций // Вестник МГТУ им. Г.И.Носова. 2013. №2.

4. Кузина Г.В. Реализация стратегии инновационного развития РФ в области предпринимательства // Экономические, гуманитарные и правовые исследования: сб. науч. тр. / под ред. Н.Р. Бальнской. Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск. гос. техн. ун-та им. Г.И.Носова, 2013. С. 54-56.

5. Рахлис Т.П. Инновационные продукты на страховом рынке в условиях модернизации экономики Российской Федерации // Научный журнал «Экономика и политика» №1(1). 2013. С. 82-85.

6. Кузина Г.В. Современное развитие предпринимательских сетей // Научный журнал «Экономика и политика» №1(2). 2014. С. 145-147.

7. Банатурский Н.В., Кузина Г.В., Усманова К.Ф. Организация предпринимательской деятельности: монография / К.Ф. Усманова. Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск. гос. техн. Ун-та им. Г.И.Носова, 2014.

Кузнецова Н.В.

к.п.н., доцент Магнитогорского государственного технического университета им Г.И. Носова;

Синицына О.Н.,

к.п.н., доцент Магнитогорского государственного технического университета им Г.И. Носова.

Kuznetsov N.V.,

Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical University;

Sinitsyna O.V.,

Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical University.

БРЕНД, БРЕНДИНГ, БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ: К ВОПРОСУ О РОЛИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

BRAND, BRANDING, BRAND MANAGEMENT: TO THE QUESTION OF THE ROLE IN ACTIVITY OF THE MODERN ORGANIZATION

Аннотация

Расширение масштабов конкуренции, стремление производителей и продавцов привлечь к производимым и продаваемым товарам потенциальных потребителей и необходимость удержания существующих покупателей и клиентов значительно активизировало использование в предпринимательской деятельности товарных знаков, торговых марок и брендов. В статье анализируется роль данных категорий в деятельности современной организации в контексте повышения эффективности ее функционирования.

Abstract

Expansion of competition, aspiration of manufacturers and sellers to attract to the made and sold goods the potential customers, and the need to retain the existing customers and clients has promoted in business the use of the trademarks, brand names and brands. The article analyzes the role of these categories in the activities of the modern organization in the context of improving its performance.

Ключевые слова:

Организация, бренд, брендинг, бренд-менеджмент

Keywords:

Organization, brand, branding, brand management

Формирование покупательского спроса и управление процессом продвижения торговой марки на рынок играет важную роль в развитии и успешности бизнеса в любой сфере деятельности. Каждый производитель желает привлечь внимание потребителей к своему товару с помощью рекламы и других средств маркетинговых коммуникаций. Сегодня самым сильным инструментом бизнеса является бренд, а одним из конкурентных преимуществ организации, относящихся к преимуществам высокого ранга, является наличие у компании известной торговой марки. Специалистами установлено, что за счет присущего массовому сознанию усиленного тяготения к определенным системам образов или отталкивания от них удастся существенным образом скорректировать потребительское поведение.

Ученые и специалисты считают бренд самым долговечным активом компании, срок жизни которого значительно превышает время существования как производимых товаров и услуг, так и самих организаций. Наиболее характерным свойством профессиональных маркетологов, работающих на потребительском рынке, является их умение создавать, поддерживать, защищать, усиливать и расширять марки, т.е. формировать эффективную марочную политику предприятия. Марочная политика компании является стержневым понятием и включает в себя такие понятия, как, бренд, брендинг, бренд-менеджмент. Брендинг и бренд-менеджмент, не являясь однопорядковыми величинами, также находятся в иерархической зависимости, а именно – брендинг включает в себя бренд-менеджмент. Отсутствие четкой марочной политики приводит к неприятным, а иногда и необратимым последствиям: размыванию имиджа марки или марок в глазах потребителей, потере интереса к ней со стороны потребителей, и, как следствие, снижение объемов продаж, доли рынка и других жизненно важных показателей.

Для выживания на рынке необходимо бренд-менеджментом или управлением бренда – брендингом. Бренд представляет собой образ марки, выделенной покупателями среди конкурирующих. Под брендингом же понимается процесс создания марки посредством формирования положительного восприятия бренда потребителями и использованием всех

форм продвижения, направленный на создание и укрепление долгосрочных отношений с потребителем.

Брендинг – это творчество, основанное не только на глубоком экономическом знании рынка, но и на знании основных правовых и социально-культурных вопросов. Это искусство построения и продвижения торговых марок с целью формирования в обществе настроений долгосрочного их предпочтения. Главной целью этого процесса является укрепление отношений между брендом и потребителем. Потребители отдают предпочтение бренду, когда сообщения бренда объективны, а его ценности четко позиционированы. Это формирует доверительные отношения, в результате чего потребители получают удовлетворение от использования товара данной марки [1].

Информация о ценностях бренда, определяющих его позицию, должна быть действительно важной для потребителей. Тогда бренд становится символом, выражающим как ценности самой марки, так и наиболее значимые ценности потребителей.

Создание брэнда (образа марки в сознании потребителей) носит непрерывный характер: даже после того, как он начинает самостоятельно «работать» на рынке и приносить доход, необходимо постоянно осуществлять его обновление. Комплексный брэндинг – длительный творческий процесс, предусматривающий разработку идеологии продвижения марки, ее текстовое и визуальное оформление, упаковку товара, распространение образцов, стимулирование сбыта, работу в местах продажи, т.е. весь арсенал маркетинговых средств воздействия на потребителя. Многие производители начинают осваивать технологии брэндинга и успешно продвигают свои товарные марки на рынок (пиво «Балтика», «Майский чай», сигареты «Петр I», туалетная вода «Цветы России», шоколад «Шок» и многие другие). Создатели этих марок осознают, что современный потребительский рынок – это война рекламных образов товаров за место в сознании потребителей. И они осознают, что эффективная марочная политика сегодня – это одно из самых действенных орудий маркетинга, позволяющее управлять уровнем добавленной стоимости, увеличивать марочный капитал, повышая тем самым конкурентоспособность предприятия.

Понятие «бренд» на нашем рынке только начинает складываться. Многие путают бренд и торговую марку. Между тем разница есть. В сознании потребителя бренд представляет собой некий целостный образ того или иного товара или услуги, причем этот образ неизменно ассоциируется с его конкретными характеристиками. Успешный бренд – это в первую очередь сочетание расчетливости и удачи, а также результатов долгой кропотливой работы специалистов в области маркетинга и менеджмента и большой доли везения. Успешный бренд предпочтительнее других средств продвижения товара, так как он оказывает первичное впечатление, которое складывается у потребителя. Каждый бренд является торговой маркой, однако далеко не каждая торговая марка считается настоящим брендом [2]. Торговой маркой владеют почти все компании, брендом – единицы. Бренд – это, прежде всего, торговая марка с устоявшимся имиджем

Именно бренд позволяет первым и наиболее доступным для потребителя способом войти в круг его интересов. Чтобы потребитель сделал свой выбор и приобрел тот или иной товар, он должен быть уверен в правильности своего выбора. Торговая марка позволяет потребителю провести параллели между тем товаром, который его в данный момент интересует, и теми товарами, с которыми он уже знаком. Также торговая марка выглядит в его глазах своеобразной гарантией того, что данная продукция является качественной.

Говоря о понятии «бренд», следует обратить внимание на его предназначение, иными словами – на человеческое восприятие информации, заключенной в нем. Бренд должен вызывать ассоциации с товаром, быть неким олицетворением его сущности, отражать его предназначение и содержать особый смысл, заложенный в товаре. Поэтому бренд в современных условиях является центральным понятием маркетинга. Товар воспринимается через бренд. Соответственно, бренд должен отображать свойства товара, его качество, чтобы при анализе, проводимом потребителем, складывался положительный образ самого товара. Яркий и легко запоминающийся бренд будет иметь больший успех, нежели сложный и запутанный. Успешное позиционирование новой марки и репозиционирование уже существую-

щей достигается с помощью технологий брендинга. Задача брендинга – повысить осведомленность потребителей и влюбиться в товар. Такова особенность политики брендинга.

Бренд-менеджмент (brand management) – процесс комплексного управления торговой маркой, организационно-функциональное воплощение брендинга. Бренд-менеджмент – многоструктурный, обоснованный, выверенный и контролируемый комплекс мероприятий по созданию товарной марки, разработке дизайна упаковки, рекламной аргументации, проведению акций по стимулированию сбыта, т.е. использование всего арсенала маркетинговых средств воздействия на потребителя. Управлять брендом – значит находить наиболее эффективный с точки зрения затраченных ресурсов способ добиться намеченного позиционирования товара, марки в сознании покупателя [3].

Бренд-менеджмент – это применение маркетинговых техник к определенному продукту, линейке продуктов, или бренд; процесс увеличения непредметной ценности конкретного товарного знака, оптимизация направленных на него маркетинговых усилий. Цель бренд-менеджмента заключается в повышении значимости продукта в восприятии потребителя, увеличение ценности бренда, посредством создания долгосрочных взаимоотношений с потребителем. Ценность бренда составляет та выгода, которую бренд приносит производителю: увеличение продаж, увеличение цены, снижение себестоимости.

Бренд-менеджмент можно, условно, разделить на две составляющих: 1) создание бренда, которое включает в себя разработку брендинговой стратегии, т.е. составление брифа (совместно с заказчиком), проведение маркетинговых исследований (опросов) по специальной методике, включая опросы по позиционированию, а также создание рекламных слоганов и сообщений (месседжей) для PR и рекламы. Разработка брендинговой стратегии может также включать в себя нейминг – разработку названия бренда (торговой марки) и его тестирование. В эту составляющую работы входит разработанный на основе брендинговой стратегии креатив: создание фирменного стиля, разработку дизайна упаковки, идеи печатной рекламы, дизайн рекламы и разработку

сценариев рекламных роликов.

2) поддержание, сохранение и продвижение бренда (организация рекламных кампаний, PR-акций, работа с рекламными агентствами на местах, подготовка и проведение BTL-акций и т.п.) Особенно важным пунктом является отслеживание результатов проведения рекламных кампаний. В данном направлении следует проводить регулярный анализ и оценку результатов, выяснять, что было успешным, а что не дало результатов, на основании чего принимаются коррективы.

На наш взгляд, формулу побед в сфере бренд-менеджмента сегодня можно сформулировать в следующих положениях: покорение потребительской аудитории с помощью общих ценностей (помещение бренда в набор брендов, рассматриваемых для покупки); привлечение потребителей регулярно и постоянно инновациями, согласующимися с общими ценностями; развитие приверженности потребителей посредством качества и цены, которые необходимо постоянно обосновывать для сформировавшихся потребителей.

Мы разделяем точку зрения Котлера Ф., Пферча В., что понимание бренд-менеджмента как простой работы по присвоению имен, дизайну или рекламе, носит поверхностный характер и сокращает ожидаемый цикл жизни бренда. Если компания хочет полноценно использовать бренды в качестве стратегических инструментов, она должна быть готова к проведению большого объема мероприятий по маркетинговому анализу и планированию бренда. Однако многие компании слишком заняты вопросами тактики и вследствие этого не могут добиться оптимальных решений для своих брендов. Несмотря на то, что маркетинг является в равной степени искусством и наукой, он выходит далеко за рамки симпатичных логотипов и привлекательного дизайна упаковки. Это деятельность, которая обладает способностью направлять и влиять и должна стать составной частью долгосрочной стратегии организации. Таким образом, бренд-менеджмент – это организационная основа, которая систематически направляет планирование, разработку, реализацию и оценку стратегии бренда [4].

С помощью бренда можно задавать разное восприятие определенного товара, и человек увидит то, что предназначается для него.

Брэнд – это не просто продукт или же так называемая идеология. Бренд – это еще и особое время, и образ героев эпохи, и эталон поведения, запрограммированные в определенном товаре. Бренддинг при этом вызывает у человека ощущение, что, отдав деньги, он приближается к идеалу того времени, а также общества, в котором живет.

Бренд создает особый образ товара, предоставляя возможность конкуренции. Фирмы, имеющие брендинговый товар, гораздо успешнее своих конкурентов, сегмент покупателей гораздо выше. Положение бренда на рынке определяет его конкурентоспособность, а также набор покупательских потребностей и восприятия. Важно, что думает потребитель о месте, занимаемом товаров среди товаров-конкурентов. Чтобы стать сильным, бренд должен обладать такими характеристиками, как высокий уровень качества, необычное оформление и марочное название с упаковкой. Кроме того немаловажен такой показатель как уровень осведомленности о бренде, что подразумевает прочность удержания бренда в памяти потребителя.

Сильный бренд также предполагает понимание того, как потребители воспринимают каждый аспект деятельности организации. Для того чтобы брендинг стал эффективным, он должен быть согласованным и понятным. Бренды не статичны, а находятся в постоянном развитии, они могут меняться в зависимости от ожиданий заинтересованных лиц и условий рынка, независимо от того, замечаете ли вы эти изменения. Важно управлять этим развитием, непредвиденным или ожидаемым, а не просто позволять ему происходить [4].

Так как бренд – это лицо товара, отражающее его внутренние свойства, он должен не просто выделяться среди остальных, но и вызывать положительные эмоции, производить яркое впечатление. Бренд должен быть рассчитан сразу на все население. Данный момент весьма сложен, так как покупатели представляют собой множество разных личностей, и нужно создать что-то, что не станет противоречить чьим-нибудь принципам. Поэтому как категория бренд должен быть понятным и легко воспринимаемым. Иначе компания, только начав существование, уже рискует оказаться в хвосте. Нужно сказать, что торговая марка содержит в

себе материальный смысл товара, а бренд – нематериальный.

Товар считается брендом, если: 1) он доступен 75% покупателей; 2) 75% целевой аудитории может просто по одному названию бренда назвать отрасль деятельности; 3) минимум 20% покупателей из целевой аудитории пользуются им регулярно; 4) минимум 20% покупателей из целевой аудитории могут верно опознать основные характеристики бренда; 5) товар существует на рынке как минимум 5 лет; 6) покупатели в любом случае будут платить за этот товар больше, чем за аналогичные товары в категории [5]. Соблюдение перечисленных условий позволяет современным организациям завоевывать новые сегменты, тем самым повышая эффективность своей системы управления.

Для достижения долгосрочного успеха компании необходимо постоянное выявление ценностных возможностей (изучение ценности), реализация их в виде новых и многообещающих предложений ценности (создание ценности) и использование возможностей и инфраструктуры для эффективной доставки этих новых предложений (доставка ценности). Эти действия, ориентированные на ценность, должны быть помещены в контекст всех участников треугольника брендинга (покупатели, компания и посредники). Ассоциации бренда, как правило, представляют собой все то, что связывает покупателя с брендом, включая впечатление пользователя, атрибуты товара, ситуации использования, индивидуальность бренда и символы. Наиболее важной движущей силой капитала бренда, тем не менее, остается приверженность бренду [4].

Таким образом, можно констатировать, что возможности брендинга огромны. От бренда часто зависит, насколько положительной будет реакция потребителя. Он позволяет поддерживать запланированный объем продаж на конкретном рынке и реализовать долгосрочную программу по созданию и закреплению в сознании потребителей образа товара или товарного семейства. Бренд помогает производителю добиться большей стабильности и защищенности в работе с потребителем, гарантируя ему определенное качество. Реализация компанией эффективной стратегии брендинга помогает последовательно выявить, какие

элементы бренда наиболее полезны для того, чтобы передать его сообщение выбранной целевой группе. Но прежде чем вы сможете ускорить процесс брендинга, важно создать предложение, согласно которому вы будете снова и снова поставлять товар или услугу.

Влияние брендов проявляется в каждом аспекте деловой жизни, от самого незначительного решения в магазинчике на углу до самого крупного – в самой большой компании. Внутри и за пределами организации бренд охватывает все: затрагивает все виды деловой активности, концентрированно представляя видение бизнеса, бизнес-план, корпоративную культуру, имидж и многие другие стороны деловой жизни, которые до этого концептуально разносились по разным подразделениям. Сегодня самым сильным инструментом бизнеса является бренд. Эффективные бренды обладают сильными убеждениями и оригинальными идеями. Они не только изменяют отношение потребителя к марке и товару, к организации в целом, но и преобразуют сознание людей, способствуя созданию долговременных конкурентных преимуществ в продвижении товара или услуги на рынке. Управлять брендом – это значит находить наиболее эффективный с точки зрения затраченных ресурсов способ добиться намеченного позиционирования бренда в сознании покупателя.

Источники

1. Хруцкий В.Е. Современный маркетинг: учеб. для вузов. М.: Финансы и статистика, 2008.
2. Харт В. Создание успешного бренда: как управлять мотивацией потребителя. М.: Изд-во НЦ ЭНАС, 2005.
3. Бренд-менеджмент // Записки маркетолога // URL: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_b/brand-meneditment (дата обращения 28.05.13)
4. Котлер Ф. Бренд-менеджмент в B2B сфере. М.: Вершина, 2007.
5. Лейни Т. Бренд-менеджмент. М.: Дашков и К, 2008.

Кульпинский С.В.,

к.э.н., доцент Института экономики Министерства экономического развития и торговли Украины.

Kulpinsky S.V.,

Phd, assistant professor of Institute of Economics of the Ministry of economic development and trade of Ukraine.

ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КАНАЛОВ ПЕРЕТОКА СРЕДСТВ МОНЕТАРНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО РОСТА В СПЕКУЛЯТИВНЫЕ СЕКТОРА (НА ПРИМЕРЕ УКРАИНЫ)

THE IDENTIFY POTENTIAL CHANNELS FOR DISPLACEMENT OF MEANS FOR MONETARY STIMULUS INVESTMENT GROWTH INTO THE SPECULATIVE SECTORS (AS AN EXAMPLE, THE UKRAINE)

Аннотация

В статье анализируются основные проблемы, препятствующие инвестиционному развитию в Украине, предлагаются пути активизации инвестиционной деятельности со стороны государства через финансовый сектор, в частности через государственные банки и через эмиссию. Исследуются возможные каналы перелива эмитированных денежных средств включая рефинансирование банков и выкуп облигаций центральным банком в малопродуктивные операции, и предлагаются пути ограничений данных каналов перелива средств.

Annotation

The paper analyzes the main problems that impede the development of investment in Ukraine, lays out the ways of enhancing investment activity by the state through financial sector, in particular through the state-owned banks and through monetary stimulus. Possible leakage channels of newly issued money through central bank refinancing and quantitative easing by central bank in unproductive operations are empirically tested. Ways to limit those channels are proposed.

Ключевые слова:

Инвестиции, монетарное стимулирование, эмиссия, рефинансирование.

Key words:

Investment, monetary stimulation, money issuance, refinancing.

Медленные темпы восстановления мировой экономики в 2013-2014 гг., усиление конкурентного давления со стороны развивающихся стран, при значительном ухудшении торговых отношений Украины с РФ в I полугодии 2014 г., не дают возможности повышать экспорт на традиционных для Украины рынках. Исчерпание конкурентных преимуществ для таких традиционных экспортных отраслей как металлургия и химическая промышленность на внешних рынках может произойти в ближайшее десятилетие, что требует повышения инвестиций в обновление технологических процессов данных отраслей.

Монетарное стимулирование экономики является процессом, который требует объединения усилий центрального банка, органов секторального и фискального регулирования. Неравномерное распределение эмитированных денежных ресурсов может вызвать инфляционное давление или рост процентных ставок из-за перехода эмитированных средств в спекулятивные или малопродуктивные операции. Другой проблемой является усложнение заимствований для правительства вследствие высокой стоимости ресурса на финансовых рынках и дефицита ликвидности. Поэтому своевременное реагирование органов монетарного и фискального регулирования на дисбалансы спроса и предложения на денежном рынке требуют научного обоснования стратегии данного взаимодействия. Участие государственных финансовых учреждений в этом процессе является ключевым в обеспечении устойчивого развития. В мировой практике недавно начали получать распространение инфраструктурные облигации, по которым правительства привлекают частных инвесторов на строительство tolling-дорог, телекоммуникаций. В Индии, доход по приобретению инфраструктурных облигаций облагается по низкой ставке, отмена налогообложения по доходности этих инструментов обсуждается и в США. Ежегодно регистрируется рост эмиссии этих инструментов, однако отмечается дефицит проектов, под которые возможен их выпуск [1].

Высокий уровень процентных ставок и рисков не дает промышленным предприятиям возможностей конкурировать по многим видам продукции с иностранными производителями. Банковские инструменты финанси-

Таблица 1. Инвестиции в основной капитал по отношению к ВВП, %

	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Австрия	23	21	20	21	21	21
Бельгия	24	20	21	22	21	20
Дания	22	17	17	18	18	17
Финляндия	22	19	19	21	19	19
Франция	22	19	19	21	20	19
Германия	19	16	17	18	17	17
Греция	24	19	18	15	13	12
Исландия	25	14	12	14	15	14
Италия	22	19	20	19	18	17
Япония	23	20	20	20	19	Н.д.
Испания	29	24	22	21	19	18
США	18	14	15	14	14	
Великобритания	17	14	15	15	14	14

Источник: <http://data.worldbank.org/indicator/NE.GDI.FTOT.ZS>

вания промышленности ограничены кредитам, доля которых в общем кредитовании незначительна. Вместе с тем, значительный объем средств на счетах отечественных предприятий, средства юридических лиц на депозитных счетах отечественных банков, средства отечественных промышленных групп в офшорных зонах и валютные сбережения физических лиц представляют потенциальный ресурс, который мог бы быть использован для модернизации технологического уклада предприятий за существование соответствующих инструментов и ограничительных механизмов. В этом отношении необходима разработка путей инвестирования средств под более нынешнего уровня процент, но с возможностью инвестирования в эти инструменты на более короткие сроки и с обеспечением надлежащего уровня их ликвидности со стороны государства. К этим механизмам можно отнести вышеупомянутые инфраструктурные облигации, облигации под инвестиционные проекты, инструменты венчурных фондов с долей государства.

В РФ часть средств в управлении государственных банков направляется в инфраструктурные облигации Дальневосточного федерального округа, как и в облигации «РЖД» по заниженной ставке [2]. Вместе с тем, исследователями выделяется низкая эффективность государственных расходов на фоне их

высокого уровня в России [3]. Среди основных проблем за последние годы отмечается предоставление средств рефинансирования под внутренние активы и особенно под покупку валюты и поэтому Банк России начал разработку механизма увеличения объемов долгосрочного рефинансирования банков под инвестиционные проекты [4].

Очевидно, что на подавляющем большинстве финансовых рынков мира существование спекулятивных стимулов для частных финансовых учреждений и неопределенность относительно дальнейших экономических перспектив сдерживают полномасштабные инвестиции. Почти во всех развитых странах доля инвестиций в основной капитал в ВВП снижалась с начала кризиса 2008 г. При этом, объемы незадействованных средств на счетах предприятий, которые потенциально могли быть направлены в инвестиции, увеличивались. Так, согласно международному рейтинговому агентству Standard & Poor's, объемы денежных средств, их эквивалентов и краткосрочных инвестиций нефинансовых компаний ЕС составили более 1 трлн евро в 2013 году [5]. Что касается капитальных затрат, то в реальном выражении они снизились на 1% в 2013 г. и ожидается их снижение и в 2014 г. [6]

Подобная ситуация происходила в последние годы в Украине, где доля инвестиций

в основной капитал по ВВП снизилась с 23% в 2007 г. до 17% в 2013 г. [7]. По нашим расчетам, с эмитированных Национальным банком Украины средств в 2010-2013 гг. лишь около 40% направлялось в кредитование реального сектора, причем удельный вес долгосрочного инвестирования не превышал 3%.

Это обуславливает выработку эффективных механизмов перераспределения средств, эмитированных через каналы рефинансирования, приобретение иностранной валюты или приобретение центральным банком государственных облигаций.

К наиболее эффективным каналам распределения эмитированных центробанком средств и их направления в реальный сектор экономики можно отнести:

- Государственные банки, через которые осуществляется распределение средств, секьюритизация активов инвестиционных проектов и контроль за использованием средств.

- Рефинансирование негосударственных банков по факту выделения ими средств в инвестиционные проекты.

- Банки развития, созданные в странах с высокими потребностями в стимулировании внутреннего производства, преимущественно в развивающихся странах.

Ряд развивающихся стран прибегают к более широкому использованию государственных банков и банков развития как инструментов монетарной трансмиссии. Так, одна из последних работ на тему эффективности монетарной экспансии в повышении кредитования рассматривает роль государственных банков в данном процессе [8].

Было доказано, что доминантность государственных банков на финансовом рынке способствует большему влиянию монетарной экспансии на рост кредитования и повышение инвестиций в основной капитал. Согласно оценки регрессии для более чем 40 стран авторами было обнаружено, что инвестиции в основной капитал и общее кредитование в большей степени показывают статистические изменения в сторону роста в ответ на увеличение монетарной базы в странах со значительным доминированием государственных банков. Так, 1% увеличения монетарной базы ведет (с лагом в один год) до 0,3% большего прироста общего кредитования и на 0,81% большего прироста

инвестиций в основной капитал, чем в системе, где доминируют частные банки.

В Украине удельный вес государственных банков в активах банковской системы составлял 18% по состоянию на 01.01.2014. Их портфель ценных бумаг на продажу, который почти полностью состоит из ОБГЗ, вырос до 74 млрд. грн. по состоянию на 01.04.2014 с всего 1,6 млрд. грн. в 2009 г., тогда как портфель кредитов предприятиям за этот же период вырос с 69,6 млрд. грн. до 113,8 млрд. грн. [9]. Если учесть эффект переоценки валютных кредитов после девальвации гривны в начале 2014 г., то можно констатировать низкий уровень функционирования данного канала трансмиссионного механизма перераспределения средств через государственные банки. К основным проблемам, которые препятствуют инвестиционному развитию и долгосрочному росту промышленности в Украине, отнесем следующие:

- низкая рентабельность предприятий из-за незначительных капиталовложений последних лет, особенно после начала кризиса 2008 г.;

- низкий уровень монетизации экономики и высокие процентные ставки в течение последних лет;

- промышленность является ресурсозависимой и экспорт готовой продукции из-за низкой доли инноваций является низким и составляет по нашим расчетам всего 26% товарного экспорта;

- иностранные инвестиции незначительны по своим объемам, составляя всего 1,7% всех капитальных инвестиций и направляются в основном на проекты с высокой степенью рентабельности, такие как строительство торговых сетей, приобретение основных средств или земли, банковское розничное кредитование и не способствуют инновационному развитию экономики.

Отметим, что значительная часть инвестиций в основной капитал направлялась в уже существующие, а не в новые мощности, а еще часть шла на приобретение импортного оборудования.

Основные причины этого состоят в том, что значительная часть новых эмитированных средств, попадающих к банковской системе или в реальный сектор экономики, направляются на:

- финансирование импорта или сетей розничной торговли, для которых характерен высокий уровень окупаемости (37% всего кредитного портфеля юридическим лицам по состоянию на 01.01.2014 г., причем это произошло после временного снижения данного отношения до 34% в 2010-2011 гг);

- приобретение ОБГЗ в портфель банков, поскольку они характеризуются меньшей степенью риска, по сравнению с кредитованием реального сектора, и является эффективным инструментом ликвидности. Уровень их доходности также позволяет поддерживать процентную маржу на уровне 4-5% (их суммарный объем в банковской системе составляет более 80 млрд. грн., однако большая часть находится в портфеле государственных банков);

- валютный рынок через арбитражные операции банков при девальвационных ожиданиях и росте спекулятивных настроений;

- финансовые инвестиции предприятий, то есть краткосрочное размещение ими средств на депозитах банков, приносящих доход, который выше рентабельности их операционной деятельности (по состоянию на 01.01.2014 депозиты юридических лиц составляли 211 млрд. грн, что соответствует 70% всех капитальных инвестиций предприятий за 2013 г.).

Финансирование инновационного развития является сравнительно низким и осуществляется преимущественно с доходов предприятий, которые показывают тенденцию к снижению. Так, если общие расходы на инновации достигли наибольшего значения в 2011 г., составив 14,3 млрд. грн., то уже в 2013 они снизились до 0,9 млрд. грн., что составляет около 5% от общего объема инвестиций в основной капитал и менее 1% ВВП. А на промышленных предприятиях, которые имеют наибольший потенциал экспортного роста, удельный вес внедрения инноваций снизился с 6,7% перед началом финансового кризиса до 3,3% в 2013 г.

С целью исследования каналов перелива эмитированных средств в непроизводительные операции, оценим влияние выкупа ОБГЗ на инфляцию, поскольку значительный объем эмитированных средств перетекает на валютный рынок и одновременно на приобретение импорта. ОБГЗ выкупались активно НБУ лишь с 4 квартала 2008 г., поэтому построим модель с

месячными данными с января 2009 г. В скобках приведена t-статистика:

$$\begin{aligned} \text{LOG(CPI)} = & 6.78 + 0.09 * \text{LOG(OVDP_NBU)} - \\ & 0.0013 * \text{LOG(REFIN)} \\ & (81.7) \quad (13,1) \quad \quad \quad (-0,76) \\ & R^2 = 0,75 \end{aligned}$$

где CPI – индекс потребительских цен, OVDP_NBU – приобретение облигаций государственного займа центральным банком (чистый остаток портфеля), REFIN – объемы операций по рефинансированию, количество наблюдений – 60.

Отсутствие влияния рефинансирования НБУ и достаточно низкий (хотя статистически значимый) коэффициент выражающий влияние выкупа ОБГЗ в портфель НБУ на инфляцию с 2009 г., когда активизировались данные операции, свидетельствует о переливе эмитированных средств через данные трансмиссионные каналы в другие операции. Стоит учесть, что значительный удельный вес эмитированных средств оседает в гривневых депозитах, трансформируется в сбережения в иностранной валюте, а часть направляется банками в розничные потребительские кредиты, или в конечном счете – в приобретение ими ОБГЗ.

В свою очередь, рост денежной базы оказывает существенное влияние на прирост розничных кредитов.

$$\begin{aligned} \text{LOG(RETAIL_LENDHR)} = & -3.64 + 1.21 * \text{LOG(MBASE)} \\ & (-0,76) \quad (13,1) \\ & R^2 = 0,87 \end{aligned}$$

где RETAIL_LENDHR – портфель розничных кредитов в гривне, MBASE – денежная база, количество наблюдений – 62.

Причем данное влияние более чем единичное. Именно этот фактор и является фактором перелива эмитированных средств в малопродуктивные операции и роста импорта, что требует усиления макропруденциального регулирования.

Высокая степень перелива эмитированных средств в импортные операции через розничное кредитование подтверждается приростом товарного импорта в связи с чистым выкупом ОБГЗ в портфель Национального банка. Здесь однозначно прослеживается определенное влияние эмитированных средств на приобретение валюты и закупку импорта, однако отметим, что это влияние не является прямым

и не до конца объясняется нижеприведенной зависимостью.

$$\text{LOG}(\text{IMPORTS}) = 11.34 + 0.377 * \text{LOG}(\text{OVDP_NBU})$$

(25) (9,3)
 $R^2 = 0,61$

где IMPORTS – импорт товаров OVDP_NBU – ОВДП в портфеле НБУ

Количество наблюдений – 28 (поквартальные данные)

В целом, эффективность каналов денежной эмиссии и их влияние на инфляцию ограничены потенциальными потерями эмитированных средств через перелив финансовых средств в следующие операции:

- Средства эмитированные через выпуск ОБГЗ (перелив в межбанк, в розничные кредиты, на валютный рынок).

- Средства эмитированные через рефинансирование (перелив в межбанк, ОБГЗ в портфеле банков, на валютный рынок).

Оценим отдельно влияние приобретения ОБГЗ в портфель НБУ и рефинансирования банков через различные инструменты на динамику портфеля банковского сектора. При увеличении объемов приобретения ценных бумаг центральным банком увеличиваются их объемы в портфеле банковской системы в целом, частично вследствие роста денежной массы, то есть через «количественное смягчение» [10].

Влияния денежной эмиссии через приобретение ОБГЗ в портфель НБУ на инфляцию потребительских цен не обнаружено. Наибольший месячный прирост ОБГЗ в портфеле НБУ в октябре 2012 г. на уровне 18 млрд грн. сопровождался 0% потребительской инфляцией и дефляцией в последующий месяц, а инфляция 2014 г. на уровне 10,1% (по состоянию на июнь) была обусловлена преимущественно девальвационными факторами и повышением коммунальных тарифов. Основными каналами перелива средств являлись межбанковский рынок, валютный рынок и приобретение ОБГЗ банками (с наиболее сильным лаговым влиянием в 1 месяц, выявленным согласно критерию Акаике).

$$\text{LOG}(\text{OVDP_BANK}) = 0.27 + 0.93 * \text{LOG}(\text{OVDP_NBU}(-1))$$

(0,4) (12,1)
 $R^2 = 0,71$

где OVDP_BANK – приобретение облигаций государственного займа банковским сектором (чистый остаток портфеля)

OVDP_NBU – приобретение облигаций государственного займа центральным банком (чистый остаток портфеля), или «количественное смягчение»

Количество наблюдений – 60.

Влияние выкупа ОБГЗ центробанком было более значимым для розничных кредитов, чем влияние операций рефинансирования, поскольку определенный объем долгосрочных средств, в конечном счете, направляется в данные операции, в отличие от рефинансирования НБУ. Последнее может направляться как на межбанковский, так и на валютный рынок, или же на приобретение ОБГЗ самими банками.

$$\text{LOG}(\text{RETAIL_LENDHR}) = 8.3 + 0.23 * \text{LOG}(\text{OVDP_NBU}(-1)) +$$

(26) (8,4)
 $0.04 * \text{LOG}(\text{REFIN}(-1))$
(6,9)
 $R^2 = 0,68$

Кількість спостережень - 62.

Отсюда вытекает необходимость введения дополнительных макроprudенциальных мер относительно розничного кредитования. Также очевидной становится необходимость трансформации операций «количественного смягчения», то есть выкупа ОБГЗ Национальным банком, по финансированию бюджетного дефицита к стимулированию инвестиционного развития через выпуски инфраструктурных облигаций, облигаций в инвестиционные проекты, финансирование инвестиционных проектов через банки развития. В этом отношении целевая эмиссия центрального банка будет играть определяющую роль, поскольку каналы перелива средств будут ограничены.

Итак, макроprudенциальные (ограничительные) меры, как показал опыт ряда развивающихся стран, могут иметь как стимулирующее влияние на кредитование, так и ограничительное. Центральному банку совместно с органами регулирования экономики необходимо определять те ограничения, которые будут перекрывать каналы перелива эмитированных средств в непроизводительные сферы (потребительское кредитование, оптовая и розничная торговля товарами импортного происхождения и т.п.). При этом данные ограничения

должны компенсироваться другими мерами монетарной политики, направленные на рост кредитования реального сектора, отечественного производителя.

Каналы перелива эмитированных средств имеют свои особенности в каждой из стран и соответственно систем регулирования. Для Украины особенно выражен перелив в государственные облигации, особенно со стороны государственных банков, и в другие малопродуктивные сферы. Очевидной становится необходимость ограничения каналов перелива выпущенных в обращение средств на межбанковский рынок, валютный рынок или в розничное кредитование банковскими учреждениями. Усиление контроля за эмитированными в рамках схем монетарного стимулирования средств, в частности, через рефинансирование банков и выкуп облигаций центробанком также должно минимизировать каналы данного перелива.

Источники

1. Infrastructure bonds grab investor attention. Financial Times. December 2. 2013.
2. Дальний восток приближают к форме госкорпорации // Электронный ресурс // <http://www.kommersant.ru/doc/1978704>
3. Май В. В ожидании новой модели роста: социально-экономическое развитие России в 2013 году. // Вопросы экономики. 2014. №2. С.4-32.
4. Очень осторожная помощь. ЦБ РФ готовится запустить механизм рефинансирования банков под инвестпроекты. Электронный ресурс Expert Online. <http://m.expert.ru/2014/03/27/tsb-zajmetsya-ekonomicheskim-rostom/?n=171>
5. Standard & Poor's. Ratings Direct. Cash, Caution, And Capex - Why A Trillion Euro Cash Pile Is Unlikely To Drive A European Capex Boom. February 2013.
6. Corporate spending. Capital expenditure around the world has been disappointing. The Economist. July 5, 2013.
7. Рассчитано по данным Госкомстата. // www.ukrstat.gov.ua. Инвестиции и инвестиционная деятельность.
8. Morck R., Yavuz M., Yeung B. State-controlled Banks and the Effectiveness of Monetary Policy. NBER Working Paper 19004. April 2013.
9. Рассчитано по данным НБУ: Данные финансовой отчетности банков. Электронный ресурс: http://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=74208
10. The economic impact of QE: Lessons from the UK. Michael A S Joyce, Matthew R Tong, Robert Woods. Vox. Reserach-based Policy Analysis. 1 Nov 2011.

Кучай А.А.,

старший преподаватель Рудненского индустриального института.

Kuchai A.A.,

Assistant professor OF Rudny Industrial Institute.

ПАТРИОТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ, КАК ОДНА ИЗ ДУХОВНЫХ И КУЛЬТУРНЫХ ОСНОВ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА И ГОСУДАРСТВА

PATRIOTIC EDUCATION, AS ONE OF SPIRITUAL AND CULTURAL BASES OF DEVELOPMENT OF SOCIETY AND STATE

Аннотация

Работа посвящена исследованию патриотического воспитания молодежи на примере Республики Казахстан. Недооценка патриотизма как важнейшей составляющей общественного сознания граждан приводит к ослаблению социально-экономических, духовных и культурных основ развития общества и государства. Этим и определяется приоритетность патриотического воспитания в общей системе воспитания граждан.

Abstract

This article is devoted to the study of patriotic education of youth in the Republic of Kazakhstan. Underestimation of patriotism as the most important component of the social consciousness of citizens leads to a weakening of social and economic, spiritual and cultural foundations of society and state. It also determines the priority of patriotic education in the general system of education of the citizens.

Ключевые слова:

Патриотизм, отечество, культура, традиции, взаимопонимание.

Keywords:

Patriotism, homeland, culture, traditions, mutual understanding.

Патриотизм – категория нравственная. Он является нравственной основой жизнеспособности государства и выступает в качестве важного внутреннего мобилизующего ресурса развития общества, активной гражданской позиции личности, готовности ее к самоотверженному служению своему Отечеству. Патриотизм как социальное явление – цементирующая основа существования и развития любых наций, народов и самой государственности. Оценка результативности патриотического воспитания осуществляется на основе использования системы объективных критериев и специально разработанных методик.

Вечный вопрос всех поколений: «Кого можно считать патриотом?» Давайте попробуем выделить основные разновидности особой человеческой породы – Патриот. Одни любят свою Землю, свой дом, свой народ и взаимно ими любимы. Они посвящают свои трудовые подвиги, научные открытия, произведения искусств народу, Родине. А их именами впоследствии называют улицы и города, они становятся народными героями. Другие тоже любят свою Землю, свой дом, свой народ, но без взаимности. Их имена либо предаются забвению, либо звучат далеко от родной земли, непонятые и непризнанные на горячо любимой ими Родине, среди горячо любимого ими народа. А какого патриота хотим вырастить мы, что вкладываем сегодня, во множественные и долгие разговоры о необходимости формировать своего, уникального, не похожего на всех казахстанского патриота?

Будущее невозможно без прошлого и настоящего, а патриотизм невозможен без истории и людей – его несомненных источников и вершителей. Понятие Родина, любовь, народ формируются в сознании человека на основе чувства соприкосновения, сопереживания и сопричастности к определенному кругу людей, количеству событий, его окружающих и системе ценностей и идеалов, определяющих общественные отношения в том социуме, где человек формируется. Исходя из этих параметров, мы можем дать определение национальному, родовому, этническому, либо территориально-географическому патриотизму. Но Республика Казахстан поликультурна и слияние многих систем ценностей и идеалов не всегда приводят к слиянию патриотических порывов. Итак, ка-

ково же сегодня реальное положение вещей? Как происходит процесс формирования казахстанской нации? Кто сегодня участвует в этом многосложном о многоструктурном действии?

В Казахстане проживает всего 130 этносов. Их объединение возможно не только под одним флагом, в пределах одной границы, но под одной идеей. Имя этой идеи – национальная. Основу нашей национальной идеи составляет Конституция, признающая народ Казахстана единственным источником власти, вне зависимости от национальной и религиозной принадлежности. Очень важно донести до каждого гражданина страны эту идею. Потому как всякое соблюдение закона зависит от лиц принимающих и отправляющих закон в полной мере одинаково. Пора бы нам всем понять, что порочно делить мир на «Своих» и «Чужих», на «великих» и «невеликих», на «старших» и «младших». Ибо каждый народ независимо от его численности, занимаемой территории, уровня научных знаний и тем более независимо от военной мощи заслуживает самого глубокого уважения и права на равенство с любым народом мира.

Тогда, исходя из данных рассуждений, мы выводим формулу казахстанского патриотизма: «чувство общегосударственной сопричастности, гражданской ответственности и гражданского долга перед своей страной, толерантность, выражаемая пониманием и принятием культуры всех этносов Казахстана и мира». За годы развития казахстанский народ сохранил главное – внутривластическую стабильность. Именно стабильность взаимоотношений может стать отправной точкой к этапу осознанной взаимозависимости, который по своей природе не приемлет национализма. Главный принцип этого этапа: «Ребенок на дороге – и мой, и твой». И, на этом этапе неопределимую роль будут играть все социальные институты, исполняющие воспитательную функцию.

Важнейшим условием эффективности работы по патриотическому воспитанию является постоянный анализ ее состояния, объективная оценка достигнутых результатов и определение на этой основе новых возможностей и направлений их реализации в целях обеспечения перспектив развития этой деятельности. Активная разработка ее научно-методических основ призвана способствовать значительному повы-

шению уровня и качества работы по патриотическому воспитанию, сделать дееспособными все звенья этого процесса, завершенность которого определяется достигнутым результатом. В силу этого постоянная нацеленность на него в ходе выполнения самых различных задач при проведении тех или иных форм патриотического воспитания должна стать правилом, нормой, критерием этой деятельности всех ее субъектов, от которых во многом зависит настоящее и будущее Республики.

В заключение рассуждений о природе казахстанского патриотизма, как о явлении социальном, а не национальном, можно сформулировать следующие выводы. Во-первых, невозможно наличие и развитие патриота без Родины, а значит главная наша задача сохранить Родину. Во-вторых, невозможно наличие и развитие патриота без родной культуры, языка и традиций, а значит наша сверхзадача сохранять, развивать и приумножать родную культуру, язык и традиции. В-третьих, невозможно наличие и развитие патриота без атмосферы любви и взаимопонимания (не примирения, а именно понимания), а, значит, – наша важная задача создать и укреплять атмосферу любви и взаимопонимания. Для выполнения всех задач нужно совсем немного: услышать оппонентов, попытаться отразить в науке наши поиски по данному вопросу.

Источники

1. Государственная программа развития образования Республики Казахстан на 2011-2020 годы от 7 декабря 2010 года. №1118.
2. Кабульдинов З.Е. Патриотическое воспитание граждан на опыте молодежных организаций: учебно-методическое пособие. Астана, 2011.
3. Концепция воспитания в системе непрерывного образования Республики Казахстан от 16 ноября 2009 года. № 521.
4. Назарбаев. Н.А. Избранные речи. Т.5. Книга 1. 2006-2007 гг. Астана: «Сарыарка», 2010.
5. Назарбаев. Н.А. Избранные речи. Т.5. Книга 2. 2008-2009 гг. Астана: «Сарыарка», 2010.
6. Назарбаев Н. А. Казахстанский путь. Караганда, 2006.
7. Назарбаев Н.А. К обновленному Казахстану – через углубление реформ, общенациональное согласие. Алматы: «Казахстан», 1994.

Лукас Кучера,
управление экономики и менеджмента Института техно-
логии и бизнеса, Чешские Будеевицы.

Kučera, Lukáš, Ing.
The Department of Economics and Management
The Institute of Technology and Business in České
Budějovice.

Keywords:
Retail chain, loyalty, loyalty program, Czech Republic,
Russia, Poland, Germany

АНАЛИЗ ПРОГРАММ ПРИВЕРЖЕННОСТИ ТОРГОВОЙ МАРКЕ В РОЗНИЧНЫХ СЕТЯХ

LOYALTY PROGRAMS ANALYSIS IN SELECTED RETAIL CHAINS

Abstract

Loyalty programs are currently a widespread tool using by retailers to gain a loyal customer. The main aim of loyalty programs is to provide the customer an advantage for repeat purchases in particular retail units. The main aim of this article is to describe the loyalty programs importance and also to analyse and compare the loyalty programs of selected retail chains. Based on the analysis of the ten retailers with the largest turnover in the Czech Republic, Russia, Poland and Germany, it is clear that the most common type of loyalty programs are combined ones. These programs provide not only discounts (for members of loyalty club), but also other benefits. Very specific loyalty programs are offered in Germany, where a number of retail chains are grouped in one large partnership loyalty program.

Abstract

Программы приверженности торговой марке в настоящее время довольно широко распространены и используются розничными продавцами для привлечения лояльного клиента. Основная цель программ приверженности заключается в предоставлении клиенту преимуществ при повторных покупках. Основная цель данной статьи заключается в описании значимости программ приверженности, а также их анализа и сравнения. В ходе анализа программ приверженности десяти наиболее продвинутых розничных продавцов в Чехии, России, Польше и Германии, было выявлено, что наиболее распространённым их типом является комбинированный. Эти программы обеспечивают своим приверженцам не только скидки, но и некоторые другие преимущества. Специфические программы приверженности уже существуют в Германии, где сообразно им сообщества розничных продавцов объединяются в партнёрства.

Ключевые слова:

Розничная сеть, приверженность (торговой марке), программа приверженности (торговой марке), Чехия, Россия,

Introduction

Nowadays there is a high competition on the retail market. The subjects, operating on this market, have the main aim of achieving as high profit as possible. To be able to reach this aim it is important for retailers to have as many loyal customers as possible. One way how to obtain loyal customers is to create and implement an attractive loyalty program for customers. Many international retail chains nowadays use the loyalty program but the structure of them is different. The main aim of this article is to describe the loyalty programs importance and also to analyse and compare the loyalty programmes of selected retail chains.

Materials and methods

Loyalty program is a tool of creation and maintenance of long-termed relations with customers (Mulačová et al., 2013). Other definition is provided by Yi and Jeon (2003): Loyalty programmes are introduced to build customer loyalty thanks to the scheme of planned reward based on a customer's history of purchases. Mauri (2003) assert the loyalty programmes are nowadays a very important strategy how to increase revenue growth. Lamb et al (2011) claims the loyalty programmes are a reward for loyal customers for their multiple purchases. Omar et al. (2010) assert the loyalty programmes grant benefits to customer depending upon the volume of sales generated by them. These benefits are often consisted of monetary and non-monetary incentives (rebates, bonuses, some services etc.). Dowling and Uncles (1997) see the composition of the loyalty program as the combination of hard and soft benefits:

- **Hard benefits:** special discounts, coupons, rebates etc.,
- **Soft benefits:** special sales invitations, special conveniences etc. – these benefits are not generally monetary.

The main aim of loyalty program is establishing a higher level of profitable segments by providing more satisfaction and value to certain customers. Butscher (2002) assert that this main aim can be achieved only by fulfilling these partial aims:

- Improving product, brand or the whole company awareness,
- Retail store attendance increasing by special promotion actions or by others marketing communication tools,
- Purchases frequency increasing,
- Public relations activities supporting thanks to messages about the implementation of loyalty program,
- Distribution channels supporting.

Mulačová et al. (2013) distinguish these three basic kinds of loyalty programmes:

- A. Points loyalty program,
- B. Price loyalty program,
- C. Combined and partnership loyalty program.

Points loyalty program assign points to customer after their purchase. After collecting a certain number of points the customer can draw various kinds of benefits (special discounts, rebates, bonuses, coupons, vouchers etc.) (Mulačová et al., 2013).

Price loyalty program – the products are for customers available at special price. This kind of loyalty program is often based on having a special loyalty card and selected products are for cards' owners cheaper.

Combined and partnership loyalty program is also based on assign points for customers but the advantage is that customers have possibility to collect points by more companies (members of the program) (Mulačová et al., 2013).

In terms of providing services we distinguish frequency and club loyalty programmes. The concrete forms of these programmes are as follows:

- A. Gift loyalty program,
- B. Discount loyalty program,
- C. Rebate loyalty program,
- D. Combined loyalty program.

Gift loyalty program. According to Mulačová et al. (2013) it is not necessary to be registered within these programmes. Customers collect points (in forms of stamps, stickers, barcodes or lids) for their purchases and after collecting certain number of points they receive a gift or a sample. The customer can receive gifts also after purchasing some amount of products. This loyalty program is typical for brand spreading.

Discount loyalty program. These programmes are based on a club principle so customers are members of a programme and registered under their names. After registering customers collect points on their virtual account and after achieving certain number of points they have possibility to have lower prices on selected products, bonuses, advantaged offers etc. (Mulačová et al., 2013).

Rebate loyalty program. Mulačová et al. (2013) assert these programmes provide special discounts for customers when achieving some criteria, e.g. for purchase at specified value the other product is provided for free or when purchasing specified number of product the price of them is lower).

Combined loyalty program. Customer is registered in loyalty club program and collects points on his loyalty card. After collecting certain number of points the customer receives a gift or he can draw special discounts etc. This type of loyalty program is used by international retail chains (Mulačová et al., 2013).

Odehnalová (2011) states ten basic rules of successful loyalty program:

1. Clarity (quick orientation in the customer loyalty program rules).
2. Simplicity (loyalty program system should not be complicated; otherwise it threatens the loss of customers).
3. Transparency (the need of clear definition of what conditions must be fulfilled and what kinds of reward belong to customers after fulfilling the conditions).
4. Accessibility (before entering the loyalty program the customer has to know that rewards are achievable for him).
5. Motivation (customer has to have a

reason why enter the loyalty program; the loyalty program has to contain attractive benefits).

6. Creativity (nowadays for customers it is interesting to receive creative gift than only a discount card).

7. Logistic manageability (from a logistic point of view it is advantageous to offer discount or gift voucher because the sending of larger gifts mean increased logistics costs).

8. Interactivity (very effective and attractive way how to improve the loyalty program is to enable customer to participate on it).

9. Accurate conditions determination (proper setting of the general conditions of the loyalty program).

10. Tailoring the loyalty program to customers' needs (if the loyalty program is set incorrectly or if the benefits are incorrectly selected, the customer has no interest to enter the program).

The main aim of this article is to describe the loyalty programmes importance and also to analyse and compare the loyalty programmes of selected retail chains. To be able to achieve this aim the specialized books and other relevant sources especially from the internet have been used. In the application part of this paper the desk research have been used. The most used information source in this article is internet, especially the official websites of selected retail chains.

Results and discussion

In this article the loyalty programmes of selected retail chains from the Czech Republic, Poland and Germany have been analysed. From each country ten largest retail chains in terms of their turnover were chosen. The table below summarizes the selected retail chains.

Table 1: The view of selected retail chains

Czech Republic	Russia	Poland	Germany
Kaufland ČR v.o.s.	X5 Retail Group	Biedronka Polska	EDEKA Zentrale AG & Co KG
Tesco Stores ČR a.s.	Magnit	Tesco Polska Sp. z o.o.	REWE Group

AHOLD Czech Republic, a.s..	Auchan Russia	Carrefour Polska	Schwarz-Gruppe
MAKRO Cash & Carry ČR	METRO Cash & Carry Russia	Real, Sp. z o.o.	Aldi
Penny Market, s.r.o.	DIXY Group OJSC	Auchan Polska Sp. z o.o.	METRO GROUP
Globus ČR, k.s.	O'Key Group S.A.	Lidl Polska	Tengelmann Group
Lidl Česká republika v.o.s.	Lenta Russia	SCA PR Polska Sp. z o. o.	Amazon.de
BILLA, spol. s r. o.	Sedmoi Kontinent	E-Leclerc Polska Galec Sp. z o.o.	Lekkerland AG & Co. KG
Geco, a.s.	Globus Russia	POLOmarket Sp. z o.o.	OTTO Online-Shop
SPAR Česká obch. spol. s r. o.	REWE Group Russia	Kaufland Polska Markety Sp. z o.o.	DM-drogerie markt

Source: Author, Incoma GfK, RetailPoland, Retail-Index, USDA Foreign Agricultural Service

Situation in the Czech Republic

When evaluating the situation in the Czech Republic, it is necessary to say, that these retail chains has implemented loyalty programmes:

- Kaufland ČR v.o.s.;
- Tesco Stores ČR a.s.;
- MAKRO Cash & Carry ČR;
- Penny Market, s.r.o.;
- Globus ČR, k.s.;
- BILLA, spol. s r.o.;
- Gescio, a.s.

Kaufland ČR v.o.s.

This retail chain offer to its customers only time-limited loyalty program Fissler. This loyalty program is based on the points collecting for

purchases (for every 100 CZK customers get 3 loyalty points). When paying by VISA card customers get 2 extra points. After collecting certain number of points customers have possibility to draw a discount on products of Fissler Company. Product portfolio of this brand includes products for cooking (pots, pans etc.) (Kaufland Official Websites, 2014).

Tesco Stores ČR a.s.

Tesco Stores ČR a.s. offers customers the opportunity to participate in the Tesco Club Card program. After registering customers receive a loyalty card and they collect points for their purchases (for every 10 CZK 10 customers receive 1 point). After collecting 300 points customers will receive Clubcard vouchers and coupons. The number of points which customers currently have can be found out by the telephone, from the bill or it is sent by the post every three months (Tesco Stores Official Websites, 2014).

MAKRO Cash & Carry ČR

Wholesale chain Makro Cash & Carry offers its customers only short-termed loyalty programs focused on concrete products and also long-termed bonus program "golden card" and "silver card". The possibility to use this bonus program is based on the turnover amount. Advantages of the bonus program including:

- Extended opening hours;
- Special entrance to the shop;
- Reserved cash desks;
- Variety of discounts (Makro Cash & Carry Official Websites, 2014).

Penny Market, s.r.o.

The essence of loyalty program that offers Penny Market, s.r.o. is customer cards issuing. Customers do not collect points but after receiving a loyalty cards the customers automatically become members of loyalty club and they can draw special discounts on selected product. To get a loyalty card it is necessary to fill the form at retail store (Penny Market Official Websites, 2014).

Globus ČR, k.s.

The Globus retail chain offers its customers an opportunity to participate in the Globus Bonus loyalty program. The essence of this

loyalty program is issuing a loyalty card to which bonuses are credited (after purchasing bonus products). The card with bonuses may be used for paying next purchases. The values of all purchases are loaded on the loyalty card and three groups of customers are distinguished according to this value. The benefits which can be drawn are as follows:

- Discount coupons, for variety of products;
- Discount on the whole purchase;
- Discount on the wine products from the internet wine shop (Globus Official Websites, 2014).

BILLA, spol. s r. o.

BILLA, spol. s r.o. offers its customers the opportunity to participate in BILLA Bonus Club. The customers receive a loyalty card on which the points for purchases are added (50 CZK means 1 point and each additional 10 CZK means 1 extra point). After collecting certain number of points a variety of discounts and special promotional actions are provided (Billa Official Websites, 2014).

Geco, a.s.

Geco, a.s. offers for its customers a loyalty program called "Return for bonus". This loyalty program is prepared for customers older than 18 years and its aim is to reward customers for their regular purchases, in the form of special discounts on selected products. Discounts cannot be drawn on tobacco products. The card has to be used at least once every three months otherwise all collected points are lost. The game "Treasure of captain Geco" is also a part of this loyalty program. If customer spends more than 250 CZK during one purchase, he can become a member of this game (Geco Official Websites, 2014).

Situation in Russia

Based on the analysis of the situation with loyalty programmes in Russia, it is necessary to say, that these retail chains use them:

- X5 Retail Group,
- Magnit,
- Auchan Russia,
- Metro Cash&Carry,
- Dorinda Holding (O'KEY),
- Sedmoi Kontinent.

X5 Retail Group

X5 Retail Group operates in Russia with Karusel hypermarkets but also with other retail stores formats. Karusel hypermarkets offer its customers loyalty program called "IKRA". The basis of this program is loyalty card buying and then customer has possibility to draw various discounts. At the same time the points for purchases are loaded on the customer's account (10 RUB = 1 point). Collected points may be exchanged for scratch tickets, discounts, promotional stickers or other benefits (X5 Retail Group Official Websites, 2014).

Magnit

Retail chain Magnit does not offer any official loyalty program - only short-termed customers actions such as ongoing action on kitchen equipment THOMAS. For every purchase of selected products the customer receives stickers to stick them on a special card. After collecting enough points, customers receive discounts on selected products (Magnit Official Websites, 2014).

Auchan Russia

Retail chain Auchan Russia offer special credit card Auchan VISA Classic. If customer pays with this card, he can receive a 1% discount for the whole purchase. The other advantages of this card are:

- Grace period up to 50 days,
 - Service centre and internet banking 24 hours a day,
 - SMS services for 4 months free,
 - Statement in paper and electronic form
- (Auchan Official Websites, 2014).

Metro Cash&Carry

Metro Cash&Carry Russia has the same loyalty program as in the Czech Republic (Metro Cash&Carry Official Websites, 2014).

O'Key Group S.A.

In the loyalty program of O'key Group S.A. the customer has to buy the loyalty card for 55 RUB. After having this card the customer become a member of a loyalty club and he can draw special discounts for selected product and he has possibility to participate in various competitions and other special actions. Products, on which the

discount may be drawn, are changed every 14 days (O'Key Group S.A. Official Websites, 2014)

Sedmoi Kontinent

Sedmoi Kontinent retail chain has implemented a loyalty program called "Discount guide". For every purchase the customers receive points and after collecting enough points it is possible to draw special discounts or other special offers on selected products. Points are received for every 10 RUB spent. If customers buy products marked with special price tag they receive more points. For every purchase over RUB 10,000 the customers also receive extra points. Collected points may be used for payments up to 100 % of the purchase value. (Sedmoi Kontinent Official Websites, 2014).

Situation in Poland

When evaluating the situation in Poland, it is necessary to say, that these retail chains have implemented loyalty programmes:

- Tesco Polska Sp z o.o.;
- Carrefour Polska;
- Real,- Sp. z o.o.;
- Auchan Polska Sp. z o.o.;
- E-Leclerc Polska Galec Sp. z o.o.

Tesco Polska Sp. z o.o.

Tesco Polska offer for its customers the same loyalty program as in the Czech Republic (Tesco Club Card) (Tesco Official Websites, 2014)

Carrefour Polska

Carrefour Polska offers a loyalty program called Rodzinka. The principle of this loyalty program is points collecting on special cards (10 PLN means 1 point). The points can be collected in all Carrefour hypermarkets and supermarkets. The members of this loyalty program can buy selected products for special price. After collecting 600 points a customer receives special 10 PLN discount coupon (Carrefour Official Websites, 2014).

Real,- Sp. z o.o.

Real,- Sp. z o.o. is a member of the largest loyalty system in Poland called Payback. This loyalty program is used not only in Poland but also in other European countries (Real Official Websites, 2014).

Auchan Polska Sp. z o.o.

Auchan hypermarket offers its customers a loyalty program "Money Box". Every time when customer buys a product marked with Piggy bank, he receives "dollars". These received dollars are loaded on the customer's personal account. Loyalty program is connected with VISA or MasterCard using. Based on the number of "dollars" the discount is provided (Auchan Polska Official Websites, 2014).

E-Leclerc Polska Galec Sp. z o.o.

E-Leclerc Polska Galec Sp. z o.o. does not offer the official loyalty program. Only selected retail stores offer short-termed loyalty cards – customers collect points and after collecting enough points they can draw discount on selected products (E-Leclerc Official Websites, 2014).

Situation in Germany

When evaluating the situation in Germany, it is necessary to say, that ten biggest German retail chains do not offer any own loyalty program, but most of them are members of the well-known loyalty system called Payback. This

loyalty system is used in Germany, Italy, Poland, India a Mexico. In this loyalty system customers can collect points for their purchases but the difference is that customers have possibility to collect points by more retailers (e.g. DM Drogerie Markt, REWE Group, Real-, Galeria Kaufhof etc.). Collected points may be used for purchasing products at a special price or they can be devoted on charitable purposes.

According to the information mentioned above the loyalty programmes are very important component of the retail chains strategies. When comparing the situation in the Czech Republic, Poland and Germany it must be said that in the Czech Republic almost all of the biggest retail chains offer loyalty programmes for their customers. The table mentioned below summarizes the situation in analysed countries.

The graph below summarizes the loyalty programmes types of selected retail chains. From the graph it is clear that discount loyalty programs are most spread loyalty programs types following by combined loyalty programs. Other types of loyalty programmes by analysed

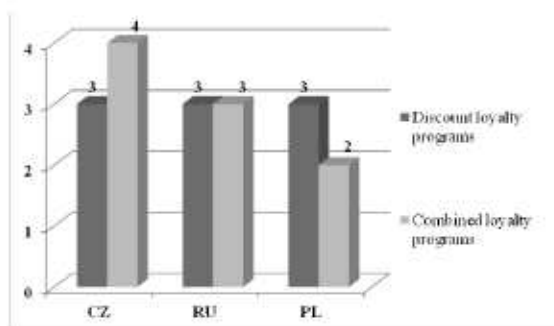
Table 2: Loyalty programmes summary in selected countries

Czech Republic	Russia	Poland	Germany
Kaufland ČR v.o.s. √	X5 Retail Group √	Biedronka Polska x	EDEKA Zen. AG & Co KG x
Tesco Stores ČR a.s. √	Magnit x	Tesco Polska Sp. z o.o. √	REWE Group x
AHOLD Czech. Rep., a.s.. x	Auchan Russia √	Carrefour Polska √	Schwarz-Gruppe x
MAKRO Cash & Carry ČR √	METRO Cash & Carry √	Real- Sp. z o.o. √	Aldi x
Penny Market, s.r.o. √	DIXY Group OJSC x	Auchan Polska Sp. z o.o. √	METRO GROUP x
Globus ČR, k.s. √	O'Key Group S.A. √	Lidl Polska x	Tengelmann Group x
Lidl Česká republika v.o.s. x	Lenta Russia x	SCA PR Polska Sp. z o. o. x	Amazon.de x
BILLA, spol. s r. o. √	Sedmoi Kontinent √	E-Leclerc Polska Galec Sp. z o.o. √	Lekkerland AG & Co. KG x
Geco, a.s. √	Globus Russia x	POLOmarket Sp. z o.o. x	OTTO Online-Shop x
SPAR Česká obch. spol. s r. o. x	REWE Group Russia x	Kaufland Polska Mark. Sp. z o.o. x	DM-drogerie markt x

Source: Author

retail chains do not appear. The largest loyalty program, spread in Germany, is also combined type of loyalty program

Graph 1: Summary of loyalty programs types



Source: Author

Conclusion

Based on the analysis of the ten retailers with the largest turnover in the Czech Republic, Russia, Poland and Germany, it is clear that the most common type of loyalty programs are combined loyalty programs. These programs provide not only discounts (for the members of loyalty club), but also other benefits. Very specific loyalty programs are offered in Germany, where a number of retail chains are grouped in one large partnership loyalty program. The analysis also shows the loyalty programs are most spread in the Czech Republic (in comparing with Russia, Poland and Germany). The customers are most often rewarded for their loyalty with discounts or other discount actions.

Literature

1. AHOLD CZ. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.albert.cz>
2. ALDI. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.aldi.de>
3. AMAZON.DE. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.amazon.de>
4. AUCHAN. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.auchan.ru>, <http://auchan.pl>
5. BIEDRONKA POLSKA. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.biedronka.pl>
6. BILLA. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.billa.cz>
7. BUTSCHER, S. 2002. Customer loyalty programmes and clubs. 2nd ed. Burlington, VT: Gower, 206 p. ISBN 05-660-8451-1.
8. CARREFOUR. Official Websites [online]. 2014 [cit.

- 2014-09-30]. Available from: <http://www.carrefour.pl>
9. DIXY GROUP OSJC. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.dixy.com>
10. DM DROGERIE MARKT. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.dm.de>
11. DOWLING, G. and M. UNCLES (1997). „Do Customers Loyalty Programs Really Work?” Sloan Management Review vol. 38, No. 4, pp. 71-82.
12. EDEKA. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.edeka.de>
13. E-LECLERC POLSKA. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.e-leclerc.pl>
14. GECO. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.geco.cz>
15. GLOBUS. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.globus.cz>, <http://www.globus.ru>
16. INCOMA GfK. Incoma GfK [online]. 2014 [cit. 2014-09-29]. Available from: <http://www.incoma.cz>
17. INTERSPAR. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.interspar.cz>
18. KAUFAND. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.kaufand.cz>, <http://www.kaufand.pl>, <http://www.kaufand.de>
19. LAMB, Ch. et al. (2011) Marketing. 11th ed. Mason, Ohio: South-Western Cengage Learning, 777 p. ISBN 978-143-9039-427.
20. LEKKERLAND. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.alekkerland.com>
21. LENTA. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.lenta.ru>
22. LIDL. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.lidl.cz>, <http://www.lidl.pl>, <http://lidl.de>
23. MAGNIT. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.magnit-info.ru>
24. MAKRO CASH&CARRY ČR. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.makro.cz>
25. MAURI, C. (2003). „Card loyalty: a new emerging issue in grocery retailing”, Journal of Retailing and Consumer Services, Vol. 10 No. 1, pp. 13-25.
26. METRO CASH&CARRY. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.mccrussia.com>
27. METRO GROUP. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.metrogroup.de>
28. MULAČOVÁ, V., MULAČ, P. et al. (2013). „Obchodní podnikání v 21. století”. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2013. 520 s. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-4780-4.
29. ODEHNALOVÁ, Dana. Kouzlo věrnostního programu aneb 10 rad, jak si udržet zákazníka [online]. 2011. [cit. 2014-02-02]. Dostupné z: <http://cfoworld.cz/ostatni/kouzlo-vernostniho-programu-aneb-10-rad-jak-si-udrzet-zakaznika-990>
30. O'KEY GROUP S.A. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.okmarket.ru>
31. OMAR, N. E. et al. (2010) Program benefits, satisfaction and loyalty in retail loyalty program: exploring the roles of program trust and program commitment. In: The IUP Journal of Marketing Management 4(9): 6-28.
32. OTTO. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.otto.de>
33. PENNY MARKET. Official Websites [online]. 2014

-
- [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.penny.cz>
34. POLOMARKET. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.polomarket.pl>
35. REAL. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.real.pl>
36. RETAIL INDEX. Retail index [online]. 2014 [cit. 2014-09-24]. Available from: <http://retailindex.com>
37. RETAIL POLAND. Retail market and FMCG sector in Poland [online]. 2014 [cit. 2014-09-29]. Available from: <http://www.retailpoland.com>
38. REWE GROUP. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.rewe-group.com/en>
39. SEDMOI KONTINENT. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.7cont.ru>
40. SCA PR POLSKA. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.intermache.pl>
41. TENGELMANN. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.tengelmann.com>
42. TESCO STORES. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.itesco.cz>, <http://www.tesco.pl>
43. X5 RETAIL GROUP. Official Websites [online]. 2014 [cit. 2014-09-30]. Available from: <http://www.x5.ru>
44. YI, Y. and H. JEON. (2003). „Effects of Loyalty Programs on Value Perception, Program Loyalty and Brand Loyalty. Journal of the Academy of Marketing Science“, 31 (3), 229-240.
45. USDA FOREIGN AGRICULTURAL SERVICE. Gain report [online]. 2013 [cit. 2014-10-01]. Available from: http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Retail%20Foods_Moscow%20ATO_Russian%20Federation_9-3-2013.pdf

Author
Kučera, Lukáš, Ing.
The Department of Tourism and Marketing
The Institute of Technology and Business in České
Budějovice
Okružní 517/10
370 01 České Budějovice
kucera@mail.vstecb.cz

Манчурак М.В.,

соискатель Российской академии предпринимательства.

Manchurak M.V.,

The applicant of the Russian Academy of entrepreneurship.

РОЛЬ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ В РАЗВИТИИ БАНКОВСКОЙ РОЗНИЦЫ

THE ROLE OF INSURANCE PRODUCTS IN THE DEVELOPMENT OF RETAIL BANKING

Аннотация

В статье рассматриваются различные подходы развития банковских розничных услуг на основе продвижения страховых продуктов, специально сформированных для этих целей.

Abstract

The article discusses various approaches development of retail banking services through promotion of insurance products, specially created for this purpose.

Ключевые слова:

Страхование, банкострахование, совместный банковско-страховой продукт.

Keywords:

Insurance, bancassurance, bancassurance product.

В мировой и российской практике банковской деятельности принято выделять два сектора (по типу обслуживаемых клиентов): коммерческий и розничный. Основной причиной данного деления являются различные подходы к организации обслуживания физических и юридических лиц. Розничный банковский бизнес представляет собой предложение клиентам стандартизированных продуктов через банковские офисы (а в ряде случаев, через Интернет-порталы банков): депозиты, потребительские кредиты, ипотечные кредиты, расчетные операции, пенсионные счета, пластиковые карточки и т.д.

Анализируя международный опыт развития банковской розницы, становится понятным, что данный сегмент банковской деятельности постоянно находится в процессе изменений. Одним из таких изменений, получившим активное развитие в течение последних двадцати лет, стала продажа страховых продуктов через банковские окна (bancassurance).

Позиция некоторых крупных европейских банков такова, что эти банки в течение ряда последних лет сворачивают операции на розничном рынке, делая ставку на более прибыльные виды деятельности: инвестиционную деятельность, управление активами, обслуживание богатых индивидуальных клиентов (private banking). Однако необходимо отметить, что данные процессы связаны не с тем, что операции по обслуживанию физических лиц стали менее прибыльными, а с изменением стратегии развития некоторых европейских банков.

Немецкие эксперты провели анализ прибыли на акционерный капитал банков. При этом выяснилось, что данный показатель для банковской розницы составляет 20%, против, например:

- 41% для private banking;
- 30% для управления активами;
- 29,5% для инвестиционной деятельности.

Учитывая тот факт, что на европейском рынке показатель прибыльности банковской розницы – величина, мало подверженная колебаниям, многие банкиры считают, что ждать существенного роста дохода от данного вида деятельности не приходится. Однако существуют примеры банков, которые способны в этом

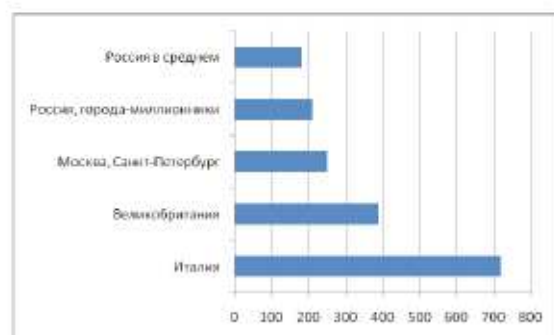
секторе получать в течение ряда лет более высокую прибыльность – 30% прибыли на капитал. Необходимо учитывать, что данный показатель превышает прибыль некоторых банков от инвестиционной деятельности.

Среди основных факторов, способствующих успешному развитию банковской розницы, можно выделить: профессионализм руководства, формирующего стратегию развития розничного бизнеса банка с учетом повышения эффективности операций; контроль за уровнем расходов на ведение операций; оценка кредитоспособности заемщиков и степени риска; наличие развитой филиальной сети; наличие широкого спектра дополнительных финансовых услуг и продуктов (в том числе, страховых продуктов).

Необходимо отметить и еще ряд факторов, таких, например, как учет территориального фактора нахождения клиента, эффективность регионального охвата, уровень используемых информационных технологий.

Согласно исследованию McKinsey & Company, российские банки имеют гораздо менее развитую сеть, чем европейские банки (рис. 1).

Рисунок 1. Количество банковских отделений на 1 млн. жителей



Источник: Банк России, McKinsey & Co

Суммируя все вышесказанное, можно сделать вывод о том, что успешность банковского проекта в области оказания услуг физическим лицам зависит от организационных способностей руководства банка, кредитной политики банка, формирования маркетинговой стратегии и каналов сбыта банковских и страховых продуктов, уровня информационных технологий.

Естественно, при такой постановке вопроса в секторе розничного банковского бизнеса крупные банки обладают существенным преимуществом перед небольшими банками, поскольку не только имеют надежную кредитную политику, но и могут обеспечить клиенту более высокий уровень обслуживания. Тем не менее, по мнению экспертов, для достижения стабильно высокого результата в банковской рознице банку необходим длительный период времени, иногда это 10-20 лет.

Под розничными операциями банков, в первую очередь, понимается обслуживание физических лиц. Однако в широком смысле это не совсем так. Например, любая организация имеет штат сотрудников, являющихся физическими лицами, да и многие предприятия проводят финансовые операции с контрагентами – физическими лицами. Данные факторы привели к тому, что существует общепринятая в экономической литературе классификация розничных операций банков, основанная на технологическом подходе:

1. Операции по обслуживанию частных клиентов – физических лиц, не имеющих отношение к обслуживанию банка какой-либо организации. Примером данных операций являются валютно-обменные операции, или, например, открытие клиентом депозитного вклада в банке, находящемся наиболее близко к его дому. То есть в данных случаях клиент – физическое лицо выбирает банк, исходя из территориального признака расположения банковского офиса, либо под воздействием безадресной рекламы.

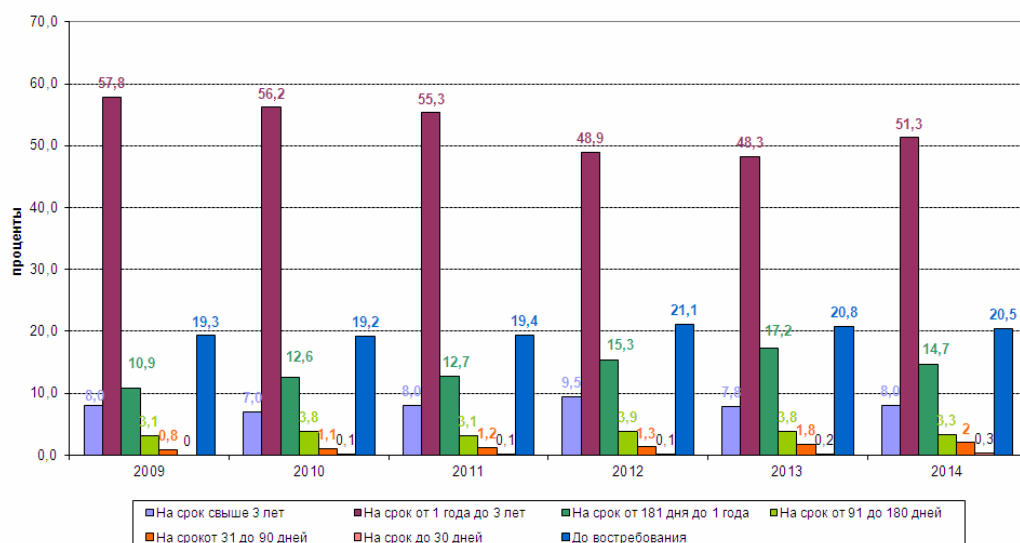
2. Корпоративно-розничные операции. Данный вид банковских операций предполагает организацию финансового взаимодействия между физическим лицом и организацией, являющейся клиентом банка. Примером подобных операций служат оплата коммунальных платежей, оплата физическим лицом приобретаемой квартиры-новостройки в пользу компании-застройщика и т.д.

3. Условно-розничные операции. Данный вид банковских операций можно условно разделить на:

- операции, которые по технологии их осуществления идентичны операциям с физическими лицами, но при этом могут осуществляться не только физическими лицами, но и

Рисунок 2. Структура вкладов (депозитов) физических лиц в рублях по срокам привлечения (на начало года)

Структура вкладов (депозитов) физических лиц в рублях по срокам привлечения
на начало года



По данным Федеральной службы государственной статистики

юридическими лицами в процессе их предпринимательской деятельности;

- операции, которые относятся исключительно к деятельности юридических лиц, но с технологической точки зрения они близки к розничным продуктам банка. Например, в банках существует подразделение по выпуску и обслуживанию пластиковых карт, данное подразделение занимается обслуживанием как корпоративных банковских карт (имеются в виду зарплатные проекты), так и карт, выпущенных непосредственно для физических лиц.

4. Частное обслуживание богатых клиентов (private banking). Существует различие между пониманием данного термина в международной и российской практике. За рубежом под private banking понимается доверительное управление денежными средствами, ценными бумагами и прочими активами клиента (например, недвижимостью). Так же в private banking входят консультационные услуги. Однако на российском рынке в таком виде private banking существует только в нескольких крупных банках, в основном российские банки под термином «private banking» понимают организацию предоставления услуг с максимальным удобством для клиента по тарифам, отличающимся от стандартных. При этом основным критерием

перевода клиента в разряд VIP является сумма денежных средств, которой клиент оперирует (для российских банков это сумма от 100 000 долларов).

Банковская услуга, как и любая другая услуга, призвана удовлетворить те потребности клиента, за которые клиент готов платить. Инициатива банков связана с созданием большого количества продуктов как инструмента повышения конкурентоспособности на рынке розничных банковских услуг. По сути, это одни из инструментов борьбы за клиента. Реально все новые банковские продукты в сфере розничного обслуживания клиентов сводятся к различным модификациям исторически сложившихся банковских продуктов с учетом возможностей современных информационных технологий. Определенной долей новшества обладают предлагаемые банками страховые продукты и инвестиционные (например, продукты ПИФов).

Выделим основные банковские услуги, предоставляемые банками, и востребованные клиентами – физическими лицами.

1. Накопительные счета и депозиты – это услуги по сбережению и накоплению денежных средств физических лиц в различных валютах (рубль, доллар, евро). Накопительные

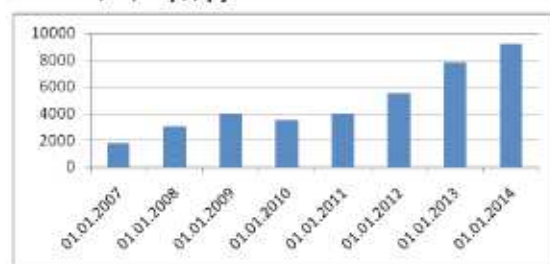
Рисунок 3. Структура вкладов (депозитов) физических лиц в иностранной валюте по срокам привлечения (на начало года)



По данным Федеральной службы государственной статистики

счета от депозитов отличаются тем, что депозит размещается на определенный срок, раньше окончания которого клиент не может забрать свои деньги из банка без потери процентов. В случае с накопительными счетами клиент имеет возможность не только периодически пополнять счет, но и снять деньги без потери начисленных процентов. Банки, осуществляющие операции с физическими лицами на территории РФ, предоставляют широчайший спектр продуктов по накопительным счетам и депозитам (рис.2., рис. 3). Процентные ставки зависят от срока накопления, от суммы и от других составляющих конкретного банковского продукта.

Рисунок 4. Портфель кредитов физическим лицам, млрд. руб.



По данным рейтингового агентства «Эксперт РА»

2. Кредитные программы. Весь спектр кредитных программ можно разделить на программы потребительского кредитования (включая программы автокредитования и целевые кредиты физическим лицам) и программы ипотечного кредитования.

Данные по кредитам, выданным физическим лицам, представлены на рис. 4.

3. Расчеты и кассовые операции. Данные операции включают в себя все виды расчетов для физических лиц (оплата коммунальных услуг, штрафов, сборов и т.д.), как с открытием, так и без открытия счета.

4. Валютный обмен – услуги физическим лицам по операциям обмена валюты.

5. Хранение ценностей – предоставление в аренду сейфов, ответственное хранение ценностей и всевозможные сопутствующие услуги.

6. Банковские карты (кредитовые и дебетовые).

7. Интернет-банкинг и мобильный банкинг.

Среди представленных операций банков на розничном рынке есть и такие услуги, история которых более 100 лет (например, депозитные услуги), а есть и банковские продукты,

Таблица. 1.

Динамика страховых премий, собранных через банковский канал, по различным видам страхования в 1 полугодии 2011-2013 гг.

Вид страхования	Премия в 1 полугодии 2012 г., млрд. руб.	Премия в 1 полугодии 2011 г., млрд. руб.	Прирост 2012/2011, %	Прирост 2013/2012, %
Страхование от несчастных случаев и болезней	16,3	20,9	+28,2	+58
Страхование жизни	14,5	24,6	+69,6	+101
КАСКО	7,4	7,0	-5,5	-16
Страхование имущества физических лиц	1,6	2,6	+62,5	-20
ОСАГО	0,6	0,4	-33,0	-70
Прочие	4,8	6,6	+37,5	+100

Источник: Страховой маркетинг (<http://insmarketing.ru/>), СБРФР

которые активно начали развиваться в течение нескольких последних лет. Например, Интернет-банкинг и мобильный банкинг.

К страховым продуктам, которые банки предлагают своим клиентам с целью расширения спектра предоставляемых услуг, относятся:

- классические страховые продукты по страхованию жизни;
- продукты unit-linked life insurance (страхование жизни с инвестиционной составляющей);
- страхование от несчастных случаев и болезней;
- стандартизированные страховые продукты (страхование имущества, ОСАГО);
- страхование авто КАСКО;
- программы страхования выезжающих за рубеж.

За последние 3 года bancassurance как канал продаж страховых продуктов показывает стабильный рост на российском рынке (Табл. 1).

В 2012 г. страховые премии, собранные через банковский канал, составили 106,2 млрд. руб. против 102,7 млрд. руб. в 2011 г. (рост на 3 %). Годом ранее прирост премий в целом по каналу составил 30%.

Включая в линейку своих продуктов страховые продукты, банк получает не только конкурентное преимущество на рынке финансовых услуг в борьбе за клиента, но и дополнительный комиссионный доход от продажи страховых полисов, что в последние годы

составляет достаточно внушительную сумму.

В частности, в 1 полугодии 2013 г. банки получили 29,8 млрд. руб. в качестве комиссионного вознаграждения от страховых компаний, что по сравнению с данным показателем для 2012 г. (16 млрд. руб.) дает рост на 86%.

Таким образом, успешному развитию банковской розницы будут способствовать следующие факторы: расширение возможностей для клиента по приобретению банковских и страховых услуг через Интернет с сайта банка; возможность для клиента воспользоваться банковской услугой в любой точке мира; возможность приобретения любого предлагаемого банком продукта (банковского, инвестиционного, страхового) в любом офисе банка; социализация отношений с клиентом, взаимодействие с банком и с банковским менеджером должно вызывать у клиента положительные эмоции; предоставление клиенту возможностей по конструированию продукта (банковского и/или страхового) в зависимости от пожеланий и материальных возможностей клиента. В данном контексте наибольшей вариативностью располагают продукты unit-linked life insurance.

Учет всех вышеперечисленных факторов даст банку серьезное конкурентное преимущество на рынке розничных банковских услуг и позволит существенно улучшить показатель прибыли на акционерный капитал банков (от-

части и за счет комиссионного вознаграждения, получаемого от страховых компаний).

Источники

1. Бесфамильная Л.В., Цыганов А.А. Управление качеством и стандартизация в страховом деле: учеб. пособие для студентов специальности «Менеджмент в соц. Сфере». М.: Государственный университет управления, 2003.
2. Григорьева Е.М., Тарасова Ю.А. Финансовые предпринимательские структуры: трансформация под влиянием рыночной конъюнктуры: монография. СПб.: ИД «Петрополис», 2010.
3. Романова А.А. SWOT-анализ как инструмент структурирования информации при разработке нового страхового продукта по авто-КАСКО // Экономика и политика. 2014. №1.
4. Грызенкова Ю.В., Цыганов А.А., Ямпольский Д.А. Кросс-продажи страховых продуктов для банковских заемщиков // Финансы и кредит. 2006. №23.
5. Цыганов А.А., Гришин П.А. Институциональные основы возникновения фирм банкострахования // Страховое дело. 2007. №8.
6. Цыганов А.А. Экономическое содержание понятий, характеризующих страховой рынок и его структуру // Финансы и кредит. 2008. №12 (300).

Михайлов А.М.

д.э.н., профессор

Самарского государственного экономического университета;

Громадская О.С.

ст. преподаватель Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова.

Mikhailov A.M.,

D.Sc., professor of Samara State University of Economics;

Gromadskaya O.S.

assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical University.

СОДЕРЖАНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ИНТЕРЕСОВ СУБЪЕКТОВ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

THE CONTENT OF THE INSTITUTIONAL INTERESTS OF SUBJECTS OF THE BANKING ACTIVITY

Аннотация:

В статье рассматривается понятие институциональный интерес. Раскрывается содержание институциональных интересов субъектов банковской деятельности на современном этапе развития отечественной банковской системы. Делается вывод о том, что разрешение противоречий частных институциональных интересов связано с совершенствованием банковского законодательства.

Abstract

The article discusses the concept of "institutional interest" and discloses the contents of the institutional interests of subjects of banking activity at the present stage of development of the domestic banking system. It is concluded that the resolution of the contradictions of private institutional interests is associated with the improvement of the banking legislation.

Ключевые слова:

Институциональные интересы, транзакционные издержки, субъекты банковской деятельности, банковское законодательство, общий институциональный интерес.

Keywords:

Institutional interests, transaction costs, the subjects of banking activity, banking legislation, the general institutional interest.

Понятие «институциональные интересы» достаточно новое в экономической теории, но на практике они проявляли себя на всем периоде развития человечества. Институциональные интересы выступают движущей силой экономических, социальных и политических процессов. Как научное понятие институциональный интерес основывается на объединении теоретических воззрений институционализма с политэкономией и неоклассической теорией. Попробуем разобраться с определением понятия институциональный интерес применительно к субъектам банковской деятельности.

Наиболее общее определение дает Михайлов А.М.: «Институциональный интерес это направленность действий субъектов хозяйственных отношений на формирование институтов, назначением которых является создание экономической среды и условий для реализации экономических интересов этих субъектов путем наложения на их действия определенных рамок (институтов), позволяющих регламентировать не столько поведение агента, сколько набор альтернатив, из которых он делает свой индивидуальный выбор» [1, с.34].

Таким образом, деятельность субъектов институционального интереса ориентирована на извлечении выгод из использования существующих правил, а также поиска и формирования набора новых правил. Институциональные интересы направлены на формирование порядка, правил, способствующих реализации экономических интересов. В рыночных условиях экономические интересы реализуются через доходы. Ведущим экономическим интересом банка является рост прибыли, достигаемый прежде всего за счет оптимизации расходов (издержек).

Банковский бизнес относится к транзакционному сектору экономики, следовательно, в деятельности любого банка транзакционные издержки носят базовый характер. В российской экономической литературе принято делить транзакционные издержки на пять типов:

1. Издержки поиска информации. Обладание своевременной и достоверной информацией является важным фактором принятия текущих и стратегических решений. Финансовое посредничество требует постоянного обмена информацией о текущем финансовом положе-

нии клиентов, об изменениях в законодательстве, о конъюнктуре рынка банковских услуг, о тенденциях развития финансово-экономических отношений в стране и в мире.

2. Издержки ведения переговоров составляют затраты времени банковских служащих на проведение переговоров со своими клиентами и партнерами а также представительские расходы. С целью минимизировать издержки ведения переговоров по стандартным, массовым банковским операциям (прием платежей, операции по вкладам и счетам), банки осуществляют автоматизацию банковского обслуживания (применение банкоматов, дистанционного обслуживания через Интернет и др.). Также следует отметить, что издержки ведения переговоров тем меньше, чем выше уровень финансовых знаний и информированности пользователей банковских услуг.

3. Издержки измерения в банках связаны с проведением экономических расчетов, связанных с определением финансового состояния как самого банка, так и их клиентов, например, включают анализ кредитоспособности заемщика, определение соответствия заявленных сведений реальным.

4. Издержки спецификации и защиты прав собственности Банк несет издержки, связанные с обеспечением информационной безопасности, охрану своих офисов и имущества, значительную долю этого вида издержек составляют судебные издержки и расходы по арбитражным делам, связанные с деятельностью банка.

5. Издержки оппортунистического поведения. Банковская деятельность создает условия для оппортунистического поведения сотрудников и акционеров банка. Возможность распоряжаться чужими денежными средствами по собственному усмотрению приводит к коррупции в банковском секторе и финансовым преступлениям, убытки терпят не только клиенты банка, другие сотрудники, но и по цепочке другие банки (падает доверие к кредитным организациям, уходят клиенты), общество (сокращаются рабочие места, доходы населения), государство (сокращаются налоговые поступления, изменяются макроэкономические показатели, не реализуются планы государственных программ и др.).

«В настоящее время большинство иссле-

дований трактует транзакционные издержки как расходы, которые необходимо экономить. Тем не менее, следует отметить, что транзакционные издержки кредитных организаций возникают, прежде всего при совершении банковских операций. Банковские операции в свою очередь являются источниками доходов кредитных организаций. Следовательно, по своей экономической сути издержки транзакций взаимосвязаны с доходами и прибылью банков» [2, с.153]. Таким образом, различные виды транзакционных издержек по-разному влияют на доходы банка, а, следовательно, для эффективной реализации институциональных интересов банка, транзакционные издержки необходимо оптимизировать, то есть одни из них увеличивать, а другие сокращать. Например, рост транзакционных издержек связанных с увеличением клиентской базы и объемов оказываемых услуг позитивно сказывается на увеличении прибыли банка: издержки на услуги связи, телекоммуникации и IT представительские расходы и расходы на рекламу. Рост транзакционных издержек являющихся следствием увеличения кредитных рисков и связанных с оппортунистическим поведением, издержками спецификации и защиты прав собственности, а также издержки измерения негативно сказываются на доходах банка, такие издержки необходимо минимизировать.

Исходя из вышесказанного, под институциональными интересами субъектов банковского сектора экономики будем понимать направленность их деятельности на принятие и (или) изменение существующей институциональной среды с целью оптимизации транзакционных издержек.

Многочисленность субъектов банковской деятельности обуславливает противоречивое взаимодействие частных институциональных интересов. Гармонизация разнонаправленных частных институциональных интересов достигается в результате формирования и реализации общих институциональных интересов относительно банковской деятельности. Ведущую роль в данном процессе играет государство. В данном случае роль государства заключается в защите интересов клиентов кредитных организаций, обеспечении правопорядка в банковской системе, в поддержании конкуренции и недопущении монополизации

банковской деятельности, в содействии повышению эффективности банковской системы.

Исследование содержания институциональных интересов участников банковской деятельности не позволяет провести четких границ между ними и выявляет не столько

противоречия, сколько их единство, что доказывает существование общих институциональных интересов, реализация которых в первую очередь связана с законодательной деятельностью государства (табл. 1).

Следовательно, реализация институци-

Таблица 1

Содержание институциональных интересов участников банковской деятельности в РФ

Институциональные интересы коммерческих банков
• Укрепление доверия к отечественному банковскому сектору со стороны инвесторов и вкладчиков, в первую очередь населения; • Упрощение процедуры слияния и поглощения кредитных организаций; • Развитие системы бюро кредитных историй; • Развитие сотрудничества российских кредитных организаций с зарубежными банками и международными финансовыми организациями; • Введение дифференцированного подхода к достаточности капитала федеральных и региональных банков; • Введение для банков нулевой ставки по налогу на прибыль, направляемую на капитализацию; • Введение безотзывных вкладов физических лиц; • Долгосрочное рыночное кредитование банков государством; • Совершенствование системы рефинансирования банков; • Создание правовой основы для организации в стране системы учета залога движимого имущества; • Совершенствование правового обеспечения банковской деятельности, в первую очередь ссудных операций банков; • Укрепление ресурсной и капитальной базы отечественных кредитных организаций за счет более полного вовлечения в банковский оборот имеющихся в стране финансовых источников; • Формирование эффективных внесудебных механизмов урегулирования проблемных долгов; • Развитие системы региональных гарантийных фондов для малого бизнеса; • Активное участие ассоциаций кредитных организаций в законотворческом процессе; • Создание институциональных условий для эффективного функционирования рынка ценных бумаг, а также для внедрения и развития в банковском секторе инновационных направлений; • Защита от недобросовестной конкуренции на рынке банковских услуг.
Институциональные интересы клиентов коммерческих банков
• Обеспечение развития системы страхования вкладов; • Введение страховой защиты на денежные средства предприятий малого и среднего бизнеса; • Увеличение суммы страхового возмещения по вкладам физических лиц; • Развитие института государственных гарантий кредитования малого и среднего бизнеса; • Расширение масштабов кредитования предприятий и населения; • Развитие банковского обслуживания в регионах.
Институциональные интересы государства как выразителя общих институциональных интересов
• Обеспечение правопорядка в банковской системе; • Законодательное закрепление возможности привлечения к ответственности лиц, чьи действия (бездействия) привели к отзыву у банка лицензии; • Введение уголовной ответственности руководителей банков, приведших к преднамеренному банкротству кредитной организации; • Совершенствование законодательной и нормативной базы регулирующей деятельность кредитных организаций; • Обеспечение стабильности банковской системы в целом и отдельных социально-значимых кредитных организаций; • Углубление и повышение эффективности финансового посредничества в российской экономике, обеспечение доступности банковских услуг на всей территории России; • Обеспечение финансово-кредитной поддержки конкурентоспособных национальных производителей товаров и услуг, обладающих потенциалом роста.

ональных интересов субъектов банковской деятельности тесным образом связана с совершенствованием банковского законодательства. Что предполагает принятие ряда законопроектов относительно:

- **Деятельности по взысканию просроченной задолженности.** Данный законопроект будет способствовать добросовестной деятельности по взысканию просроченной задолженности, укреплению финансовой дисциплины, а также установлению механизма правовой защиты участников гражданского оборота.

- **Правовой регламентации механизма внесудебного взыскания задолженности.** В период кризиса были внесены изменения в законодательство, позволяющие кредитным организациям взыскивать залог во внесудебном порядке по соглашению сторон. Вместе с тем практика выявила, что внесудебный порядок взыскания залога не действует и требует дальнейшей проработки.

- **Коллекторской деятельности.** Рынок коллекторских услуг никем не контролируется, ничем не регламентируется, взаимодействие с должниками не ограничено нормами. Отдельный закон о коллекторской деятельности позволит сформулировать требования к участникам рынка, определит, кто может заниматься данной деятельностью, обозначит стандарты и принципы работы, определит права и обязанности кредитора, коллектора и должника.

- **Системы регистрации залога движимого имущества.** В гражданско-правовых отношениях распространен залог движимого имущества и распространены мошеннические действия с движимым залогом: когда несколько банков кредитуют заемщика под один и тот же залог, заложенное имущество продается по дубликатам оригинальных документов. Следует описать систему регистрации движимого имущества и предусмотреть правовые последствия такой регистрации.

- **Формирования института гарантийных фондов.** Использование механизма гарантийных фондов позволит компенсировать низкий уровень доверия банков к заемщикам и снижает неопределенность кредитных сделок. Так как неопределенность является отправной точкой появления транзакционных издержек, то следствием ее уменьшения является снижение процентных ставок. В резуль-

тате осуществляется взаимовыгодный обмен долговыми обязательствами, в рамках которого обе стороны имеют возможность повысить свое благосостояние, в результате снижаются риски оппортунистического поведения и расширяются возможности развития малого и среднего бизнеса.

В заключение следует отметить, что с одной стороны наличие институтов приводит к существованию системы институциональных интересов, с другой стороны, институциональные интересы лежат в основе происхождения любого института, как движущий мотив для его создания со стороны хозяйствующих субъектов. Институциональные интересы банков реализуются недостаточно эффективно вследствие высоких транзакционных издержек имеющих место в экономике переходного типа. Снизить уровень транзакционных издержек отдельного банка до определенных пределов возможно за счет эффективного управления операционными расходами банка. Но оптимизация транзакционных издержек банковской системы невозможна без взаимодействия с государством, в связи, с чем по ключевым вопросам формируются общие институциональные интересы субъектов банковской деятельности.

Источники

1. Михайлов А.М. Проблемы реализации экономических и институциональных интересов собственников факторов производства: монография / под. ред. А.В. Мещерова. М.: Экономические науки, 2006.
2. Марьясин А.М. Транзакционные издержки и их влияние на доходы кредитных организаций // Российское предпринимательство. 2011. №5. С. 153.

Новицкий Я.Ю.,

Магистрант Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Екатеринбург.

Novitski Ya.Yan,

Master student of Ural Institute - a branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration.

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРОГРАММ НА ПРИМЕРЕ РАЗВИТИЯ СЕТИ АГНКС НА ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

THE ROLE OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE IMPLEMENTATION OF GOVERNMENT PROGRAMS BY THE DEVELOPMENT OF A NETWORK OF CNG STATIONS IN THE TERRITORY OF THE RUSSIAN FEDERATION

Аннотация

В данной статье автор формулирует актуальную проблему, существующую в рамках реализации проектов силами государственно-частного партнерства, а также проводит анализ различных вариантов взаимодействия государства и бизнеса в рамках реализации государственных программ. В выводах делается заключение о целесообразности развития данного вида партнерских программ в силу их эффективности.

Abstract

In this article the author formulates current problem that existing in the implementation of projects by public-private partnerships, as well as analyzes of different variants of interactions between government and business in the implementation of government programs. The findings it is conclude that the feasibility of the development of this type of affiliate programs because of their efficiency.

Ключевые слова:

Государственно-частное партнерство, природный газ, энергоэффективность.

Keywords:

Public-private partnership, natural gas, energy efficiency.

На сегодняшний день перед государством, как и во все времена, стоит большое число задач и проблем. Потребности населения безграничны, в то время как возможности государства сильно ограничены. Значительно больших успехов удастся достичь в случае успешного взаимодействия государства и бизнеса. При этом возможны различные комбинации этого взаимодействия: совместные программы небольших муниципальных образований и крупного бизнеса, взаимодействие крупных муниципалитетов и представителей групп мелкого бизнеса, а также национальные проекты, реализуемые крупным бизнесом и правительством РФ. Наиболее показательным в данном случае автору представляется вариант рассмотрения нескольких типов взаимодействия бизнеса и государства. В данной статье это рассмотрение будет проходить в рамках описания работ, направленных на исполнение Распоряжения Правительства РФ от 13 мая 2013 г. №767-р.

История появления данного документа связана с политикой государства, направленной на повышение энергоэффективности. Государство намерено значительным образом снизить расходы на топливо как на государственном транспорте, так и создать условия, при которых частные перевозчики также смогут снизить свои затраты на топливо, что в перспективе даст возможность сдерживать рост тарифов на перевозку.

Пример. На сегодняшний день цена 1 литра жидкомоторного (дизельного или бензинового) топлива составляет выше 30 рублей, в то время как цена 1 кубического метра сжатого (сжатого) природного газа (метан), эквивалентного 0,95 литрам жидкомоторного топлива, составляет в среднем 11 рублей. Принимая во внимание все расходы, связанные с переходом транспорта на использование природного газа в качестве моторного топлива, переоборудование мест хранения техники, обучение персонала окупаются в большей части случаев уже в первый год эксплуатации.

Рассмотрим основные параметры Распоряжения Правительства РФ №767-р. В п.3 данного документа описываются задачи, которые стоят перед министерствами: Минпромторгу России, Минрегиону России, Минтрансу России и Минэнерго России с участием заинтересованных федеральных органов исполнитель-

ной власти, органов государственной власти субъектов РФ и организаций до 1 января 2014 г. разработать и представить в установленном порядке в Правительство РФ комплекс мер, направленных на создание условий для доведения к 2020 году в субъектах РФ уровня использования природного газа в качестве моторного топлива на общественном автомобильном транспорте и транспорте дорожно-коммунальных служб:

а) в городах с численностью населения более 1000 тыс. человек – до 50 процентов общего количества единиц техники;

б) в городах с численностью населения более 300 тыс. человек – до 30 процентов общего количества единиц техники;

в) в городах и населенных пунктах с численностью населения более 100 тыс. человек – до 10 процентов общего количества единиц техники [1].

Таким образом, мы видим, что данное распоряжение касается каждого населенного пункта с численностью населения более 100 тысяч человек. По данным Федеральной службы государственной статистики [2], на январь 2014 из 1 100 городов России, 163 имеют такую численность населения. В этой связи становится очевидным тот факт, что, по меньшей мере, 163 муниципальных образования должны реализовать внутри себя региональные проекты по переводу техники на природный газ. С другой стороны, реализация самой программы зависит также и от скорости развития сети заправочных станций. Ведь даже при самой значительной ценовой привлекательности газового топлива без доступности заправочной станции предложение не является привлекательным и целесообразным. Строительством заправочных станций занимаются сейчас и будут заниматься в будущем как крупные ресурсные компании, так и средний бизнес. По расчетам экономистов ОАО «Газпром», для нормального функционирования сети необходимо построить по меньшей мере 2000 АГНКС. При средней цене заправочной станции такого типа в 150 млн. руб. можно подсчитать, что для реализации данного проекта потребуется 300 трлн.руб. Данный бюджет является ощутимым даже для крупной компании, особенно с учетом того, что окупаемость данного типа проектов составляет в среднем 10 лет. Очевидно, что силами только

крупных компаний данная задача трудно осуществима. Итак, на текущем этапе может быть сформулирована проблема: каким образом и какими механизмами может быть реализована работа во исполнении РП РФ №767-р?

Для анализа необходимо определить основные направления деятельности – сферы ответственности. Во-первых, перевод техники на использование природного газа в качестве моторного топлива, работы по переоборудованию мест хранения техники, процессы обучения персонала. Во-вторых, работы по развитию газозаправочной сети. В-третьих, работы по корректировке текущих санитарных норм и правил, которые на сегодняшний день являются одним из сдерживающих факторов при расширении использования природного газа в качестве моторного топлива. Рассматривая каждый пункт в отдельности, можно будет увидеть возможные пути решения заданной проблемы.

В первую очередь будут рассмотрены механизмы, направленные на перевод техники на использование природного газа в качестве моторного топлива. Здесь существует два основных пути: переоборудование существующей техники и покупка новой техники в газовом исполнении. Переоборудование существующей техники дешевле, чем приобретение новой техники, но если смотреть на этот процесс перехода на природный газ комплексно, в том числе и со стороны конечного потребителя, а именно, рядового пассажира, то автору представляется наиболее целесообразным поэтапная замена существующего парка техники, в большинстве случаев, старой техники на новую технику в газовом исполнении. В результате реализации данного варианта будет достигнут синергетический эффект за счет того, что автотранспортное предприятие получает экономию на топливе от этой единицы своего парка техники, пассажир получает возможность перемещаться на новом более комфортном автобусе, а город получает сокращение выбросов в атмосферу и в результате повышается экологическая составляющая. Остается нерешенным вопрос приобретения техники. Ни для кого не секрет, что закупка транспорта представляет собой одну из самых больших инвестиций для транспортного предприятия. Далеко не каждое предприятие имеет достаточное

количество ресурсов на это. Именно для этого Правительством разработана программа по софинансированию приобретения техники в газовом исполнении. Согласно этой программе Министерство транспорта собирает заявки с регионов, и, в дальнейшем, содействует в приобретении техники муниципальными транспортными предприятиями, а также частными транспортными предприятиями, выполняющими государственный заказ. Софинансирование представляет собой предоставление субсидий в размере от 30 до 50% от стоимости техники из федерального бюджета, оставшуюся сумму компенсирует региональный бюджет. За транспортным предприятием остается обязанность по дооборудованию мест хранения техники дополнительными системами вентиляции, а также расходы по обучению персонала. Итак, нами выявлено, что правительство может и должно участвовать в этом процессе эффективно взаимодействуя с муниципальными и частными предприятиями.

Теперь рассмотрим вопросы, связанные с развитием газозаправочной инфраструктуры. На сегодняшний день на территории РФ функционируют 243 АГНКС (Автомобильных Газонаполнительных Компрессорных Станций). Процесс строительства станций сложен и зависит от большого числа параметров. Так, например, важна близость к транспортным потокам для обеспечения загрузки станции, а также, одновременная с этим, удаленность от жилых объектов. Процесс получения земли является одним из сложнейших этапов во всем проекте строительства станции особенно в крупных городах. Налицо две сферы возможного взаимодействия государства и бизнеса: во-первых, строительство станции может и должно быть выделено в ранг социальных проектов, направленных на улучшение качества жизни в регионе, и, соответственно, предприятие, реализующее этот проект должно иметь налоговые льготы. К примеру, правительство Оренбургской области разработало такую программу, согласно которой предприятие, инвестирующее в экономику области более 100 миллионов рублей получает налоговые льготы. Во-вторых, выделение земель происходит по стандартному Федеральному закону о выделении земель, а именно, конкурс [3]. Этот механизм позволяет спекуляцию земельными участками, что

не должно быть допустимо. В данном случае автору представляется целесообразным вводить требования к проведению такого рода конкурсов: требование к участникам конкурса четко описывающее тот факт, что победитель конкурса обязан произвести строительство АГНКС, в противном же случае он не должен иметь права принимать участие в конкурсе. Автор также предлагает еще один вариант взаимодействия государства и бизнеса: на постоянной основе в муниципалитете должны проходить публичные слушания планов развития муниципалитета. В случае расширения городов, правительством, совместно с представителями бизнеса, должны быть запланированы и четко обозначены все типы застраиваемых земель. Таким образом, уже на этапе планирования жилых районов будет ясно указано место, где будет расположена больница, школа, АГНКС, торговый центр и так далее. Это поможет избежать таких проблем в будущем, как точечная застройка. Правильно будут рассчитаны сети и прочее. В итоге, рассмотрев второй аспект – развитие газозаправочной инфраструктуры, можно сделать заключение, что и в этом случае взаимодействие государства и бизнеса эффективно.

В-третьих, мы рассмотрим нормативно-правовую базу, ее актуальность, а также то, как она может способствовать или мешать гармоничному расширению использования природного газа в качестве моторного топлива. В данном случае важно упомянуть тот факт, что большинство существующих АГНКС построено еще в советское время, по стандартам, которые действовали в то далекое время. С тех пор многое изменилось в нашей жизни, повысились требования к оборудованию, больше изучена пожароопасность различных видов топлив, а также многое другое. И сегодня мы можем с уверенностью говорить о том, что многие старые стандарты были заменены на новые более точно описывающие результаты последних испытаний. Так, например, до 2014 г. требования к размещению АГНКС гласили, что размещение станции не возможно ближе чем 150 метров от жилья. В начале года Ростехнадзор, рассмотрев на очередном заседании результаты последних испытаний внес изменения в СНиП и теперь требования к данному параметру снижены. Согласно действующим правилам расстояние до жилых объектов не должно быть

меньше 50 метров [4]. В итоге можно сделать заключение, что если правительство даст распоряжение по пересмотру действующих ограничений, то часть из них можно будет изменить или убрать. Этот факт сможет значительным образом упростить работу по исполнению поручения Правительства. Проведя эту работу, правительство поможет бизнесу реализовывать проекты, направленные на решение задач, стоящих перед обществом.

Как видно из обзора, приведенного в статье, существует много типов возможного взаимодействия государства и бизнеса. Примером тому могут являться как крупные, так и менее значимые проекты, но в любом случае государственно-частное партнерство является неотъемлемой частью решения многих вопросов. Рассмотренный в статье пример, описывающий проекты, направленные на исполнение одного из распоряжений правительства явно демонстрирует, что только действуя сообща государство и бизнес смогут достичь поставленных перед собой задач и в результате улучшить экономику и экологию в регионах.

Источники

1. См.: <http://www.consultant.ru> (Дата обращения 01.08.2014)
2. Федеральная служба государственной статистики // <http://www.gks.ru> (Дата обращения 08.08.2014)
3. Порядок предоставления земельных участков для строительства из земель, находящихся в государственной или муниципальной собственности // http://www.ozpp.ru/zknd/zmln/zmln_545.html (Дата обращения 10.08.2014)
4. Данные ростехнадзора // <http://www.gosnadzor.ru> (Дата обращения 09.08.2014).

УДК (UDC) 338.46(574)

Олейник Л.В.,
магистр Экономики и бизнеса Рудненского
индустриального института;

Утарбаева Г.К.,
к.э.н., доцент Казахского гуманитарно-юридического
университета.

Oleinik L.V.,
master of Economics and business of Rudny Industrial
Institute;
Utarbaeva G.K.,
Phd, assistant professor of Kazakh humanitarian juridical
University.

ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

THE STUDY OF MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF SERVICES IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Аннотация

В современной экономике одной из глобальных тенденций является гигантский рост сферы услуг, охватывающей широкое поле деятельности: торговлю, транспорт, гостиницы, туристские и рекламные агентства, консультационные фирмы, предприятия образования и здравоохранения, музеи, театры, кино и т.д. Сфера услуг играет определяющую роль в экономике развитых стран. Несмотря на явную отсталость сферы услуг в Казахстане по сравнению с ее состоянием в индустриально развитых странах, за последнее десятилетие данная сфера превратилась в самостоятельный сектор экономики. В настоящее время актуальными являются проблемы, связанные со структурными изменениями в управлении данным сектором. Возрастание роли и влияния сферы услуг на национальную экономику вызвало необходимость изучения тенденций и проблем ее развития.

Abstract

One of the global trends in the modern economics is a huge growth of services, covering a wide field of activity: trade, transport, hotels, tourism and advertising agencies, consulting firms, education and healthcare objects, museums, theaters, cinemas, etc. Despite the obvious backwardness of the service sector in Kazakhstan, compared with its condition in industrialized countries over the last decade this sphere became an independent sector of the economy. Currently pressing issues are associated with structural changes in the management of the sector. The

increasing role and the impact of the service sector on the national economy has caused the need to study the trends and challenges of its development.

Ключевые слова:

Услуга, сегментация услуг, рынок услуг, сфера услуг, неопределенность услуг, специфика оказания услуг, конкуренция.

Keywords:

Service, segmentation of services, market of services, (range of) services, competition.

Сфера услуг завоевывает в последние десятилетия все более устойчивые позиции в мировой экономике. Для многих стран характерны увеличение объемов производства услуг, возрастание доходов от сервисной деятельности, повышение занятости в этой сфере, расширение экспорта и импорта услуг. Изменения, происходящие в сервисном секторе, столь существенны в мировом масштабе, что современная экономика удостоилась определения «сервисная», или «экономика услуг».

В настоящее время сфера услуг играет определяющую роль в экономике развитых стран. Наибольшая доля сферы услуг в структуре валового регионального продукта развитых стран зафиксирована в настоящее время в США – до 80%, далее идут страны Западной Европы с показателями 67-71% и другие. На сферу услуг в США приходится до 73% рабочих мест, оставшихся после вычета занятых в сельском хозяйстве. Аналогичный показатель в Германии составляет 41%, в Италии – 35%.

Сфера услуг – совокупность отраслей, подотраслей, видов деятельности, функциональное назначение которых в системе общественного производства выражается в производстве и реализации услуг и духовных благ для населения. Под услугами принято понимать результаты экономической деятельности, которые не принимают материальной (вещной) формы и удовлетворяют определенные потребности – личные, коллективные и общественные.

В международной статистической практике в соответствии с рекомендациями ООН под рыночными услугами понимают услуги, предназначенные к реализации или реализованные по экономически значимым ценам.

Сфера услуг имеет ряд специфических особенностей по сравнению с материальным производством. Во-первых, в отличие от товаров, услуги производятся и потребляются в основном одновременно, не подлежат хранению. Это порождает проблему регулирования спроса и предложения услуг. Во-вторых, услуги часто противопоставляются продукции, хотя и в промышленности увеличивается роль обслуживания, которое может включать ремонт оборудования, послепродажное обслуживание и другие услуги, связанные с продажей товаров. Отметим, что во многих случаях в услуге присутствует элемент продукции, точно так же, как при продаже продукции присутствует элемент услуги. Тесное переплетение продажи товаров и предоставления услуг затрудняет выделение и учет услуг. В-третьих, сфера услуг обычно больше защищается государством от иностранной конкуренции, чем сфера материального производства. Более того во многих странах транспорт и связь, финансовые и страховые услуги, наука, образование, здравоохранение, коммунальные услуги традиционно находятся в полной или частичной собственности государства или же строго контролируются и регламентируются государством. Импорт услуг, по мнению правительств многих стран, может представлять угрозу национальной безопасности и суверенитету, поэтому он регламентируется более жестко по сравнению с торговлей товарами.

Также в мире наблюдается тенденция диверсификации сферы услуг, когда многие ранее обособленные виды услуг объединяются в рамках одной компании. Предлагается их целый комплекс, чем повышается конкурентоспособность данной компании, ослабляются возможные риски. Рост активности в сфере услуг носит стабильный характер и увеличение вклада сферы услуг в формирование ВВП развитых стран за вторую половину XX в. составило 30-50%.

Как показывает практика развитых стран, по мере усложнения производства и насыщения рынка товарами растет и спрос на услуги. В Казахстане сегодня сфера услуг обгоняет производственную сферу по темпам роста и по количеству появившихся новых видов услуг, по ее приспособлению к потребностям рынка и потребителей.

Быстрое развитие сферы услуг в Казахстане началось еще в 90-е гг. XX в. За последнее десятилетие сфера услуг превратилась в самостоятельный сектор экономики. Это вызвано следующими причинами: с сокращением государственного финансирования увеличилась доля платных услуг населению и организациям, т.е. под воздействием процессов преобразования собственности и развития частного предпринимательства; появилось много новых услуг (бухгалтерские услуги, брокерские услуги, трастовые услуги и др.); усилилась конкуренция между предприятиями сферы услуг.

Сфера услуг стала привлекательной для предпринимателей, так как некоторые отрасли практически не требуют большого стартового капитала, другие, в связи с их неразвитостью, позволяют получать сверхприбыль (финансовые, трастовые).

Помещение капитала в сферу услуг и торгово-посреднические операции с быстрым периодом возврата денег и исходно высокими ставками оборота предопределило расширение сектора услуг. В связи с открытостью экономики страны, сильное воздействие на развитие сферы услуг оказали процессы интенсивного развития торговли.

Сфера услуг способствует повышению материального и культурного благосостояния людей. Она позволяет экономить материальные, трудовые и финансовые ресурсы, увеличивает свободное время работника, повышает творческую содержательность их труда, сокращает нерациональные затраты вне рабочего времени, делает жизнь людей более комфортной и приятной. Сфера услуг, выполняя функцию абсорбции трудовых ресурсов, высвобождающихся из других отраслей национальной экономики, способствует сбалансированности рабочих мест и трудовых ресурсов.

Производством услуг, отличающихся большим разнообразием,

занимаются как правительственные, так и некоммерческие организации. По роли сферы услуг в экономическом развитии Республики

Казахстан все регионы можно распределить по следующим группам:

- с долей сферы услуг в валовом выпуске, не превышающей 30%;
- с долей сферы услуг в валовом выпуске, равной 30-40%;

- с долей сферы услуг в валовом выпуске, равной 40-50%;

- с долей сферы услуг в валовом выпуске, равной - 50-60%;

- с долей сферы услуг, превышающей 60%.

В структуре валового выпуска сферы услуг в абсолютном большинстве регионов преобладают рыночные услуги. При этом минимальная доля рыночных услуг в структуре сферы услуг находится на уровне 65-70%. Исключение составляют регионы, в которых выпуск нерыночных услуг превышает объем рыночных услуг или равен ему.

Анализ роли сферы услуг в экономике регионов позволил выявить следующие современные тенденции ее изменений. Исходя из сложившихся изменений роли сферы услуг в производстве валового регионального продукта (далее ВРП), обозначим следующие группы регионов:

- с устойчивой тенденцией к увеличению роли сферы услуг в формировании ВРП;

- с неустойчивой тенденцией роли сферы услуг в ВРП;

- с относительно устойчивой долей сферы услуг в ВРП;

- с тенденцией к снижению этой доли.

Новые экономические отношения и проводимые реформы сформировали в Казахстане благоприятные условия для развития сервисной деятельности. Реформирование национальной экономики обеспечило предпосылки для совершенствования работы сервисных организаций и возникновения новых форм и методов обслуживания, новых видов услуг, вытекающих из специфики производимого продукта, видов хозяйственной деятельности, направленной на удовлетворение личных потребностей населения и нужд производства, а также потребностей общества в целом. При этом в качестве субъектов деятельности выступают:

- организации, полностью ориентированные на оказание услуг;

- организации, имеющие в целом иное функциональное назначение;

- индивидуальные производители услуг.

Для Республики Казахстан характерен ряд проблем в секторе услуг, возникающих в процессе трансформации экономики. Прежде всего, это то, что продолжает оставаться низ-

ким уровень потребления услуг относительно индустриально развитых стран. Это характерно для большинства отраслей сферы услуг.

Также необходимо отметить крайне неравномерное распределение покупательной способности и, следовательно, разительные отличия в потребительском поведении различных групп населения. По оценке специалистов, в Республике Казахстан более 70% населения находится за чертой бедности. В расходах малообеспеченных семей услуги занимают незначительный удельный вес и составляют 10-15%. Из них наибольшая доля приходится на квартплату и транспорт. Как следует из имеющихся данных, во всех областях Казахстана разные группы населения тратят на услуги неодинаковую долю своего бюджета. Особенно низкой эта доля является у сельских жителей. По мере увеличения доходов эта доля будет устойчиво расти.

В Республике Казахстан сохраняются серьезные различия в потреблении городского и сельского населения. При этом чем ниже уровень урбанизации страны (что свойственно Казахстану), тем более небогат выбор жизненных благ (и особенно услуг). Следовательно, можно сделать вывод, что большая часть населения страны не имеет возможности воспользоваться предоставляемыми услугами, что ограничивает темпы развития сферы услуг.

Ведомственное начало так же препятствует должному развитию сферы услуг. Функции министерств в регулировании сформировавшегося частного сектора служат примером путаницы между контролем и координацией. Органы государственного управления данной сферой должны иметь характер не столько административных, сколько координационно-аналитических структур, реализующих свои задачи на основе конкретных прогнозных оценок и маркетинговых исследований.

Стало очевидным сдерживание налоговой системой Казахстана возможностей развития спонсорства и меценатства. Налицо необходимость внесения продуманных, взвешенных изменений и дополнений в налоговое законодательство, как стимулирующих вложения в социальную сферу, так и не дающих возможности финансовым махинациям.

Увеличился спектр услуг, связанных с управлением и содержанием органов государ-

ственной власти, а также правоохранительных органов. Также сказывается на сложившейся в секторе услуг ситуации отсутствие квалифицированных менеджеров, являющихся экспертами не только в своей сфере деятельности, но и обладающих глубоким знанием экономической ситуации, рычагов управления, умеющих работать с людьми. Следовательно, назрела необходимость подготовки руководителей, обладающих широким кругозором, обмена опытом управленческой деятельности.

Наблюдаются диспропорции в заработной плате работников различных отраслей сферы услуг, например, финансовый сектор и здравоохранение, культура, образование. Средняя заработная плата неодинакова по своим размерам в отраслях национальной экономики, что вызвано с формирующимися процессами в экономике на данном этапе. Переход к рынку предполагает необходимость сбалансирования заработной платы в различных секторах экономики.

Несмотря на рассмотренные выше трудности, с увеличением экономического потенциала республики возрастают возможности развития сферы услуг. Если на начало XXI века насчитывали около 900 видов различных услуг, то сейчас с появлением новых видов услуг и развитием информационных технологий их количество значительно возросло.

Стратегической задачей для сферы услуг является сохранение стабильности на рынке услуг без ухудшения положения с обслуживанием населения. Важно, чтобы параллельно уже существующим предприятиям по обслуживанию населения, формировались новые, создавая конкуренцию действующим и наращивая объем услуг.

Перспективы расширения сектора услуг Республике Казахстан в целом следующие:

- дальнейшее ускоренное развитие системы платных услуг. В связи с этим изменяется структура потребительных расходов, за счет увеличения в них доли платных услуг. Наблюдается усиление тенденций расширения платного обслуживания и предоставления услуг такими отраслями как здравоохранение, образование, культура, искусство, жилищно-коммунальное хозяйство, связь. Эти отрасли, пытаясь выжить в рыночных условиях при отсутствии средств финансирования из государственного

бюджета, предоставляют ряд платных услуг;

- возрастает роль торговли как связующего звена. Хотя темпы прироста объемов товарооборота в этой отрасли будут уменьшаться в связи с насыщением потребительского рынка товарами и падения покупательной способности населения, рост этой сферы хозяйства является перспективным и имеет значительные возможности;

- имеются значительные перспективы роста объемов санаторно-курортных услуг за счет создания всесторонне развитой индустрии услуг отдыха, за счет строительства новых и модернизации в соответствии с современными требованиями действующих гостиниц и комплексов для туристов и отдыхающих, санаторно-курортных учреждений, домов и баз отдыха, пансионатов;

- происходят радикальные сдвиги в структуре оказываемых услуг. С увеличением потребностей в информации для принятия решений и уменьшения предпринимательского риска возрастает доля информационных и консультационных услуг;

- дальнейшее расширение, появление новых потребностей и высвобождение рабочей силы из производственного сектора создает условия для притока ее в сектор услуг, что расширит долю сферы услуг в экономике страны.

Развитие сферы услуг может поглотить безработицу и решить эту острую социально-экономическую проблему нашей экономики. Развитие предпринимательства в сфере услуг создает благоприятную среду для привлечения свободных денежных средств населения и, следовательно, повышения его благосостояния и уровня жизни.

Источники

1. Софина Т.Н. Сфера услуг: Трансформация в рыночной экономике. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1999.
2. Новаторов Э.В. Управление и организация в сфере услуг // Маркетинг в России и за рубежом. 2003. №1.
3. Социально-экономическое развитие регионов Республики Казахстан. 2011 г. // www.stat.kz

Победин А.А.,

к.э.н., доцент Уральского института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы.

Pobedin A.A.,

Phd, assistant professor of Ural Institute – a branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration.

ЦИКЛИЧНОСТЬ КАК ФАКТОР НЕРАВНОМЕРНОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА РЕГИОНА*

CYCLICITY AS A FACTOR IN THE UNEVEN DEVELOPMENT OF ECONOMIC SPACE IN THE REGION

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы цикличности социально-экономического развития региона. Автор анализирует классические подходы к анализу экономических циклов, предлагает ряд инструментов государственного регулирования цикличности как на уровне региона в целом, так и на уровне отдельных территориальных единиц в составе региона.

Abstract

The article discusses the cyclicity of socio-economic development of the region. The author analyzes the classical approaches to the analysis of economic cycles, offers a number of instruments of state regulation of cyclicity at the level of the region as a whole and at the level of individual units in the composition of the region.

Ключевые слова:

Регион, региональная политика, экономическое пространство, экономический цикл.

Keywords:

Region, regional policy, economic environment the economic cycle.

Интерес к пространственной, территориальной составляющей экономических процессов в последние годы значительно возрос. Это объясняется тем, что теории, нивелирующие фактор пространства, оказались неспособны объяснить многие изменения, происходящие как в рамках национальных экономик отдельных стран, так и в мировой экономической системе в целом.

Категория «экономическое пространство» (близкие понятия: пространственная структура экономики, территориальная структура экономики, пространственная организация хозяйства (Raumordnung, нем.), территориальная организация хозяйства) требует отдельного рассмотрения. В современном естествознании пространство понимается как одна из фундаментальных структур координации материальных объектов и их состояний – система отношений, отображающая координацию сосуществующих объектов (расстояния, ориентацию и т. д.). Если допустить, что экономическое пространство является аналогом пространства в физическом смысле, то рассматриваемый термин будет охватывать координацию экономических объектов.

По определению Гранберга А.Г., экономическое пространство – это «насыщенная территория, вмещающая множество объектов и связей между ними: населенные пункты, промышленные предприятия, хозяйственно-освоенные и рекреационные площади, транспортные и инженерные сети и т.д.» [1, с.25]. Довольно близкое определение находим и у зарубежного автора – Дж. Поттс определяет экономическое пространство как «совокупность элементов, составляющих экономическую систему территории, включая их функционирование и взаимодействие» [2, р.7].

Соглашаясь в целом с отмеченными авторами, отметим, что особая роль принадлежит территориальным единицам, объединяющим экономическое пространство. Действительно, деятельность экономических субъектов осуществляется в рамках поселков, городов, административных районов, муниципальных образований, субъектов федерации, государств и т.д. Последние не только являются

* Работа выполнена при поддержке фонда РГНФ-Урал. Проект № 14-12-66016 «Пространственные сдвиги в экономике региона (на примере Среднего Урала)».

«насыщенной территорией» и образуют территориальную экономическую систему. Территориальные единицы зачастую выступают в качестве самостоятельных субъектов экономической деятельности в рамках более крупной территориальной системы. Соответственно, экономическое пространство является многоуровневым образованием, причем во взаимодействие могут вступать как элементарные экономические единицы (к примеру, предприятия), так и территориальные единицы разных уровней (в т.ч. муниципальные образования и субъекты РФ).

Кроме того, активным участником экономической деятельности является население территорий: формируя потребительский спрос, рынок труда, участвуя в предпринимательской деятельности, а также влияя на условия протекания экономических процессов (предпринимательская активность, противоправная деятельность, социокультурные особенности и др.).

Таким образом, экономическое пространство – это система территориальной организации экономической деятельности, состоящая из иерархии территориальных единиц различного уровня, объединяющих разнородные экономические объекты, предприятия и население, различные виды экономической активности и взаимодействия.

Эффективность любого регулирующего воздействия государства на социально-экономические процессы пространственного развития зависит от того, насколько гибко и динамично регулирующий инструментарий связан с объектом регулирования, а также способности регулятора адаптироваться к изменениям социально-экономической системы. Особенно такая адаптивность необходима при реализации социально-экономической политики на уровне отдельного региона, поскольку экономическое пространство региона испытывает на себе значительное влияние высокودинамичной внешней среды. В периоды высоких темпов экономического роста на территории региона, при положительной экономической динамике в отраслях, представленных в регионе, а также в случае высокого платежеспособного спроса на основные виды продукции, производимой в экономической системе региона, последняя развивается довольно интен-

сивно, и меры регулирующего воздействия, в основном, сводятся к применению инструментов ограничительного или направляющего характера, к примеру, связанных с проведением природоохранных мероприятий. Напротив, в периоды неблагоприятной экономической конъюнктуры требуются меры поддержки со стороны государства, с целью смягчения экономических трудностей.

Таким образом, при планировании мероприятий региональной социально-экономической политики, при разработке стратегии развития и иных программных документов регионального уровня, необходимо учитывать не только текущее состояние экономической конъюнктуры, но и варианты ее динамики в кратко-, средне- и долгосрочном временном интервале. Иными словами, необходимо отслеживать и учитывать динамику основных параметров и показателей социально экономического развития как внутри региона, так и во внешней среде. В связи с этим, изучение цикличности экономического развития региона и более крупных пространственных систем, безусловно, представляет интерес при формировании региональной социально-экономической политики. Актуально задачей является разработка моделей регионального экономического регулирования в увязке со стадиями экономического цикла.

Проблема неравномерности экономического развития рассмотрена многими выдающимися исследователями, среди которых Ледерер Э., Маркс К., Жугляр К., Афталион А., Туган-Барановский М.И., Кейнс Дж., Шумпетер Й., Митчел У., Кондратьев Н.Д., Вискель К., Фридман М., Форрестер Д., Медоуз Д., Ламберлен Ж.-Ж. и ряд других авторов. Даже приведенный неполный перечень показывает, что проблемы экономической динамики привлекали внимание представителей большинства крупных научных течений экономической мысли – от марксизма до кейнсианства. Были выделены основные стадии экономического цикла, рассмотрены основные причины циклического развития (у разных авторов – они весьма существенно отличаются), а также заложены основы антициклической политики государства. В большинстве теорий цикличности основное внимание авторов направлено на рассмотрение национального или международного уров-

ней пространственных социально-экономических систем, однако циклические процессы наблюдаются и в экономическом развитии территориальных систем более низкого уровня – в рамках отдельных регионов и городов (среди исключений – работа Джея Форрестера, где рассматривается цикличность городского развития). К сожалению, механически перенести объяснения процессов цикличности и рекомендации по ее регулированию с национального на региональный (и тем более на городской) уровень не представляется возможным, поскольку факторы цикличности действуют неодинаково на различных пространственных уровнях. Чем ниже уровень территориальной системы мы рассматриваем, тем более отчетливо начинает проявляться сужение сфер специализации и отраслевого состава, что предполагает более тесную связь региональной и отраслевой экономической цикличности. К тому же на региональное развитие напрямую влияет и состояние общеэкономической конъюнктуры национального и мирового уровня. Кроме того, перечень инструментов антициклического регулирования, которыми располагают органы государственной власти в регионе существенно меньше перечня макроэкономических регуляторов, используемых национальным (в РФ – федеральным) правительством.

Понятие «цикл», означает совокупность явлений, процессов, составляющих кругооборот в течение известного промежутка времени [3, с.1334]. Под экономическими циклами обычно понимают периодически повторяющиеся в течение долгих лет подъемы экономической деловой активности, которые отличны друг от друга по времени действия в экономике и интенсивности, но их общая тенденция направлена к экономическому росту [4, с.750]. Часто в экономических исследованиях термин «экономический цикл» используют в более широком значении – как колебание важнейших составляющих экономической деятельности: занятости, национального дохода, уровня цен и т.д.

В современной экономической теории обычно выделяют четыре фазы экономического цикла: кризис, депрессия, оживление и подъем. Иногда фазы кризиса и депрессии объединяют в период рецессии – спада деловой активности, а фазы оживления и подъема – в

период роста. Кризис характеризуется резким снижением основных макроэкономических показателей, при переходе к депрессии наблюдается относительная стабилизация уровня макроэкономических показателей вблизи отметки минимума с незначительными колебаниями, при переходе к оживлению постепенное улучшение макроэкономической конъюнктуры, начинается рост инвестиций и цен, в момент, когда значения экономических показателей начинает превышать уровень среднесрочного тренда можно говорить о начале нового подъема. В научной и учебной литературе встречаются и иные классификации фаз экономического цикла, однако в настоящей работе мы (при отсутствии специальных указаний) будем придерживаться приведенного выше подхода для избежания терминологической путаницы. Отметим только, что использование любого из способов деления экономического цикла на фазы означает лишь удобную теоретическую модель, реальные ряды экономических показателей, даже после применения процедуры сглаживания (к примеру, при использовании метода скользящей средней) лишь приблизительно напоминают теоретическую схему и весьма далеки от синусоидоподобных кривых, часто иллюстрирующих теоретические выкладки. На практике, четкое диагностирование фазы экономического цикла, как правило, становится возможным лишь по прошествии определенного временного лага, и границы между отдельными фазами не являются некой фиксированной величиной, а часто отражают мнения конкретных исследователей.

Одним из первых систематическое исследование экономической цикличности было проведено Туган-Барановским М.И. [5]. На основании обширного статистического материала, иллюстрирующего колебания экономических показателей ряда стран (прежде всего – Великобритании, как ведущей экономической державы второй половины XIX в.), Туган-Барановский выявляет закономерности циклических экономических процессов. Основное внимание данный автор уделял среднесрочным экономическим циклам, продолжительностью 7-11 лет. Анализируя особенности циклических колебаний в различных отраслях, Туган-Барановский отмечает, что наибольшей амплитуды эти колебания достигают в сфере

производства элементов основного капитала. Именно недостаточное или избыточное производства в этих отраслях создает основу цикличности. Сценарий, по которому развивается экономический цикл, следующий: в течение определенного периода происходит накопление ссудного капитала, когда эти накопления достигают значительной величины и находятся возможности его инвестирования в реальный сектор – начинается период экономического роста, при этом ссудный капитал превращается в производительный. Резко вырастает спрос на средства производства, что дает импульс отраслям, производящим элементы основного капитала. «Расширение производства в каждой отрасли труда всегда усиливает спрос на товары, производимые в других отраслях труда; толчок к усиленному производству передается от одной отрасли труда к другой, и потому расширение производства всегда действует заразительно и имеет тенденцию охватывать все народное хозяйство. В периоды создания нового основного капитала возрастает спрос решительно на все товары» [5, с.319]. Постепенно ресурсы ссудного капитала истощаются, процентные ставки растут. Сокращается создание новых производственных фондов, соответственно, сокращается спрос на продукцию отраслей, производящих элементы основного капитала. Однако предприятия этих отраслей продолжают производить продукцию в прежнем объеме, поскольку существует временной лаг, между снижением спроса на продукцию отрасли и снижением объемов производства. В результате на рынке наблюдается избыточное предложение элементов основного капитала. «В силу зависимости всех отраслей промышленности друг от друга частичное перепроизводство становится общим – цены всех товаров падают, – и наступает общий застой» [5, с.325].

По мнению Туган-Барановского, цикличность (и, соответственно, периодические кризисы в развитии экономики) являются не исключением, а закономерным отражением особенностей капиталистической экономической системы, особенностями которой являются:

1) антагонистический характер капиталистического хозяйства, в котором рабочий является простым средством производства для ру-

ководителя капиталистического предприятия;

2) тенденция к неограниченному расширению производства (как средству накопления капитала)

3) неорганизованность капиталистического хозяйства в масштабах экономики страны, отсутствие планомерное распределение общественного производства между различными отраслями труда.

Идеи Туган-Барановского оказали значительное влияние на развитие европейской и российской экономической мысли своего времени, в том числе определили приоритеты исследований ученика Туган-Барановского – Кондратьева Н.Д.

Кондратьев уточняет основные понятия экономической динамики. «Под статической мы понимаем теорию, которая рассматривает экономические явления по существу, вне категории изменения их во времени. Наоборот, под динамической мы понимаем ту теорию, которая изучает экономические явления в процессе их изменения во времени» [6, с.9]. Процессы экономической динамики Кондратьев разделяет на два вида: эволюционные и волнообразные. Эволюционные (ненеповторимые, необратимые) – это такие изменения в состоянии экономической системы или ее отдельных элементов, которые протекают определенном установленном направлении. «Процесс этот неповторяем лишь в том смысле, что он, имея определенное направление, не может иметь двух или более звеньев, стоящих на одном и том же уровне или находящихся в одном и том же состоянии» [6, с.21]. Напротив, волнообразные (повторимые, обратимые) процессы – это такие изменения, направления которых может меняться на противоположное, соответственно, численное значение экономического показателя, отражающего волнообразный процесс, может многократно возвращаться к одной и той же отметке. В отношении эволюционных и волнообразных изменений Кондратьев проводит аналогию с обратимыми и необратимыми процессами в термодинамике.

Направления динамики волнообразных процессов могут иметь как благоприятный, так и неблагоприятный характер для отдельных хозяйствующих субъектов и экономической системы в целом, причем очень часто благоприятный или неблагоприятный характер измене-

ний проявляется одновременно в различных сферах хозяйственной жизни. Направление и степень изменения совокупности элементов народнохозяйственной жизни по сравнению с предшествующим моментом составляет, по определению Кондратьева, экономическую конъюнктуру данного временного периода. Изучение экономической конъюнктуры предполагает решение трех важнейших задач: описание и установление фактического состояния и изменения конъюнктуры, объяснение ее хода и построение теории конъюнктуры, постановке и решению проблемы прогноза ее изменения [6, с.38]. Повторяющиеся колебания рыночной конъюнктуры и составляют основу экономической цикличности. «Теория конъюнктуры сосредоточивает свое внимание на проблеме общего ритма народнохозяйственной деятельности, на проблеме общих подъемов, кризисов и упадков народного хозяйства в процессе его развития» [6, с.404].

Периоды колебания экономической конъюнктуры не одинаковы по своей продолжительности. Кондратьев выделяет три типа циклических колебаний конъюнктуры: короткие, продолжительностью 3-3,5 года, среднесрочные (Кондратьев называет их «промышленно-капиталистическими»), которые продолжаются 7-11 лет, и, наконец, большие циклы конъюнктуры, которые охватывают период около 50 лет.

Кондратьевым предлагается следующая концепция развития большого цикла конъюнктуры. Основой цикличности, как и Туган-Барановского, является процесс инвестирования в основные производственные фонды экономики, требующие наибольшего времени и наибольших финансовых затрат на их создание. «Большие циклы можно рассматривать как нарушение и восстановление экономического равновесия длительного периода. Основная причина их лежит в механизме накопления, аккумуляции и рассеяния капитала, достаточного для создания новых основных производительных сил. Однако действие этой основной причины усиливается действием вторичных факторов» [6, с.400].

Точкой отчета нового экономического цикла, по мнению Кондратьева, служит момент времени, когда аккумулируется достаточное количество финансового капитала и становит-

ся возможным его рентабельное инвестирование в создание новых производительных сил и внедрение новых технических достижений. Начинается экономический рост, в который вовлекаются все смежные отрасли экономической системы. При этом на большой цикл накладываются кратко- и среднесрочные циклы, обостряются социальные противоречия и конкурентная борьба (как между отдельными фирмами, так и между странами) за ресурсы и рынки сбыта продукции. Поэтому очень часто повышательная волна большого цикла совпадает по времени с крупными военно-политическими конфликтами, как между странами, так и между отдельными группами населения внутри стран. Постепенно накопленный запас капитала в финансовой форме расходуется, растет ставка процента и снижается рентабельность. Это приводит к изменению экономической конъюнктуры, переходу к нисходящей волне большого цикла. На протяжении нисходящей волны происходит постепенная аккумуляция капитала в финансовой форме, низкая рентабельность стимулирует поиски способов модернизации производства и снижения издержек. Это создает условия для перехода к восходящей волне нового большого цикла.

Особенностью теоретических положений Кондратьева, в том числе по сравнению с Туган-Барановским, является не только переход к анализу циклических изменений на крупных временных промежутках (большие циклы), но и увязка циклов в экономической системе с процессом научно-технического прогресса. Кондратьев доказывает, что технические нововведения являются не внешним фактором, вызывающим экономический рост, а глубоко встроены в общий процесс развития экономической системы. Особая роль, придаваемая Кондратьевым научным и техническим открытиям и их внедрению в производственный процесс, сближает его взгляды на экономическую цикличность с научным подходом другого известного исследователя – Шумпетера Й.

Если для Кондратьева научные открытия лишь элемент макроэкономической цикличности, то у Шумпетера они находятся в центре экономического развития. Основная причина, вызывающая циклические колебания экономической системы, по мнению Шумпетера, – это инновации. Именно Шумпетер ввел в

научный оборот этот термин, столь популярный сегодня. Инновации, или нововведения, Шумпетер определяет как «создание новой производственной функции» («the setting up of a new production function») [7, p.84] за счет внедрения новых научно-технических достижений, появления новых товаров, открытия новых рынков сбыта, изменений организационного характера и т.д. Именно инновации и их внедрение являются главной причиной циклических изменений в состоянии экономической конъюнктуры. Шумпетер предлагает следующий сценарий экономического цикла. Толчком экономического роста является разработка нововведений и их внедрение в производственный процесс. Первоначально, количество предпринимателей, готовых применить инновации, невелико, поскольку инновационная деятельность сопряжена со значительным риском. Предприниматель – это лицо, которое готово взять на себя этот риск. Если в результате внедрения нововведений снижаются издержки и растет прибыль, вслед за первоначальными новаторами все больше хозяйствующих субъектов начинают применять эти нововведения, в результате этот процесс принимает массовый характер (поскольку не успевшие адаптироваться к изменениям окажутся неконкурентоспособными на рынке), что приводит к масштабным капиталовложениям, к быстрому экономическому росту. На экономику в целом распространяются так называемые «вторичные волны», вызванные оптимистическими ожиданиями экономических агентов. Однако при этом происходит слом равновесного состояния экономической системы, и чем масштабнее и быстрее рос, тем быстрее накапливаются противоречия в действующем экономическом механизме, хозяйственных и рыночных связях и т.д. При накоплении некой критической массы этих противоречий и наступает рецессия, которая представляет собой процесс приспособление хозяйственной системы к новым условиям. Таким образом, инновации являются первопричиной как экономического роста, так наступающего затем экономического кризиса и спада.

Шумпетер выделяет следующие характерные особенности экономической динамики:

1. Неравномерный и неустойчивый характер развития.

2. Внедрение инноваций, как правило, происходит через неравные промежутки времени и приобретает массовый характер.

3. Массовое внедрение инноваций не позволяет экономической системе постепенно адаптироваться к изменениям. «Этот процесс составляет существо периодической депрессии, которую... следует определить как борьбу народного хозяйства за новое равновесие, приведенное в соответствие с условиями, изменившимися в результате вызванного подъемом «нарушения» [8, с.401].

Идеи Шумпетера оказали значительное влияние как на экономическую мысль, так и экономическую политику различных государств. Инновационная активность в настоящее время является общепризнанным фактором конкурентоспособности отдельных предприятий, отраслей, регионов и национальных экономических систем в целом. Развитие положений, заложенных в работах Шумпетера, привело к появлению целого ряда экономических теорий и подходов к экономическому развитию, в том числе, касающихся регионального уровня экономической системы. В качестве примера можно привести теорию «полюсов роста» (Перру Ф.), теорию «диффузии инноваций» (Хагерстранд Т.), теорию международной и межрегиональной конкурентоспособности Портера М.

Как можно заметить, и Туган-Барановский, и Кондратьев, и Шумпетер исключительно важную роль в процессах экономической цикличности отводят основному производственному капиталу. Подобная черта характерна и для теории экономического цикла Афталиона А., правда он предлагает собственную трактовку роли средств производства и их связи с экономической цикличностью. Афталион, в отличие от Туган-Барановского, колебание производства элементов основного капитала объясняет не истощением накопленных финансовых ресурсов, а связывает с изменением структуры спроса и предпочтений потребителей конечных товаров.

Спрос на элементы основного капитала является производным от спроса на конечные товары. Именно потребность в потребительских товарах и является основной причиной, побуждающей предпринимателей инвестировать в развитие нового производства. Со-

ответственно, основной импульс колебаниям макроэкономической конъюнктуры задает колебание спроса на конечные товары. Эффективность отдачи от вложения каждой дополнительной единицы капитала (предельная эффективность капитала) снижается в силу двух причин: уменьшение возможности заменять капиталом другие факторы производства и снижением стоимости потребительских товаров при наращивании их производства относительно к капитальным затратам. При увеличении предложения потребительских товаров их предельная полезность уменьшается, что приводит к снижению потребительских цен и создает предпосылки рецессии.

Итак, из рассуждений Афталиона следует, что стабильность рыночной системы зависит от такой переменчивой величины, как предпочтение потребителей, что и так позволяет сомневаться в устойчивости экономического механизма. Однако, Афталион указывает на еще один ненадежный элемент экономической системы – субъективные ожидания предпринимателей относительно ситуации на рынке. Поскольку предугадать действительно изменение потребительских предпочтений довольно сложно, довольно часто предприниматель при принятии хозяйственных решений, в том числе при решении инвестировать в развитие нового производства, исходит из слишком оптимистичных или излишне пессимистичных ожиданий ритмичность колебаний экономической конъюнктуры.

Афталион выделяет три фактора, определяющих циклический характер экономического развития:

- 1) длительный период для создания основного капитала, что затрудняет оперативную реакцию производства на изменение потребительских предпочтений;

- 2) долгий срок эксплуатации капитальных благ, вследствие чего замедляет выход из экономической депрессии (до тех пор, пока не износится достаточное количество основного капитала, чтобы снизилось производство товаров);

- 3) принцип акселерации, заключающийся в том, что небольшие колебания потребительского спроса, приводят к значительным колебаниям спроса на элементы основного капитала.

В итоге, Афталион приходит к выводу, что равновесие на рынке является скорее исключением и правилом, соответственно, сам капиталистический характер экономической системы, в которой для производства потребительских товаров необходимо предварительное вложение средств в формирование капитальных благ, приводит к неравномерному, циклическому характеру экономической динамики. Ситуация осложняется еще наличием не только прямой, но и обратной связи между потребительским спросом и производством капитальных благ, которая заключается во влиянии доходов рабочих, занятых при производстве элементов основного капитала, на объем спроса на потребительские товары. «Капиталистическая техника, продолжая повышение цен во время экономического подъема и их понижение во время депрессии, побуждает поочередно то к чрезмерному, то к недостаточному производству оборудования. Она создает в экономическом организме сцепление фаз перекапитализации, открывающих путь к кризису, и фаз недокапитализации, возвращающих к экономическому подъему» [9, с.236].

Обзор основных теорий экономической цикличности будет неполным без краткого изложения неокейнсианской модели, наиболее полно изложенной в работах Э. Хансена [10]. Согласно этой модели, существует прямая зависимость между динамикой реальных инвестиций и общей динамикой макроэкономической конъюнктуры (что вполне согласуется с теориями цикличности, изложенными выше). Колебания инвестиционной активности определяется тремя факторами: ожидаемым доходом от новых капитальных благ, издержками на новые капитальные блага и нормой процента. Повышение ожидаемой эффективности вложений, снижение издержек на капитальные блага и снижение процента будут стимулировать инвестиционную деятельность, что в целом может вызвать экономический рост, но верно и обратное – при низком ожидаемом доходе, повышении издержек на капитальные блага и повышении процента экономический рост будет тормозиться и может смениться кризисом и депрессией. Распространение волн экономического роста или спада объясняется с помощью эффектов мультипликатора и акселератора. Об акселераторе мы уже упоми-

нали при обзоре представлений Афталиона. Мультипликатор инвестиций был предложен Кейнсом Дж. и отражает взаимосвязь между инвестициями, потреблением и доходом: увеличение объема инвестиций вызывает рост доходов в отраслях, производящих элементы основного капитала, что в результате увеличивает потребительские расходы. Мы не будем более подробно описывать неокейнсианскую модель, поскольку она подробно изложена во всех современных учебниках по макроэкономике. Отметим только, что на основе неокейнсианских представлений разработано целый ряд математических моделей экономической динамики, позволяющих проследить зависимость между основными факторами цикличности, эти модели с успехом применяются в анализе экономических циклов по настоящее время [11, p.246].

Исходя из проведенного обзора, можно выделить несколько ключевых факторов цикличности, выделяемых различными авторами:

1. Динамика доступности ссудного капитала и процента по его привлечению
2. Появление и внедрение инноваций
3. Изменение предпочтений потребителей
4. Ожидаемая доходность инвестиций
5. Стоимость инвестиционных товаров

Соответственно, контрциклическая политика в регионе должна формироваться синхронно с инвестиционной, инновационной, промышленной политикой, а также политикой регулирования доходов населения. Кроме того, при применении контрциклических мер следует учитывать не только текущее состояние экономической конъюнктуры на национальном и мировом рынках, но также отслеживать фазу различных по времени циклом развития, в том числе больших циклов, охватывающих несколько десятилетий.

Особое значение приобретает инвестиционная политика, проводимая на региональном уровне, поскольку значительная составляющая циклического развития территории обусловлена неравномерностью инвестиционных потоков. Необходимым элементом инвестиционной политики должен являться мониторинг инвестиционной активности как на уровне региона в целом, так и на уровне отдельных территориальных единиц в составе региона. Инвести-

ционная привлекательность территорий также должна оцениваться на субрегиональном уровне. Как правило, инвестиционную активность связывают с двумя группами факторов – формирующим инвестиционный потенциал и составляющим инвестиционный риск [12, С.42]. Соответственно, и потенциал и риски необходимо анализировать в разрезе простроенного развития региона, целенаправленно и локализовано используя инструменты государственного регулирования социально экономического развития.

Субфедеральный уровень государственного управления встроен в систему государственной власти РФ, регион – лишь часть территории РФ, испытывающая влияние экономических, социальных, политических и иных факторов, действующих в национальных масштабах. Все это накладывает ряд ограничений на возможности проведения антициклической политики в рамках отдельного субъекта РФ. Данные ограничения выступают своего рода рамочными условиями, в обязательном порядке учитываемыми при формировании субфедеральной социально-экономической политики. В частности, нормативно определен объем полномочий органов государственной власти субъектов РФ и, соответственно, определяющий возможности использования различных методов и инструментов контрциклического регулирования.

Инструментарий антициклического регулирования в субъекте РФ опирается на широкий перечень методов и инструментов региональной политики. Этот перечень заметно отличается для федерального и субфедерального уровней, причем главное отличие заключается в том, что региональная администрация обладает меньшим количеством рычагов влияния на социально-экономическую сферу. С другой стороны, именно на уровне отдельных регионов наиболее эффективно использование инструментов, нацеленных на конкретные предприятия или группы населения.

Традиционно инструменты региональной политики разделяются на макро- и микроинструменты [13]. Макроинструменты влияют на экономическую систему региона (регионов) в целом, изменяя условия экономического развития одного или нескольких регионов. Микроинструменты представляют собой меры адрес-

ного воздействия на деятельность субъектов. В частности, разделяют меры воздействия на труд и на капитал. Подобное разделение было предложено американскими учеными Армстронгом Х. и Тейлором Д. [14, с.232]. При несомненном аналитическом потенциале данной классификации, последняя более применима для анализа федеральной региональной политики, поскольку у субъектов федерации арсенал макроинструментов значительно ограничен.

В отечественной литературе более распространен подход, при котором формы и методы государственного воздействия на экономику разделяются на прямые (административные) и косвенные (экономические). Среди экономических при этом перечисляются: индикативное планирование, целевое программирование, кредитно-денежные инструменты (регулирование денежной массы, антиинфляционные меры, процентная ставка ЦБ и др.), валютные рычаги (стабилизация национальной валюты, операции на открытом валютном рынке, девальвация национальной валюты), социальная политика (социальные программы, обеспечение занятости населения, социальная защита населения, регулирование доходов, контроль за динамикой цен и зарплаты, налоги, трансфертные платежи), внешнеэкономические формы воздействия (регулирование внешнеэкономической деятельности, таможенные платежи) [15, с.21].

Безусловно, разделение экономических и административных методов является оправданным. Однако стоит отметить, что приведенный перечень экономических методов не носит системного характера, используются различные классификационные признаки одновременно, некоторые инструменты обозначены довольно абстрактно (например, регулирование доходов), другие же являются целыми направлениями государственной политики (к примеру, социальная политика). Кроме того, применение данной классификации при анализе субфедеральной политики довольно затруднительно. Администрация субъекта РФ может использовать различные методы государственного регулирования экономического развития лишь в рамках своих конституционных полномочий. Так, денежная эмиссия, валютное и таможенное регулирова-

ние, как и федеральный бюджет, федеральные налоги и сборы, отнесены к сфере исключительных полномочий федерального уровня государственной власти [16, ст.71], следовательно, инструментарий кредитно-денежной политики практически полностью изымается из компетенции субъекта РФ, меры налогового-бюджетного регулирования значительно ограничиваются.

Относительно степени вмешательства государства и природы применяемых мер мы выделили в отдельные группы финансовые инструменты, меры прямого вмешательства государства в экономические процессы, организационно-управленческие инструменты и, наконец, внешнеэкономические методы и инструменты.

Ключевую роль в арсенале субфедеральной политики занимают финансовые инструменты [17], включающие в себя региональный бюджет, налоги, различные льготы, трансфертные платежи (в том числе дотации, субсидии и субвенции), кредиты. За рубежом особенно распространено применение такого инструмента как гранты. Кроме того, региональные власти могут заметно влиять на социально-экономическую ситуацию с помощью изменения размера заработной платы работников бюджетной сферы. Последний инструмент вполне можно отнести и к группе, относящейся к прямому вмешательству в экономику, тем более что бюджетники работают как раз в государственных учреждениях. Заработная плата выделена как отдельный инструмент, поскольку, во-первых, отношения между работниками и государством носят договорной характер (в отличие от прямого подчинения государственных учреждений), во-вторых, использование этих средств не подконтрольно государству (в отличие, например, от средств, выделяемых на оплату государственного заказа, которые направляются в конкретные предприятия), и, в-третьих, повышая платежеспособный спрос в регионе, заработная плата оказывает сильное воздействие с одной страны на объем и структуру предложения товаров и услуг, а, с другой, – на инфляционные процессы в экономике.

Особо стоит отметить такой финансовый инструмент как налоговое регулирование. Основное назначение региональных налогов

– формирование доходной части бюджета. К региональным относятся налоги на имущество организаций, на игорный бизнес и транспортный налог. Кроме того, в бюджет субъекта РФ зачисляется часть налоговых доходов от федеральных налогов и сборов, нормативы отчислений закрепляются в Бюджетном кодексе РФ и ФЗ «О федеральном бюджете РФ» на соответствующий год. Помимо фискальной функции, налоги могут использоваться как эффективный инструмент экономического регулирования. Региональная администрация может предоставлять налоговые льготы, бюджетные и налоговые кредиты, изменить ставки налоговых отчислений для отдельных предприятий или отраслей. Ограничивает использование этого инструмента тот факт, что снизить налоговые поступления (тем самым уменьшая доходы бюджета) имеют возможность лишь экономически благополучные регионы.

Группа инструментов прямого вмешательства в экономические процессы (или, иначе говоря, прямого участия в экономических процессах) включает в себя такие инструменты как государственная собственность, государственные предприятия и учреждения, государственный заказ и, наконец, государственные инвестиции. Данные инструменты отличаются тем, что регулирующее воздействие осуществляется на микроэкономическом уровне, следовательно, может быть более точным, адресным и целенаправленным, используя данные инструменты, государство занимает позицию равноправного экономического субъекта, вступая в договорные отношения с организациями частного сектора, конкурируя с последними.

Инструменты прямого вмешательства позволяют реализовать следующие задачи:

1. создание и пополнение материально-технической базы, необходимой для осуществления государственных функций;

2. активизировать экономическую деятельность в сферах, недостаточно привлекательных для бизнеса, с одной стороны, насыщая рынок необходимыми товарами и услугами, а с другой, создавая необходимую инфраструктуру, демонстрируя возможности и привлекательность данного сегмента рынка для частных капиталовложений;

3. реализация социально-значимых проектов, оказывающих значительное влияние на

современное и будущее состояние экономики и социума;

4. размещение свободных бюджетных средств, для предотвращения их обесценения и избегая исключения последних из рыночного оборота;

5. получение дополнительных бюджетных доходов.

Однако применение инструментария прямого вмешательства ограничивается тем, что государство зачастую неспособно добиться высокой эффективности управления и производства. Поэтому предпочтительным является привлечение негосударственных инвесторов или, как компромисс, долевое участие региональной администрации и бизнеса в тех или иных проектах. Одним из условий конкурентоспособности государственных предприятий является повышение их адаптивности к меняющимся условиям внешней среды, в этой связи повышаются требования к анализу деятельности предприятий, необходимым становится применение современных показателей, к примеру, коэффициента гибкости. Важно обеспечение прозрачности и открытости, для исключения злоупотреблений. Размещение средств предпочтительно осуществлять на конкурсной основе, причем экспертиза проектов должна производиться авторитетными и независимыми специалистами.

Организационно-управленческие инструменты, такие как прогнозирование, планирование и программирование, с одной стороны, позволяют упорядочить процесс принятия и исполнения управленческих решений, в том числе связанных с регулированием экономических процессов, повысить эффективность таких решений, а с другой стороны – служат основой для оценки деятельности субфедеральных органов власти.

Прогнозирование – это процесс научного предвидения (предсказания), базирующийся на учете разнообразных факторов, позволяющих охарактеризовать будущее состояние объекта. Результатом прогнозирования является выработка прогнозов – аргументированных представлений о будущем состоянии изучаемого объекта, носящих вероятностный характер. При прогнозировании социально-экономического развития на субфедеральном уровне преследуются три группы задач:

1. предвидение вариантов социально-экономического развития региона;

2. предвидение возможных последствий управленческих решений, влияющих на социально-экономические процессы;

3. корректировка управленческих решений в связи с изменениями в экономике региона и стране в целом.

По отношению к временному горизонту прогнозного периода выделяют следующие виды прогнозов: краткосрочные (на срок до 2 лет), среднесрочные (на период до 5-7 лет), долгосрочные прогнозы (на период до 20 лет) и сверхдолгосрочные (свыше 20-25 лет).

Роль планирования и программирования за последние годы значительно изменилась. Если в дореформенный период планы носили директивный характер, то в настоящее время сфера прямого планирования ограничена только государственным сектором. Все большую роль приобретает индикативное планирование, носящее рекомендательный характер и призванное помочь бизнесу и некоммерческим организациям в составлении их собственных планов.

Особое значение приобретает стратегическое планирование, актуальность которого повышается по мере стабилизации экономики и ее устойчивого роста. Цикл регионального стратегического планирования можно разбить на следующие стадии:

1. определение целей развития;

2. анализ внешней среды региона;

3. определение сильных и слабых сторон региона;

4. перспективы использования имеющихся и создание новых местных преимуществ;

5. разработка концепции развития;

6. разработка плана конкретных действий и осуществление стратегии;

7. анализ результативности и эффективности, корректировка целей и методов их достижения.

В настоящее время стратегические плановые документы различного вида приняты во всех субъектах РФ. Однако вопрос антициклического регулирования, чаще всего, не находит должного отражения в региональных стратегиях. В том числе это связано с тем, что значительная часть стратегических документов

субфедерального уровня не предусматривают возможности ухудшения макроэкономической конъюнктуры и возможности циклических колебаний показателей социально-экономического развития региона.

Внеэкономические методы регулирования традиционно занимают весьма значительное место в инструментарии региональных властей, часто заслоняя и оттесняя другие группы методов. Часто подобная ситуация означает нежелание, а порой и неумение, применять более тонкие экономические механизмы воздействия на социально-экономическое развитие. Административные барьеры в этом случае становятся непреодолимым препятствием для многих предпринимателей, что тормозит темпы экономического роста и становится преградой реализации потенциала саморегулирования рыночных процессов.

Многие инструменты контрициклического регулирования взаимосвязаны, поэтому их применение должно быть согласованным, составляя целостную систему регулирующего воздействия. Поскольку основное воздействие заключается в перераспределении финансовых ресурсов, финансовые инструменты занимают здесь центральное место. Но направление регулирующего воздействия и потока финансовых средств совпадает далеко не всегда. Так, для таких инструментов как финансовые трансферты и государственный заказ направленность совпадает, а вот для штрафов и налогов противоположна по знаку. В случае с кредитованием направленность финансовых потоков меняется в процессе действия инструмента. При осуществлении государственных инвестиций финансируется государственный сектор экономики, а регулирующее воздействие оказывается на экономику региона в целом.

Важнейшими направлениями контрициклического регулирования являются: инвестиционная политика, инновационная политика, промышленная и структурная политика. Причем, применение соответствующих мер не должно ограничиваться только периодом рецессии. Как говорилось выше, причины будущих экономических проблем закладываются еще на стадии экономического роста. Соответственно, необходим стратегический подход к контрициклическому регулированию, а регио-

нальная стратегия должна предусматривать не только возможность роста, но и вероятную возможность экономических трудностей. Только в этом случае применение контрциклических мер будет носить планомерный характер и позволит смягчить последствия неблагоприятной фазы экономического цикла.

Источники

1. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики. М., 2001.
2. Potts J. The geometry of economic space. The University of Queensland. Australia. 1999.
3. Большой энциклопедический словарь. М.: Большая российская энциклопедия. СПб: Норинт. 1999.
4. Большая экономическая энциклопедия. М.: Эксмо. 2007.
5. Туган-Барановский М.И. Периодические промышленные кризисы. М., 1997.
6. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. М.: Экономика, 2002.
7. Schumpeter J. A. Business cycles. A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process [электронный ресурс] // URL:http://docenti.lett.unisi.it/files/115/17/2/1/BusinessCycles_Fels.pdf (дата обращения 12.03.2014).
8. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982.
9. Афталион А. Периодические промышленные кризисы. М.-Л.: Гос. изд-во, 1930.
10. Хансен Э. Экономические циклы и национальный доход. М.: Изд-во иностранной литературы, 1959.
11. Silvana de Paula, Gary Dymski. Reimagining growth: towards a renewal of development theory. London ; New York : Zed Books, 2005.
12. Царегородцев Е.И. Инвестиционная привлекательность региона в контексте инновационной экономики // Инновационное развитие экономики. 2013. №6 (17).
13. Perez G.J., Rowland P. Regional economic policy in case-studies from four countries // Colombian Economic Journal. 2004. Vol. 2. № 1.
14. Armstrong H., Taylor J. Regional Economics and Policy. Blackwell Publishing. 2000.
15. Развитие экономики регионов / под ред. Н.И. Каширских, И.В. Разорвина, И.Д. Тургель. Екатеринбург, 2002.
16. Конституция РФ // Российская Газета. 1993.
17. Гусарова В.Н. Методологические аспекты формирования и реализации региональной финансовой политики // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Экономические и технические науки. 2013. №3.
18. Местная экономическая политика в России: очерк становления и трансформации (1995 - 2005). М.: Московский общественный научный фонд; Леонтьевский центр, 2006.

Романов Е.В.,
д.п.н., профессор
Магнитогорского государственного технического
университета им Г.И. Носова.

Romanov Eu.V.,
D.Sc., professor of Nosov Magnitogorsk State Technical
University.

ИСХОДНОЕ УСЛОВИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ

INITIAL CONDITION OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE HIGHER EDUCATION IN RUSSIA

Аннотация

Обоснован принцип «рациональной кадровой избыточности» как императив инновационного развития высшего образования в России. В основе данного принципа должна лежать законодательная регламентация учебной, учебно-методической, научно-исследовательской и организационно-методической работы преподавателя высшей школы.

Annotation

The principle of «rational personnel redundancy» as an imperative of innovative development of the higher education in Russia is reasonable. At the heart of this principle the legislative regulation of educational, educational and methodical, research and organizational and methodical work of the teacher of the higher school has to lie.

Ключевые слова:

Стратегия развития человеческого капитала; трудоемкость образовательной программы; нормативы учебной и внеучебной работы.

Keywords:

Strategy of development of the human capital; labor input of an educational program; standards of educational and nonlearning work.

Современная внешнеполитическая ситуация, экономические санкции со стороны Запада актуализируют исследования, нацеленные на разработку методологии и теории реиндустриализации российской экономики («новой индустриализации»). На наш взгляд, для вхождения России в течение ближайших 10 лет в число стран с шестым технологическим укладом, должна быть разработана и реализована стратегия, базирующаяся на использовании конкурентного преимущества, которое сохраняется у России – человеческого капитала.

Анализ событий в Украине позволяет нам высказать предположение, что основная причина украинского кризиса заключается не только в геополитических, но и главным образом в экономических целях, которые преследуют США (попытка вытеснения России с газового рынка, увеличение оборонных бюджетов стран-членов НАТО и т.д.). Нам представляется, что ресурс технологий пятого технологического уклада в США во многом себя исчерпал: косвенным подтверждением этому служит презентация новой модели I-Phone, в котором не заложено существенных технологических решений по сравнению с прежней моделью. Создание технологий шестого уклада требуют новых идей и людей, способных эти идеи генерировать. И страной, которая обладает соответствующим человеческим ресурсом, является Россия. Дестабилизация, ухудшение экономического положения в стране на фоне сомнительных реформ в сфере образования и науки должны стать условиями для оттока талантливой молодежи на Запад. Противодействие реализации этой цели и должна оказать стратегия использования человеческого капитала в России.

Применительно к высшему образованию реализация данной стратегии должна способствовать созданию условий для воспроизводства кадрового потенциала вузов в соответствии с современными политическими и экономическими вызовами. При этом должны быть созданы равные условия для конкуренции образовательных организаций, как основания их инновационного развития. Повышение качества образования взаимосвязано с установлением понятных и прозрачных принципов регламентирующих труд преподавателя, его оплату, а соответственно и определение

размера субсидии образовательной организации для осуществления основной деятельности деятельности.

Решение задач инновационного развития образовательных организаций в частности, и высшего образования в целом, мы связываем с реализацией исходного условия, которое мы определили как принцип «рациональной кадровой избыточности». Сущность принципа состоит в тщательном анализе потребности в преподавателях высшей школы с учетом стратегических «запросов» экономики в специалистах тех или иных отраслей и специфики подготовки кадров, определения трудоемкости образовательных программ и нормативов соотношения количества студентов, приходящихся на одного преподавателя. Это создаст условия для предотвращения необоснованного сокращения преподавателей вузов, обновления кадрового состава при сохранении преемственности в решении образовательных и научных задач, выравнивания неравномерности развития человеческого капитала в регионах.

Определение трудоемкости образовательной программы необходимо осуществлять с установления минимально необходимого количества преподавателей, обеспечивающих эту программу. Данная работа может осуществляться соответствующими учебно-методическими объединениями (УМО), которые разрабатывают типовые образовательные программы. Исходя из максимального количества дисциплин, которые может качественно «вести» преподаватель, определяется предварительное количество штатных единиц ППС (ставок), необходимых для обеспечения образовательной программы. Если предположить, что качественное преподавание предполагает «закрепление» за преподавателем 2-4 дисциплин, то при среднем количестве дисциплин по направлению (60 дисциплин), количество штатных преподавателей составит 15-30 человек.

Данный расчет имеет предварительный характер, такие «условные» ставки касаются только учебной нагрузки (так называемой «первой половины дня»). Для полноценного и корректного определения общего количества ставок как показателя, определяющего трудоемкость образовательной программы,

необходим учет времени на осуществление различных видов внеучебной работы (учебно-методической, организационно-методической, научно-исследовательской, воспитательной и др.) и определение норм на их выполнение.

В Законе «Об образовании в РФ» определен предельный уровень учебной нагрузки преподавателя высшей школы – не более 900 часов. Нормативно не определена структура нагрузки преподавателей, отвечающих за разные блоки в учебном плане подготовки будущих выпускников, и не регламентировано соотношение аудиторной и внеаудиторной нагрузки. В вузах России (особенно региональных) становится нормой нагрузка профессора в 900 часов на одну ставку.

Нам представляется удачным опыт Высшей школы экономики в части определения норматива учебной и аудиторной нагрузки и его законодательной регламентации. В «Справочнике учебного процесса НИУ ВШЭ» для профессорско-преподавательского состава устанавливаются минимумы учебной (от 500 до 750 часов в зависимости от должности и кафедры) и аудиторной нагрузки (профессор – 144 часов на ставку; доцент – 216 часов; старший преподаватель, преподаватель, ассистент – 288 часов) [1].

В соответствии с принципами планирования и учета объема работы научно-педагогических работников, выполняющих учебную работу в национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики», на 2014-2015 г. (утверждены приказом НИУ ВШЭ от 01.09.2014 №6.18.1-01/0109-09) в зависимости от результативности научно-исследовательской деятельности преподавателя для каждой должности выделяются три категории минимумов годовых нормативов учебной нагрузки (в часах): стандартная, повышенная и пониженная (табл. 1). Такой подход мы считаем рациональным: уровень учебной нагрузки становится средством стимулирования научно-исследовательской деятельности и повышения ее продуктивности.

Для полноценного и корректного определения общего количества ставок как показателя, определяющего трудоемкость образовательной программы, необходимо определение норм времени на выполнение различных видов внеучебной работы (учебно-методиче-

Таблица 1. Нормативы учебной нагрузки НИУ ВШЭ

Должность ППС	Категория выполнения учебной нагрузки	Все департаменты	Департамент иностранных языков и ППС иностранных языков других департаментов	Кафедра физвоспитания
Профессор	Стандартная	600	500	550
	Повышенная	750	625	687,5
	Пониженная	450	375	412,5
Доцент	Стандартная	700	600	650
	Повышенная	875	750	812,5
	Пониженная	525	450	487,5
Старший преподаватель	Стандартная	750	650	700
	Повышенная	900	812,5	875
	Пониженная	562,5	487,5	525
Преподаватель, ассистент	Стандартная	750	700	725
	Повышенная	900	875	900
	Пониженная	562,5	525	543,75

ской, организационно-методической, научно-исследовательской, воспитательной и др.). На сегодняшний день вузы самостоятельно регламентируют данные нормы. Единого подхода не существует. Хотя вполне логично, чтобы такая регламентация существовала, поскольку нормативы затрат на одного студента по одному и тому же направлению подготовки приняты едиными по всей стране.

Например, в Финансовом университете при Правительстве РФ в соответствии с приказом «О введении «Норм расчета объема педагогической нагрузки профессорско-преподавательского состава Финансового университета» от 01.04.2014 [2] предусмотрены нормы времени для определения трудоемкости учебно-методической, научно-исследовательской, организационно-методической работы. Например, в разделе касающимся учебно-методической работы, подготовка к лекциям по дисциплинам направления бакалавриата составляет 2 часа на 1 академический час, программам магистратуры и программам ДПО – 3 часа, вновь вводимым программам магистратуры и программам аспирантуры – 4 часа; подготовка к практическим и семинарским занятиям бакалавриата, магистратуры и ДПО, аспирантуры составляет соответственно 1, 2 и 4 часа на 1 академический час; подготовка рабочей

программы – 25 часов на 1 зачетную единицу; подготовка учебно-методических материалов по дисциплинам ООП и программам ДПО – 30 часов на 1 печатный лист, подготовка к изданию учебных пособий, курсов лекций по дисциплинам – 50 часов на 1 печатный лист, учебника – 90 часов на 1 печатный лист. В научно-исследовательской работе: проведение научных исследований в рамках общеуниверситетской комплексной темы НИР – 60 часов за 1 печатный лист; подготовка к изданию монографических исследований – 90 часов за 1 печатный лист; подготовка и издание статей в научных изданиях – 60 часов за 1 печатный лист; выступление или публикация тезисов выступлений и докладов на научных конференциях, круглых столах, симпозиумах и т.д. – 30 часов за 1 печатный лист; руководство научно-исследовательской работой студентов (подготовкой творческой работы, доклада, выступления на конференции) – 3 часа на 1 работу.

При переработке любых видов учебно-методических материалов и научно-исследовательских работ расчет производится исходя из 1/3 от приведенных в норм.

На основе данных нормативов мы рассчитали трудоемкость минимально необходимого объема учебно-методической, научно-исследовательской и организационно-методиче-

ской работы старшего преподавателя со стандартной учебной нагрузкой 750 часов в год. Исходные данные для расчета:

а) преподаватель преподает 4 дисциплины, трудоемкость каждой из которых составляет 3 зачетных единицы (108 часов). Объем лекционной нагрузки – 120 часов, проведение практических (семинарских занятий) – 384 часа;

б) полагаем, что преподаватель читает дисциплины не первый год, поэтому учебно-методическая работа, связанная с переработкой соответствующих материалов производится исходя из уменьшенного в три раза норматива;

в) допускаем, что преподаватель публикует в год статей объемом 2 п.л., и примет участие в руководстве научной работой тремя студентами;

г) расчет осуществляется без учета работ, связанных с подготовкой (или переработкой) к изданию учебных пособий, курсов лекций и т.д., (что осуществляет ежегодно каждый преподаватель); поведения научных исследований в рамках общеуниверситетской комплексной НИР; подготовкой к изданию монографических исследований и т.д.

Результаты расчета показывают, что при принятых допущениях выполненный объем учебно-методической, научно-исследовательской и организационно методической работы составит 989 часов. Таким образом, общий объем выполненной нагрузки равен 1739 часам ($750+989=1739$). Если исходить из того, что, максимально возможный фонд рабочего времени преподавателя высшей школы при работе на одну ставку должен составлять 1440 часов [3], то объем часов, отработанных сверх ставки в данном случае составит 299 часов, оплата которых происходит посредством оформления внутреннего совместительства или на основе «почасовой».

Проведенный расчет показывает, что увеличение объема нагрузки «первой половины дня», влечет за собой увеличение отработанных часов во «второй половине». Достаточно просто осуществляется расчет максимального количества часов аудиторных занятий, которые может вести преподаватель, выполняющий минимально необходимый объем учебно-методической, научно-исследовательской и орга-

низационно-методической работы.

Данные нормативы Финансового университета при Правительстве РФ могут быть взяты за основу при законодательной регламентации трудоемкости «второй половины дня» (учебно-методической, научно-исследовательской и организационно-методической работы). При этом мы осознаем, что учет публикационной активности, качества всех видов деятельности требует взвешенной оценки: публикация в журнале перечня ВАК и в «обычном» журнале имеет разную значимость; издание пособия с грифом соответствующего УМО или без грифа и т.д.

Данную взвешенную оценку каждый вуз может осуществлять в соответствии с собственными регламентами, равно как и определение размера соответствующих доплат за качество и продуктивность деятельности.

Стратегия, реализуемая Министерством образования и науки, в краткосрочной перспективе будет способствовать усилению неравномерности развития человеческого капитала в регионах, еще большей дифференциации между «статусными» и «обычными» вузами. Мера понимания проблем высшего образования представлена следующим высказыванием министра образования и науки Российской Федерации на заседании Совета по науке и образованию 23 июня 2014 года [4]:

«...У нас сейчас нет никакого нормирования нагрузки на преподавателей. Мы отмечаем, что это дело самого вуза – распределять нагрузку. И именно там, где преподаватели не ведут никакой научной работы, вузы как раз и нагружают их учебной работой. А там, где преподаватели работают и занимаются наукой, там у них и нагрузки не превышают 300–400 часов в год, как в наших ведущих вузах, поэтому путать причину и следствие, мне кажется, не стоит».

Нам представляется, что причина и следствие «перепутаны» не оппонентом, к которому обращался министр.

Источники

1. Справочник учебного процесса НИУ ВШЭ. Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики // URL: <http://www.hse.ru/studyspravka/indnagruzka>

2. Приказ от 01.04.2014 № 612/0 «О введении «Норм расчета объема педагогической нагрузки профессорско-преподавательского состава Финансового

университета» // URL:<http://www.fa.ru/dep/ou/module/Documents/>

3. Михалкина Е., Скачкова Л., Гапоненко Н. Нормирование труда в высших учебных заведениях: анализ норм труда профессорско-преподавательского состава. Лаборатория мониторинга и анализа рынка труда // URL: <http://lmart.sfedu.ru/index.php/issledovanie-i-ekspertiza-rynka-ruda/publikatsii-sotrudnikov/33-ffgfh>

4. Заседание Совета по науке и образованию 23 июня 2014 года. Москва, Кремль // URL: <http://www.kremlin.ru/news/45962>

Ручкин А.В.,

ассистент Уральского института-филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

Ruchkin A.V.,

assistant professor of Ural Institute – a branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration.

ФОРМАЛЬНЫЕ И НЕФОРМАЛЬНЫЕ НАГРАДНЫЕ ИНСТИТУТЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

FORMAL AND INFORMAL REWARD INSTITUTIONS IN RUSSIAN FEDERATION

Аннотация

В статье автор на основе контент-анализа Указов Президента РФ с 1991 по 2012 год, раскрывающие трансформацию наградных институтов, и опроса экспертов, проведенного в 2012 году, выявляет формальные и неформальные наградные институты, действующие в современной России. В качестве основного метода анализа функционирования данного вида институтов используется алгоритм ADICO, предложенный Э. Остром и С. Кроуфорд. Исходя из полученных данных, автором делается вывод о необходимости модернизации алгоритма за счет введения элемента S (subjects). По результатам анализа полученных данных проводится социально-экономическое и политическое обоснование преобразований наградных институтов, даются рекомендации по изменению структуры, состава и иерархии государственных наград в современной России.

Abstract

In the article the author based on a content analysis of decrees of the President of the Russian Federation from 1991 to the year 2012, revealing the transformation award institutions and expert survey conducted in the year 2012, reveals the formal and informal reward institutions operating in modern Russia. As the main method of analysis of the functioning of this type of institutions is used algorithm ADICO, proposed by E. Ostrom and S. Crawford. Based on the data obtained, the author concluded that retrofitting algorithm by introducing an element of S (subjects). Based on the results of the data analysis is conducted socio-economic and political rationale for change award institutions, provides recommendations on changing the structure, composition and hierarchy of state awards in modern Russia.

Ключевые слова:

Формальные наградные институты, неформальные наградные институты, ADICO, государственные награды России.

Key words:

formal award institutions, non-formal award institutions, ADICO, state awards of Russia.

Процессы, связанные с учреждением государственных наград, представлением к награде, непосредственно награждением и отзывом знака отличия, фиксируются системой норм и правил, прежде всего, правовых норм. Они же выступают важнейшими механизмами, регулирующими действия и взаимоотношения субъектов. Социологический анализ взаимодействия в рамках наград государства и организаций предполагает выяснение того, насколько фактическое их состояние соответствует должному, насколько принятые нормы о признании заслуг гражданина, юридического лица или административно-территориальной единицы воплощены в реальность. Этим обусловлена значимость исследования институциональных аспектов названных отношений. Важнейшими механизмами, регулирующими эти действия и взаимоотношения субъектов, являются социальные институты.

Мы будем опираться на нормативную трактовку социальных институтов, включающую в себя формальные и неформальные нормы и правила, которые приняты и используются в государстве и обществе, предложенную Остром Э.

Остром Э. подчеркивает, что «институты» можно определить как набор работающих правил, используемых для установления того, кто правомочен принимать решения на той или иной площадке, какие действия допустимы, а какие ограничиваются, какие правила агрегирования будут использоваться, каким процедурам нужно будет следовать, какая информация должна предоставляться, а какая – нет, как и за какие действия будут вознаграждаться индивиды» [1, с.109]. Данное определение мы будем использовать в своей работе как основное, рабочее с целью рассмотрения формирования и функционирования наградных институтов в современной России.

Исходя из логики Остром Э., все правила содержат предписания, запрещающие, разрешающие или требующие осуществления каких-то действий или достижение каких-то результатов. При этом учитываться должны только те правила, которые фактически используются.

В контексте данной трактовки для нас важное значение будут иметь:

- нормы и правила, которые нормативно устанавливаются для потенциальных кавале-

ров государственных наград, и их изменения во времени;

- неформальные взаимодействия и условия, которые законодательно не закреплены, но имеют статус правил в силу практического применения [2, 3].

Исходя из избранного нами основного определения понятия института, под наградными институтами мы будем понимать законодательно закрепленные (формальные) и реально действующие (неформальные) нормы и правила, которые регулируют деятельность субъектов процесса награждения.

Под формальными наградными институтами мы будем понимать набор норм и правил в сфере представления к государственным наградам и последующего награждения, выраженные в юридически закрепленной форме, которые используются для установления круга лиц и/или органов власти, которые имеют право принимать решения по награждению новiciата, оценивать его заслуги и определять за какие действия будут вознаграждаться индивиды.

Данные наградные институты, выраженные в нормативных правовых актах, в том числе локальных, базируются на документальной, юридически закрепленной форме (закон, постановление, указ, распоряжение и т.д.). Однако нормативная правовая база, определяющая функционирование государственных наград динамична, в силу изменения государственной политики и практики социальных действий, обретающих «прочность» в процессе их деятельности и закрепляющиеся в рамках нормативного мофогенеза: «обоснование и кристаллизация нормативной структуры, культурных образцов, правил, норм или ценностей» [4, с. 436]. В связи с этим наряду с формальными наградными институтами действуют и неформальные наградные институты, которые представляют собой действующие, законодательно не закрепленные нормы и правила в сфере представления к государственным наградам и последующего награждения, которые используются субъектами наградного процесса в практической деятельности в случае правовых пробелов либо в силу неофициально распоряжения вышестоящих инстанций.

В фокусе внимания исследователей чаще оказываются именно те «конкурирующие» не-

формальные институты, которые не просто подменяют собой формальные правила, но и приводят к негативным эффектам [5, с. 7]. Данное отношение к неформальным институтам и последующим взаимодействием акторов, как правило, связано с тем, что институциональные реформы либо отторгаются субъектами в силу несоответствия аксиологическим устоям, либо не обеспечивают «эффективные формы коммуникации, опосредования интересов и реализации решений» [6]. В последнем случае неформальные институты позволяют компенсировать неэффективность формальных структур [7; 8, с.725-740].

Неформальные институты и, как следствие, последующее взаимодействие между субъектами, основанное на данных институтах, классифицируются исходя из того, какова логика их взаимодействия с институтами формальными: дополнение недостаточно подробных или однозначных юридически закрепленных норм, замещение правовых лакун, приспособление действующих норм к интересам исполнителей либо изменившейся реальности, создание альтернативной, конкурирующей нормы в соответствии с интересами актора, обладающего властью. Являясь безусловно удобной с прикладной точки зрения, эта схема, однако, содержит все методологические изъяны «неформалистского» подхода: внутренняя логика развития анализируемых институтов, механизмы их функционирования безотносительно формальных норм в эту систему не укладываются. Личностно-ориентированное взаимодействие оказывается здесь чуть ли не результатом сосуществования формальных и неформальных институтов; естественный вывод – необходимо рационализировать все, что только можно, «неформальные» институты в итоге исчезнут [9, с.35]. В связи с этим мы будем рассматривать формальные и неформальные наградные институты в современной России, исходя из, во-первых, их взаимодействия, во-вторых, исторического контекста. Исторический контекст обусловлен развитием и модификацией социальной жизни, когда зарождаются и новые социальные институты, которые являются продуктом культурно-исторического развития. Как отмечают Бергер П. и Лукман Т., невозможно адекватно понять институт, не понимая исторического процесса, в ходе которо-

го он был создан [10, с. 47].

В основу анализа будет положен алгоритм, предложенный Э. Остром и С. Кроуфорд, выраженный в аббревиатуре ADICO:

- A (attributes) – атрибуты, границы действия института;

- D (deontic) – правила участия, учитывающие время, место, технологию и/или количество ресурсных единиц, связанные с местными условиями;

- I (aim) – описывает цель, достижению которой способствует фактор D, цели упорядочивания прав и свобод круга акторов, участвующих в деятельности института;

- C (conditions) - фактор долженствования (может или не может/не должен принимать индивид участие в функционировании данного института);

- O (or else) – санкции за нарушение правил участия [11, с.582-600].

1. Границы действия формальных и неформальных наградных институтов.

Границы действия институтов подразумевают под собой сферу влияния, проникновения в другие институты, распространение в различные сферы жизнедеятельности индивидов и социальных групп («границы-сферы»), а также круг лиц, которые имеют право на участие («границы-лица»).

1.1. «Границы-сферы». Сферы влияния наградных институтов указаны в определении государственных наград, составе и статутах государственных наград. Потенциально государственные награды на данный исторический период охватывают все сферы жизнедеятельности индивидов и социальных групп, однако так было не всегда (табл. 1).

Изначально, в 1994 г., когда было утверждено первое положение о государственных наградах России, а затем и в 1999 г., на первое место в определении государственных наград были поставлены защита Отечества и государственное строительство, что связано, на наш взгляд, во-первых, с установлением и развитием новых форм осуществления государственной власти, взаимодействия с субъектами РФ, определения механизмов данных отношений (в 1994 г.), во-вторых, с ростом сепаратистских и национальных движений, в частности, на Северном Кавказе (в 1994 и 1999 гг.) [13, с.331].

Однако в 1995 г. во главу угла поставлена

Таблица 1.

Изменения, вносимые нормативными правовыми актами, в общую часть положений о государственных наградах РФ [12]

Год	Изменения общей части положений о государственных наградах РФ
1994	1. Государственные награды РФ являются высшей формой поощрения граждан за выдающиеся заслуги в защите Отечества, государственном строительстве, экономике, науке, культуре, искусстве, воспитании, просвещении, охране здоровья, жизни и прав граждан, благотворительной деятельности и иные выдающиеся заслуги перед государством.
1995	1. Государственные награды РФ являются высшей формой поощрения граждан за выдающиеся заслуги в экономике, науке, культуре, искусстве, защите Отечества, государственном строительстве, воспитании, просвещении, охране здоровья, жизни и прав граждан, благотворительной деятельности и иные заслуги перед государством.
1999	1. Государственные награды РФ являются высшей формой поощрения граждан за выдающиеся заслуги в защите Отечества, государственном строительстве, экономике, науке, культуре, искусстве, воспитании, просвещении, охране здоровья, жизни и прав граждан, благотворительной деятельности и иные выдающиеся заслуги перед государством.
2010	1. Государственные награды РФ являются высшей формой поощрения граждан РФ за заслуги в области государственного строительства, экономики, науки, культуры, искусства и просвещения, в укреплении законности, охране здоровья и жизни, защите прав и свобод граждан, воспитании, развитии спорта, за значительный вклад в дело защиты Отечества и обеспечение безопасности государства, за активную благотворительную деятельность и иные заслуги перед государством.

экономика, поскольку в РФ начинается поиск пути перехода на рыночные отношения в короткие сроки, изменения сознания населения, связанным с переходом от распределительных отношений к рыночным отношениям, резким снижением промышленного производства, об-

нищением населения и ростом социальной напряженности [17, с.5-6] (состояние экономики).

В 2010 г., как видно из представленного выше определения, государственными наградами может поощряться и контртеррористическая деятельность, что связано с угрозой международного терроризма на территории РФ. Кроме того, особо выделяется поощрение в сфере спорта и обеспечение безопасности государства. Внесение данных изменений в общие положения о представлении к государственным наградам связано, на наш взгляд, с процессами глобализации (формированию наднациональных союзов, наднациональных идей, «растворению» границ, расширению рынков и т.д.), которые активно разворачиваются как в России, так и в других странах [14, с. 19-20; 15, с. 6].

1.2. «Границы-лица». Данный аспект определения границ действия формальных и неформальных наградных институтов связан с определением круга лиц, которые имеют право участвовать в процессе функционирования данных институтов: граждане, социальные группы и организации, претендующие на получение государственных наград. Круг лиц устанавливается при помощи формальных наградных институтов и закрепляется в общих положениях о государственных наградах и статутах.

Неформальные институты видоизменяют границы формальных институтов в части сферы действия, ограничивая их, и в части круга лиц, также задавая жесткие рамки. Например,

круг лиц неформально ограничивается количественно органами государственной власти в процессе оценки деятельности потенциальных кавалеров государственных наград современной России. Негласно устанавливаются квоты по каждой из наград, а также квоты по численности работников предприятия. Получается, что в процессе представления к награде могут быть награждены не «лучшие из лучших», а «первые», кто подал документы на получение государственной награды и соответствующий минимальным требованиям статута.

2. Правила участия.

Наличие статуты орденов, осуществление оценки заслуг награжденного в масштабах определенной административно-территориальной единицы позволяет говорить о декларировании определенной деятельности, ценностей и социальных норм, которые должны быть присущи деятельности, образа жизни и морального облика новiciата. В РФ, как правило, нет четких требований к заслугам награжденных, они каждый раз определяются индивидуально. Однако эта практика существовала на территории России не всегда. В период Великой Отечественной войны для получения того или иного знака отличия, входящего в структуру государственных наград, определялись конкретные количественные и качественные показатели деятельности, от реализации которых зависело получение награды [10]. Изменения в статутах государственных наград рассмотрены в табл. 2.

Представленные данные таблицы 2 по-

Таблица 2.

Изменения, вносимые в статуты государственных наград РФ, 1995-2011 [12]

Год	Изменения в статутах наград
1995	1. Награждение военным орденом Святого Георгия и знаком отличия - Георгиевский Крест, военными орденами Суворова, Ушакова, Кутузова, Александра Невского, Нахимова производится за подвиги и отличия в боях по защите Отечества при нападении на РФ внешнего противника. 2. За новые особо выдающиеся заслуги перед государством орденом «За заслуги перед Отечеством» без награждения медалью могут быть награждены Герои РФ, Герои Советского Союза, Герои Социалистического Труда, лица, награжденные орденами, знаком отличия «За безупречную службу», или лица, удостоенные почетных званий (ранее в этот перечень были помимо включены лица, награжденные орденом Славы всех трех степеней, орденом Трудовой Славы всех трех степеней, орденом «За службу Родине в Вооруженных Силах СССР» всех трех степеней). 3. При наличии у награжденного высшей степени ордена низшая степень этого ордена и медали ордена «За заслуги перед Отечеством» не носят, за исключением орденов и медалей ордена «За заслуги перед Отечеством» с изображением мечей.

1995	4. Орденом Дружбы награждаются граждане за большой вклад в укрепление дружбы и сотрудничества наций и народностей, высокие трудовые достижения в развитии экономики России (ранее - высокие трудовые достижения в области развития народного хозяйства, направленные на экономическое укрепление межнациональных связей между народами РФ), за особо плодотворную деятельность в развитии науки, сближении и взаимообогащении культур наций и народностей, укреплении мира и дружественных отношений между государствами (ранее - за заслуги в развитии сотрудничества между народами, укреплении мира и дружественных отношений между государствами). 5. Медаль ордена «За заслуги перед Отечеством» по статуту можно получить, кроме ранее перечисленного, за большой вклад в дело защиты Отечества. 6. Медалью Суворова награждаются военнослужащие (ранее - военнослужащие сухопутных войск, ракетных войск стратегического назначения, войск противовоздушной обороны, пограничных, внутренних, железнодорожных войск, войск гражданской обороны) за личное мужество и отвагу, проявленные при защите Отечества и государственных интересов РФ в боевых действиях на суше (введено), при несении боевой службы и боевого дежурства, на учениях и маневрах, при несении службы по охране государственной границы Российской Федерации, за отличные показатели в боевой подготовке и полевой выучке (ранее было приписано – в период прохождения военной службы).
1999	1. Награждение знаком отличия «За безупречную службу» производится за конкретный вклад в развитие российской государственности, иную плодотворную деятельность, принесшую существенную пользу Отечеству (ранее – за конкретные заслуги, принесшие пользу Отечеству).
2010	1. Орденом «За заслуги перед Отечеством» награждаются граждане за особо выдающиеся заслуги, связанные с укреплением российской государственности, социально-экономическим развитием страны, научно-исследовательской деятельностью, развитием культуры и искусства, выдающимися спортивными достижениями (введено впервые), укреплением мира, дружбы и сотрудничества между народами, за значительный вклад в укрепление обороноспособности страны. 2. Утверждены статуты орденов: Суворова, Кутузова, Ушакова, Нахимова. 3. Конкретизированы требования для новичиатов ордена Почета в сфере производства, связи, транспорта, энергетики, науки, образования, спорта и т.д. 4. Конкретизированы требования для новичиатов ордена Дружбы.
2011	1. Орденом «За военные заслуги» также награждаются работники оборонно-промышленного комплекса РФ, научных и научно-исследовательских организаций, государственных органов: за заслуги в разработке, производстве и введении в эксплуатацию современной военной техники и вооружения; за личный вклад в реализацию государственной военной политики, развитие военной науки, укрепление обороноспособности страны и содействие межгосударственному военно-техническому сотрудничеству (данные основания для награждения введены впервые). 3. Знак отличия «За безупречную службу» XV, XX, XXV или XXX (лет) – военнослужащие, безупречно прослужившие соответственно 15, 20, 25 или 30 лет и награжденные двумя и более наградами федеральных государственных органов (требование введено впервые).

казывают, во-первых, приоритеты в государственной политике, обусловленные экономическим аспектом, изменения курса политики с течением времени, а также установление новых шаблонов поведения, которые востребованы государством. Во-вторых, динамика развития государственных наград обусловлена, на наш взгляд, и изменениями в социально-профессиональной и стратификационной структурах.

В рамках возможности представления к ордену «За заслуги перед Отечеством» без на-

граждения медалью могут быть награждены Герои РФ, Герои Советского Союза, Герои Социалистического Труда, лица, награжденные орденами, знаком отличия «За безупречную службу», или лица, удостоенные почетных званий, руководящая элита, которая, как мы говорили ранее, сформированная на базе советской номенклатуры, закрепила за собой право награждения без дополнительных условий, поскольку распределение наград в период СССР происходило по принципу занимаемых должностей и постов [18, с.212-222]. Данное усло-

вие закрепило также право поощрения лиц, поддерживающих власть и ранее поощрявшихся ей (по А. Инкельсу): директора и руководители крупных государственных предприятий и учреждений, руководители творческих союзов, академия наук, фавориты среди писателей, ученых и артистов [19, с.74]. Таким образом, государство на первоначальном этапе формирования государственных наград России закрепило на нормативном уровне процессы распределения государственных наград, сформированные в период СССР. В дальнейшем, новые нормы только укрепляли данный процесс за счет введения новых наград для государственных служащих и «обслуживающей прослойки», то есть представляющих ее профессий.

Стоит отметить, что статья 55 Федерального закона «О государственной гражданской службе РФ» и статья 26 Федерального закона «О муниципальной службе РФ» устанавливают право награждения орденами и медалями государственных гражданских и муниципальных служащих, а также присвоение почетных званий за безупречную и эффективную службу [10; 18]. Исходя из основных принципов, закрепленных в статутах государственных наград РФ, например, чтобы быть удостоенным почетного звания «Заслуженный...» необходимо продемонстрировать высокое профессиональное мастерство, достичь высокой результативности в сфере отраслевой деятельности, чтобы получить орден Почета, необходимы конкретные высокие достижения [18, с. 212-222], лица, замещающие государственные должности, то есть находящиеся в статусе руководителя, должны внести какое-либо новаторство, которое существенно повлияло на развитие какой-либо сферы деятельности, позволит найти прогрессивные технические решения в государственном и муниципальном управлении, бизнесе или науке, снизить риски и издержки производства, государственные и муниципальные служащие – перевыполнить нормы труда по сравнению с показателями, сложившимися в целом по отрасли или региону, внедрить собственные практические разработки, технические приемы [20]. Однако данные заслуги в сфере деятельности государственных гражданских и муниципальных служащих невозможны, поскольку данная кате-

гория работников не может превышать своих полномочий и вносить изменения в процессы вследствие подчинения административным и должностным регламентам.

Возможность получения государственных наград часто ограничена такими стратификационными факторами как образование, возраст и профессиональный статус. Например, в системе государственных наград России в разные периоды времени, были закреплены законодательно определенные требования к квалификации и/или трудовому стажу будущего кавалера, что подразумевает соблюдение возрастного ценза.

В современной России ограничение по образованию (квалификации) связано со степенью профессионализма и характерно (в основном) для почетных званий. Например, почетное звание «Заслуженный землеустроитель РФ» присваивается высокопрофессиональным землеустроителям – кадастровым инженерам и техникам, однако индикаторы измерения «высокого профессионализма» законодательно не закреплены. Существуют в отношении некоторых государственных наград существуют формальные требования к образованию (уровню квалификации). Так, почетное звание «Заслуженный деятель науки РФ» присваивается при наличии у представленного к награде лица ученой степени доктора наук [18].

Срок выслуги предполагает ограничение, по которому новичат не может быть награжден, не проработав определенной количество лет с начала трудовой деятельности, а также обязательный «временной лаг» между награждениями (не менее 5 лет после предыдущего награждения, за исключением награждения за совершение подвига, проявленные мужество, смелость и отвагу). Так, награждение граждан орденом «За военные заслуги» производится при условии добросовестной службы не менее 20 календарных лет, а почетное звание «Заслуженный работник дипломатической службы РФ» присваивается, как правило, не ранее чем через 20 лет с начала осуществления профессиональной деятельности [18].

Кроме того, неформализованы и следующие требования, которые носят рекомендательный характер:

- к стажу награжденного на одном рабочем месте (не менее трех лет);

- к составу лиц, представляемых к государственным наградам: «необходимо подбирать лиц, представляемых к награждению из одного коллектива таким образом, чтобы не менее 4/5 из их числа были представители рабочих профессий и инженерно-технический состав, и не более 1/5 представляемых – руководители всех уровней» [21];

- к архивным документам организации или коллектива (представляется к юбилейным датам): «К юбилейным датам коллективов и организаций (25, 50, 75 и далее каждые 25 лет), граждан (50, 60, 70, 75 и далее каждые 5 лет) принимаются к рассмотрению ходатайства о награждении орденами и медалями не позднее чем за 6 месяцев до юбилея» [22].

3. Цели упорядочивания прав и свобод круга акторов, участвующих в деятельности института.

Исходя из определения государственных наград, награжденные институты функционируют с целью поощрения граждан за их заслуги, что выражается в символической форме государственных наград (знак, лента, звезда и т.д.) и направлены на повышение престижа деятельности, которая приносит пользу государству и обществу.

Однако, по мнению экспертов, государственные награды дискредитировали себя и не несут за собой признание заслуг, авторитет и почет в обществе, поскольку «люди зачастую не знают, кого, чем и за какие заслуги награждает государство. В итоге теряется ценность награды в глазах общества» [23].

4. Фактор долженствования (может или не может/не должен принимать индивид участие в функционировании данного института).

Как было сказано ранее, индивиды имеют право не участвовать в функционировании наградных институтов в силу их «либеральности», то есть фактор долженствования отсутствует с разрешительными возможностями участия. Тем не менее, неформально возможно субъективное сознательное решение индивида об участии в силу наличия государственных наград в семье («трудовые династии», имеющие государственные награды), трудовом коллективе, социальном окружении. Это меняет разрешительную форму участия на «обязательную-разрешительную», принятую непосредственно индивидом.

5. Санкции за нарушение правил участия.

Санкции за нарушение правил не предусмотрены в отношении лиц, не имеющих государственных наград, а лишь претендующих на них в силу того, что наградные институты являются либеральными и санкции в них не предусмотрены [24, с.17].

На современном этапе от государства и граждан требуются совместные шаги по дальнейшему совершенствованию законодательства, регулирующего учреждение и порядок представления к государственным и ведомственным наградам.

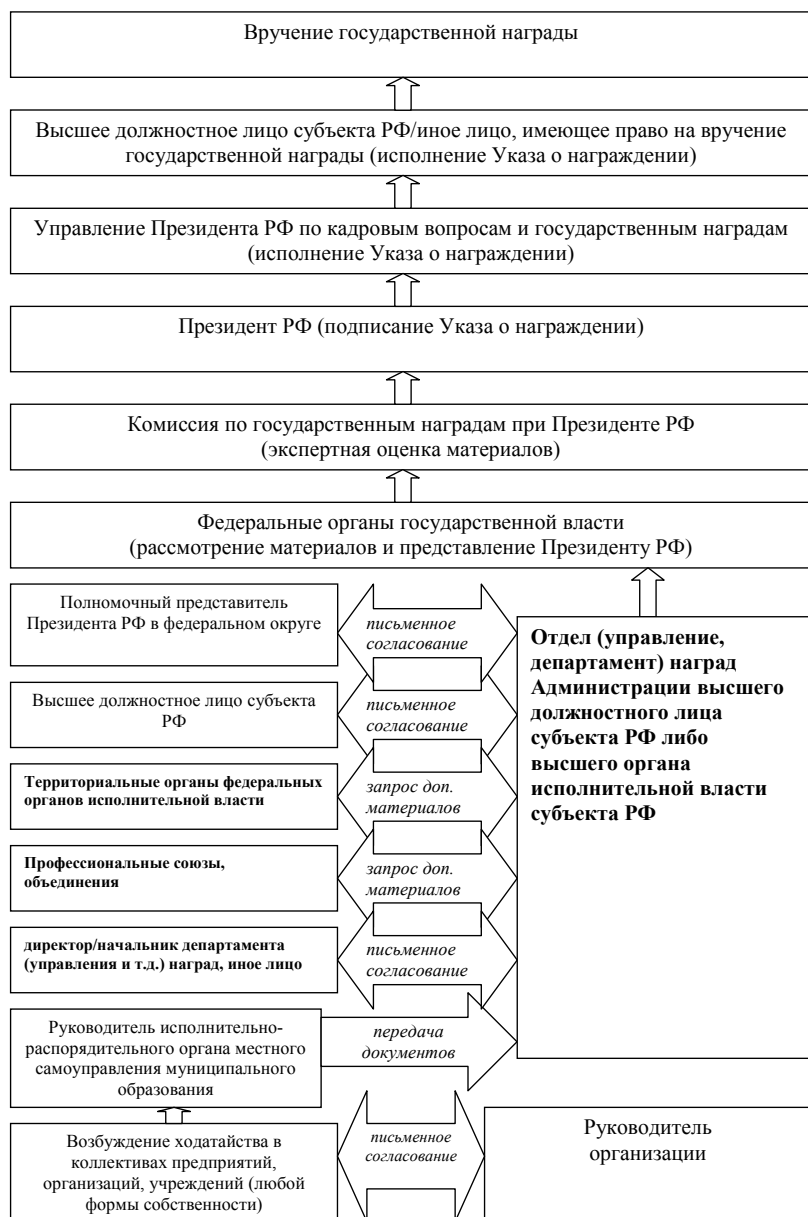
Особого внимания заслуживают вопросы регламентации деятельности награжденных, как это было в Российской империи, на территории РФ в общественной сфере, связанной с попечением, образованием и т.д. Действующее законодательство не налагает требования к награжденным, как в странах Европы [25, с.219], и не контролирует их поведение в повседневной жизни, тем самым, создавая прецедент для формирования негативных оценок по отношению не только к самому носителю награды, но и самому символу, атрибуту государственной власти. Исключение в применении санкций делается лишь в том случае, если кавалер государственной награды совершил преступление, преследуемое согласно уголовному законодательству России. Решение о лишении государственной (-ых) награды (наград) выносится судебными инстанциями, как правило, за тяжкие и особо тяжкие преступления, однако учитывается личность виновного [26].

В этом контексте задача государства заключается не только в выполнении своей законотворческой функции, но и в побуждении граждан, являющихся частью наградной системы, к неукоснительному соблюдению принятых правовых и морально-нравственных норм.

На наш взгляд, схема анализа институтов, предложенная Остром Э., нуждается в дополнении еще одним компонентом – S (subjects), то есть алгоритм приобретает вид – ADICOS.

S – это субъекты, участвующие в процессе (процедуре) представления к награждению и непосредственно вручения государственных наград. Учет этого компонента институтов необходим в силу возможности их влияния на функционирование институтов и их трансформации, изменения.

Рисунок 1. Фактический процесс представления и вручения государственных наград РФ



Формальные наградные институты распространяются на порядок представления к награде, механизм взаимодействия организаций и органов публичной власти в процессе представления, процедуру награждения, а также на документы, которые закреплены в нормативных правовых актах, представляемых в процессе ходатайства о награждении (наградной лист). Субъекты и механизм взаимодействия между ними показан на рисунке 1, одна-

ко исходя из действующих норм и правил на практике число субъектов больше, а механизм взаимодействия изменен согласно неформальным институтам, не связанным напрямую с нормативными правовыми актами, регулирующими процедуру представления к награде и непосредственно награждения (рис. 1).

Получается, что формальные наградные институты дополняются неформальными (на рисунке выделены жирным шрифтом), неуч-

тенными в нормативных правовых актах, регулирующих сферу государственных наград. Неформальные институты дополняющего типа распространяют свое действие на данную сферу в силу заведенного порядка функционирования органов государственной и муниципальной власти (согласования и запросы материалов у территориальных органов федеральных органов исполнительной власти) либо в силу указаний вышестоящих органов власти [21, с.16-17].

Сейчас правящая элита усиливает свои позиции и свое влияние, а также статус за счет получения государственных наград. Однако, по мнению ученых, дальнейшее усиление социального слоя, имеющего властные, финансовые и медийные ресурсы, приведет к апатии в экономике и в гражданском обществе из-за отсутствия мотивации [25]. Изменение государственной политики в сфере награждения государственными наградами, переориентация ее на представительство большего числа женщин и социально-профессиональных групп, географическую распределенность по примеру политики Франции [26] позволит создать условия для мотивации населения к производительному труду, частной инициативе, активному развитию малого и среднего бизнеса и инновациям, следствием чего станет формирование и развитие в России полноценной и высокоэффективной рыночной экономики.

Источники

1. Остром Э. Управляя общим: эволюция институтов коллективной деятельности; / пер. с англ. М.: ИРИСЭН, Мысль, 2010.
2. Заславская Т.И. Социальный механизм расхождения формальных институтов и реальных практик // Куда идет Россия?.. Формальные институты и реальные практики / под общ. ред. Т.И. Заславской. М.: МВШСЭН, 2002.
3. Шабанова М.А. Институциональные изменения и неправовые практики // Кто и куда стремится вести Россию?.. Акторы макро-, мезо- и микроуровней современного трансформационного процесса / под общ. ред. Т.И. Заславской. М.: МВШСЭН, 2001.
4. Штомпка П. Социология. Анализ современного общества: пер. с польск. С.М. Червонной. М.: Логос, 2005.
5. Гельман В.Я. «Подрывные» институты и неформальное управление в современной России // Российская политика. 2010. № 2 (57). С. 6-24.
6. Merkel W., Croissant A. Formale Institutionen und informale Regeln in defekten Demokratien // Politische Vierteljahresschrift. 2000. Bd. 41. № 1.
7. Brie M., Stykow P. Regionale Akteurskoordination im russischen Transformationsprozess. Wollmann H., Wiesenthal H., Boenker F. (Hrsg.) Transformation sozialistischer Gesellschaften. Am Ende des Anfangs. Leviathan Sonderheft, 1995. Bd.15. Opladen.
8. Helmke G., Levitsky S. Informal Institutions and Comparative Politics: A Research Agenda // Perspectives on Politics. 2004. Vol. 2. № 4. Pp. 725–740.
9. Органы власти в системе социальных взаимодействий: социологический, политический и управленческий анализ / А.А. Александров, Т.Е. Зерчанинова, К.Н. Самков, Я.Ю. Старцев. Екатеринбург, 2009.
10. Пестова Г.А., Ручкин А.В. Институциональные и неинституциональные факторы отношения россиян к государственным наградам // Среднерусский вестник общественных наук. 2012. №4. С. 45-51.
11. Crawford S.E.S., Ostrom E. A Grammar of Institutions // American Political Science Review. 1995. Vol. 89. № 3. P. 582–600.
12. Ручкин А.В. Наградная политика Российской Федерации: институциональный анализ // Методологические основы оценки качества государственного и муниципального управления: коллективная монография / под ред. В.Г. Горба. Екатеринбург: Уральский институт-филиал РАНХиГС, 2012. С. 32-57.
13. Фортунатов В.В. Отечественная история. СПб.: Питер, 2010.
14. Руткевич М.Н. Консолидация общества и социальные противоречия // Социологические исследования. 2001. №1. С. 3-17.
15. Мартинелли А. Рынки, правительство, сообщества и глобальное управление // Социологические исследования. 2003. №1. С. 16-28.
16. Мартинелли А. От мировой системы к мировому обществу? // Социологические исследования. 2009. №1. С. 5-15.
17. Кузнецов А.А. Награды: энциклопедический путеводитель по истории наград. М.: Современник, 1998.
18. Костина Н.Б., Ручкин А.В. Государственные награды как фактор социальной стратификации и мобильности // Научный вестник Уральской академии государственной службы: политология, экономика, социология, право. 2011. №2(15). С. 212-221.
19. Добренёв В.И. Кравченко А.И. Социология. Том 2: Социальная стратификация и мобильность. М.: ИНФРА-М, 2001.
20. Колотвина Л. Забытый способ гордиться сотрудником: готовим представление к награде [электронный ресурс] // Кадровое дело. Практический журнал по кадровой работе. 2007. № 7 // Режим доступа: URL: kdolo.ru (дата обращения 29.08.2012).
21. Методические рекомендации о порядке оформления и представления документов о награждении государственными наградами Российской Федерации. Комиссия по государственным наградам при Президенте Российской Федерации. Приложение № 1. М.: Филиал ФГУП «Известия» Управления делами Президента Российской Федерации – Спецпроизводство, 2010.
22. О внесении дополнений и уточнений в директивное указание Минкультуры России от 4 августа 2004 г. № 2-01-16/01 «О порядке представления к государственным наградам и почетным званиям Российской Федерации»: Письмо Минкультуры РФ от 12.07.2006 № 33-01-35/01-ЛН [электронный ресурс]. Документ опубликован не был. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант-Плюс».
23. Иванова О. Праздник для орденов // Российская газета. 2008. 17 ноября.

24. Мкртумова И. В. Девиации в современных социальных институтах: особенности социального конструирования: автореферат на соискание ученой степени доктора социологических наук. М., 2010.

25. Аринин А.Н. О задачах Президента России в модернизации страны // Новейшая история России. 2012. №1. С. 7-34.

26. Lettre du Président de la République en date du 11 juillet 2008 relative aux Ordres nationaux [электронный ресурс]. Режим доступа // URL:<http://www.france-phaleristique.com/accueil.htm> (дата обращения 11.01.2011)

Серебрякова А.В.

Магистрант Санкт-Петербургского государственного университета.

Serebryakova A.V.,

Master student of St. Petersburg State University.

АУДИТ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ САНКТ- ПЕТЕРБУРГА)

AUDIT OF MASS MEDIA OF LOCAL GOVERNMENTS (AS AN EXAMPLE, THE CITY OF SANKT-PETERSBURG)

Аннотация

Развитие муниципальной прессы Санкт-Петербурга – одна из основных задач в контексте организации социального взаимодействия органов местного самоуправления с населением. Информационные службы при муниципалитетах, должны осуществлять разработку и реализацию информационной политики местного самоуправления с целью налаживания информационных потоков как внутри муниципального совета, так и между выборными органами и населением.

Abstract

Development of municipal press St. Petersburg is one of the main tasks of the cooperation between local authorities with the public. Information departments at Municipalities must undertake the development and implementation of the information policy of the local government in order to establish the information flows both within the municipal council, also between elected authorities and the population.

Ключевые слова:

Местное самоуправление, муниципальное управление, информационные потоки, информационная политика, муниципальная пресса, СМИ, контент-анализ, интернет-технологии.

Keywords:

Local government, municipal government, information flows, information policy, the municipal press, mass media, content analysis, internet-based technologies

В реализации местного уровня власти все большую роль играют средства массовой информации (СМИ). Именно этим было вызвано наше желание проанализировать их функционирование, провести аудит. Целью данного исследования стал анализ и разработка рекомендаций для СМИ местных органов самоуправления (МСУ) города Санкт-Петербург. Полученные данные свидетельствуют, что зачастую на сайтах отсутствует обеспечение комфортного поиска нужной информации, однако стоит заметить, что в меню достаточно рубрик, которые могут обеспечить пользователю быстрый доступ к справочной информации по муниципальному образованию (МО). Тем не менее, добавление интерактивных возможностей увеличило бы количество посетителей сайта. Более того, на наш взгляд, стоит создать на сайте раздел по работе с прессой и обеспечить возможность регистрации пользователей.

Что касается печатного издания, необходимо добавить справочную информацию о МО. Также следовало бы добавить вставку с информацией об обратной связи и рубрики. Помимо добавления рубрикации, мы рекомендуем добавить в основное издание две рубрики: первая была бы посвящена наиболее важным актам муниципального совета, вторая стала бы площадкой для публикаций актов избирательной комиссии муниципального образования. Мы считаем, что такие публикации смогли бы увеличить политическую активность каждого района.

Во время исследования мы заметили, что далеко не все газеты доступны в электронном виде. Мы настоятельно рекомендуем исправить эту ситуацию.

Политика органов МСУ в рамках подготовительных этапов социального взаимодействия должна быть направлена на достижение информационной открытости (прозрачности) органов МСУ, формирование позитивной репутации местного уровня власти, установление обратной связи с населением.

Разработку и реализацию информационной политики органов МСУ должны осуществлять информационные службы при муниципалитетах, обеспечивающие налаживание информационных потоков как внутри муниципального совета, так и между выборными органами и населением. Основные инструменты

социального взаимодействия – это работа с новостной информацией (взаимодействие со СМИ), издание муниципальной газеты, проведение мероприятий, акций, использование интернет-технологий в работе с населением.

Без сомнения, целью общественно-культурных мероприятий в рамках МО является сплочение жителей вокруг общих интересов и проблем, организация досуга разных возрастных групп населения. Кроме того, общественно-культурные мероприятия и праздники – это повод для депутатов муниципальных советов еще раз рассказать о своей работе, возможность получения обратной связи от населения в непосредственном контакте на мероприятии. Основная тематика муниципальных газет сегодня – это отчеты депутатов о проделанной работе, статьи о социальных проблемах города и округа, поздравления с праздниками и юбилеями, исторические заметки об округе, рассказы о жизни муниципального образования (информация об организациях, клубах, «интересных жителях» округа). В отдельных газетах поддерживается рубрика «вопрос-ответ». И все же думается, что содержание газет можно было бы разнообразить.

Результаты контент-анализа муниципальных изданий позволяют сделать вывод о том, что арсенал возможностей муниципального СМИ как инструмента для налаживания обратной связи с населением МО используется недостаточно. Все еще не получила широкого распространения практика организации диалога с жителями округа посредством дискуссий на «горячие» темы, проведения опросов, голосований и т.п. с целью включения населения в решение проблем по месту проживания. Развитие муниципальной прессы Санкт-Петербурга – одна из основных задач в контексте организации социального взаимодействия органов МСУ с населением.

Источники

1. Политические коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. А.И. Соловьева. М., 2004.
2. Руткаускайте М.В. Формирование политической идентичности молодежи посредством направленной политической социализации // Вестник Пермского университета. Серия «Политология». 2011.
3. Володенков С.В. Современная коммуникация как основа эффективной политической кампании // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2010.
4. Дюк А.В. Социальные технологии работы с населением муниципальных образований. Обнинск: ИМУ, 2003.

Стародубова О.Ю.

к.и.н., доцент Магнитогорского государственного технического университета им Г.И. Носова.

Starodubova O.Yu.,

Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical University.

ШВЕДСКИЕ СПЕЦИАЛИСТЫ НА ЗАВОДАХ БЕЛОРЕЦКОГО ГОРНОГО ОКРУГА ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ XIX В.: ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА

SWEDISH SPECIALISTS IN THE FACTORIES OF BELORETSKY MINING DISTRICT IN THE SECOND HALF OF THE XIX CENTURY: PROFESSIONAL CULTURE

Аннотация:

Одним из факторов эффективности горно-металлургического производства является наличие профессиональных кадров. Таковыми во второй половине XIX в. на заводах Белорецкого горного округа были шведские специалисты, которые привезли с собой передовые западные железоделательные технологии и опыт управления производством.

Abstract

One of the factors of efficiency of mining and metallurgical production is the availability of professional staff. Such the employees in the second half of the XIX century in factories Beloretsky mining district were the Swedish specialists, who brought to Russia the advanced Western ironworks technologies and production management experience.

Ключевые слова:

иностранные специалисты, профессиональная культура, железоделательное производство, А.Э. Гассельблат, шведские специалисты, Белорецкий горный округ, профессиональная коммуникация.

Keywords:

Foreign specialists, professional culture, iron production, A.E. Gasselblat, swedish specialists, Beloretsky mining district, professional communication.

Эффективность развития горно-металлургической промышленности зависит от определенных факторов. Одним из таких выступает наличие профессиональных кадров, благодаря которым достигается результативность производства. Во второй половине XIX в. в России для развития металлургического производства были задействованы иностранные инженеры. Результатом процесса межличностной коммуникации стало обогащение профессиональной культуры русских инженерных и рабочих кадров.

При изучении вопросов деятельности иностранных специалистов по развитию и совершенствованию металлургического производства на Южном Урале во внимание исследователей попадает целый пласт архивной документации центральных и региональных архивов. Использование данных материалов позволяет выявить причины, побудившие иностранных инженеров и мастеров участвовать в модернизации уральских заводов, оценить эффективность их деятельности, особенности управления и пребывания на железоделательных производствах Южного Урала [1, с.116-121].

В XIX в. контроль за иностранными специалистами, прибывшими в Россию, взяло на себя созданное 26 декабря 1837 г. Министерство государственных имуществ. Проблемами колонистов занимались 1 и 4 отделения [2, с.105-106]. Данное учреждение выпускало свой журнал, в котором нашла отражение информация о применении опыта иностранцев, в том числе и шведов, их достижения в сельском хозяйстве и промышленности.

При рассмотрении заявленной проблематики следует отметить, что несмотря на обилие литературы по истории металлургического производства на Урале, вопросы организации труда иностранных специалистов, их размещения, содержания, взаимодействия с местными подчиненными, передачи профессионального опыта попало в поле зрения историков сравнительно недавно. На современном этапе среди работ, внимания заслуживают издания «Наемные управляющие в России: опыт бизнес-элиты XIX-XX вв.» [3] и монография Алексеевой Е.В. «Диффузия европейских инноваций в России (XVIII-начало XX в.)» [4], в которых рассматривается деятельность иностранцев

по организации промышленных предприятий, роль иностранных займов и инвестиций в российскую экономику. Условиям найма иностранцев на промышленные предприятия России в конце XIX-начале XX вв., а также сложностям, возникшим у иностранных специалистов при столкновении с русскими традициями, законодательной базой и деловой культурой посвящена статья И.В. Шильниковой [5]. Проблемам взаимовосприятия шведов и русских, посвящена монография О.В. Чернышевой [6].

В состав Белорецкого горного округа входили Белорецкий доменный и Тирлянский передельный заводы. В 20-40-х гг. XIX в. завод переживал полосу застоя и упадка, производительность оставалась на уровне начала века. К концу 1830-х гг. завод обветшал: здания фабрик находились в полуразрушенном состоянии, а металл получался плохого качества. Заводы перестали совершенствоваться в техническом плане, а владельцы перестали контролировать сам процесс производства, предпочитая находиться в столице. Работники все чаще начинают предъявлять экономические требования по поводу повышения заработной платы и ухудшением условий труда [7, с. 65]. Наряду с этим требования к заводчикам предъявляют башкирские роды, в связи с истечением срока аренды земли – кортомы [8]. Ввиду финансовой несостоятельности, заводы в 1840 г. были взяты под казенную опеку. В 1866 г. над Белорецким горным округом было учреждено конкурсное управление. В начале 1870-х гг. округ был заложен для получения ссуды и частичного расчета с кредиторами.

В 1874 г. по требованию кредиторов начались торги округа (178 163 десятины земли) в результате которых он был приобретен московским немецким торговым домом «Воган и К» [9, с.17]. Правление акционерного общества находилось в Москве, а главная контора, контролирующая работу заводов, размещалась в Белоречье.

В третьей четверти XIX в. Российская Империя встала на путь индустриализации и развития частной инициативы в экономике. В связи с этим появилась необходимость в наемных управляющих. Главная проблема с которой сталкивались владельцы промышленных предприятий – дефицит профессиональных менеджеров и квалифицированных мастеров. Завод-

чики понимали, что для успешного развития производства, необходимо использовать передовой иностранный опыт. Одной из его форм было приглашение зарубежных специалистов на технические и административные должности для организации производства, установки машин и оборудования, а также для обучения русских специалистов [5, с.25].

Профессиональная культура является интегративным понятием. Она характеризуется наличием профессиональной компетенции, ценностных ориентаций личности, которые находят свое проявление в трудовой деятельности и обеспечивают эффективность производства. Профессиональная культура – существенный системообразующий фактор промышленного производства. В рассматриваемый период шведские специалисты были носителями профессиональной культуры железнотделательного производства.

Во второй половине XIX в. Швеция занимала ведущее место по развитию железнотделательной промышленности. Одним из ее центров был горнопромышленный район Бергслеген, где в 1658 г. был основан железнотделательный завод. Особенности развития железнотделательного производства определили становление у шведских мастеров уникальной профессиональной культуры, которая получила распространение и на заводах Урала.

После покупки Белорецкого горного округа деятельность компании «Воган и К» отличалась активным акционированием железнотделательного производства, направленным на его развитие и модернизацию [10, с.61-70]. Владельцы понимали, что эффективность производства во многом зависит от современности оборудования и компетентных кадров по его обслуживанию. В акционерном обществе нашелся специалист знакомый с передовыми техниками шведского железнотделательного производства. Примером грамотного руководства металлургическим производством служит деятельность Акселя Эмильевича Гассельблата (ок. 1847-1901 гг.) [11, с.6-34].

В рассматриваемый период обязанности управляющего регулировались договором. Помимо этого хозяева предприятия предоставляли иностранному управляющему доверенность на совершение определенных действий от имени владельцев в рамках занимаемой долж-

ности. Существовало два вида доверенности. Первый, «общая доверенность» на ведение всех дел доверителя, которая давала определенную свободу управляющему в принятии решений, необходимую в условиях стремительно менявшейся конъюнктуры. Второй, «частная доверенность», дающая право управления заводом. В обоих видах доверенности обязательно оговаривались ответственность хозяина за принятые иностранным специалистом на основании этой доверенности решения [5, с. 35].

В 1876 г. управляющий Гассельблат А.Э. был командирован в шведскую провинцию Верmland, в город Дегефорс горнопромышленного района Бергслaген. В задачу управляющего входило приобретение чертежей новых горнов доменных печей и поиск специалистов, способных организовать по ним металлургическое производство. В итоге Гассельблат А.Э. получил чертежи современных плавильных печей и переманил двух высококвалифицированных мастеров кузнечного дела – Фриберг О. и Скуга Ю. [12, с.252].

Шведских специалистов отличал высокий уровень профессиональной компетенции. Они были носителями опыта передовых, порой уникальных способов обработки железной руды. Профессиональную культуру шведских специалистов характеризовали такие ценностно-личностные качества, как честность, нравственность, законопослушность. Шведам присущи: прагматизм, ответственность, исполнительность, неконфликтность.

При освоении производства Фриберг О. и Скуг Ю. испытали ряд трудностей, связанных с дисциплиной рабочих и их нежеланием овладевать новой технологией. Опытный Фриберг О. сумел расположить к себе рабочих Тирлянского завода, завоевать уважение и обучить секретам своего мастерства. Уже через год производство чугуна на заводе достигло 306 тысяч пудов, а железа 203 тысячи пудов [8].

Довольные результатами дирекция «Вoгaу и К» в 1878 г. командировала Фриберга О. в Швецию на металлургический завод в г. Дегерфорс. Целью инженера был набор дополнительного контингента шведских мастеровых людей на Тирлянский завод. В рассматриваемый исторический период в Швеции началась безработица и желающих отправиться за рубеж на заработки было предостаточно. Фрибергу

удалось найти мастеровых, решивших отправиться на заработке в далекую Россию. В мае 1878 г. шведы во главе с Фрибергом О. прибыли выехали из Стокгольма в Санкт-Петербург, где были встречены представителем фирмы «Вoгaу и К». Затем шведы на поезде ехали до Рыбинска, плыли на пароходе до Самары, оттуда до Оренбурга. От последнего до Белорецка и Березовки С. (п. Тирлян) добирались 450 км. на телегах, через земли Оренбургского казачества, башкирские степи и Уральские горы. Поездка заняла около месяца. По воспоминаниям пастора Вильгельма Сарве в пути не обходилось без происшествий [13, с.124-125].

По прибытии в с. Березовка с иностранными специалистами был подписан контракт сроком на три года. Заинтересованные в шведских специалистах заводчики предоставили им хорошие условия для работы. На территории заводского поселка им выделялось бесплатное благоустроенное жилье, провиант и предоставлялся ежегодный отпуск на родину. Размер жалования зависел от квалификации, объемов производства, прибыли. Согласно трудовому договору оплата была сдельной и равнялась шести копейкам за один пуд железа. При расчете жалования не была учтена разница между русским и шведским пудом. Первый был в два раза тяжелее шведского и составлял примерно 16 килограммам. Это означало, что финансовые условия контракта, составленного по русским меркам, оказались для шведов не столь привлекательными. Однако помимо зарплаты шведам предоставлялись дрова, корова и корм для скотины, а изобилие местного рынка и низкий уровень цен позволили иностранным специалистам извлечь материальную выгоду из существовавшего положения. В контракте оговаривалось обязательное предоставление иностранному специалисту мебелированной квартиры с удобствами: отоплением, освещением. Жилье предоставлялось либо на территории заводского города, либо неподалеку. Данные условия были привлекательными для иностранцев, поскольку сокращали их расходы до минимума. За десяток лет работы создавалась возможность накопить большие суммы и воспользоваться ими на родине.

Одной из главных проблем с которыми столкнулись шведы – трудовая дисциплина. Особое удивление у них вызывала каждод-

невная проверка русских рабочих на наличие украденных с завода предметов. Честные шведские кузнецы были избавлены управляющим от этой процедуры, поскольку пользовались репутацией честных и ответственных работников довольствовавшихся предоставленной им оплатой труда. Русские рабочие были поражены и быстро оценили то, что шведы не были вороватыми, никому не давали и сами не брали взятки, были честны и открыты. В первое время на новых печах работало по 3 шведа, по мере развития производства – 2 шведа и русский мастер, затем – 1 швед и два русских. Новая технология постепенно внедрялась, что давало значительный рост производства и увеличение зарплаток.

В начале 1890-х гг. на налаженное шведами производство потянулись немецкие инженеры. Стали возникать трения между шведскими и немецкими специалистами. Изменившаяся политика владельцев заводов в отношении шведских специалистов вынудила шведов покинуть предприятия Белорецкого горного округа. Гассельблат А.Э. покинул пост управляющего и перешел на Зигагинский завод, располагавшийся неподалеку от Уфы. Его примеру последовали шведские инженеры. Хотя, по отношению к шведским кузнецами политика компании не изменилась, постепенно и они стали покидать колонию.

Таким образом, владельцы заводов Белорецкого горного округа активно привлекали иностранцев в качестве управленцев и техников, как на стадии становления производства, так и в дальнейшем. Иностранные специалисты сыграли большую роль в реанимации металлургического производства на заводах Белорецкого горного округа во второй половине XIX в. Они привезли с собой передовые западные железоделательные технологии и опыт управления производством. Установленная профессиональная коммуникация позволила обогатить деловую культуру русских кадров.

Источники

1. Стародубова О.Ю. Шведы на горно-металлургических заводах Урала: к проблеме источниковой базы // Проблемы истории, филологии, культуры. 2013. №1(39). С. 116-121.
2. Шафранов П.А. Архив Министерства земледелия и государственных имуществ. Петербург, 1904. С.105-106.
3. Наемные управляющие в России. Опыт бизнес-элиты XIX-XX вв. М., 2007.

4. Алексеева Е.В. Диффузия европейских инноваций в России (XVIII-начало XX в.). М., 2007.
5. Шильникова И.В. Иностранные специалисты на предприятиях России: условия найма в конце XIX – начале XX вв. // Историко-экономические исследования. 2009. №10. С. 25-42.
6. Чернышева О.В. Шведы и русские. Образ соседа. М., 2004.
7. ЦГИА РБ. Ф. И-164. Оп.1. Д.32. Л. 65.
8. Белорецкий завод: [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.arkur.ru/plants/Beloreccskiy.html> (дата обращения 18.09.2014.)
9. РГИА. Ф. 37. Оп. 65. Д. 734. Л. 17 об.
10. ЦГИА РБ. Ф. И-163. Оп. 1. Д. 3 Л. 61-70.
11. Гассельблат Г.В. Гассельблат Аксель Эмиль (07.11.1848 – 06.06.1901) Фрагмент 500-летней истории рода Гассельблат // Сплетались времена, сплетались страны. Санкт-Петербург. 2003. Выпуск 33/5. С. 6-34
12. Новичкова К.А. История появления шведских переселенцев в поселке Тирлянский в последней четверти XIX в. // Наука и образование в развитии промышленности, социальной и экономической сфер регионов России. IV Всероссийские научные Зворыкинские чтения. Муром. 2012. С. 252.
13. Иванов К. Варяги из Вэрмланда // Родина. 1999. № 12. С. 124-125.

Строгонов А. А.,

Магистрант Магнитогорского государственного
технического университета им. Г.И. Носова.

Strogonov A. A.,

Master student of
Nosov Magnitogorsk State Technical University.

КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

COMMERCIAL BANK'S CREDIT POLICY

Аннотация

В статье рассмотрены понятие кредитной политики коммерческого банка, процессы ее формирования, отражены цели и элементы кредитной политики, определены факторы, которые необходимо учитывать при разработке кредитной политики коммерческим банком.

Annotation

The article deals with the concept of credit policy of commercial bank, processes of its formation, objectives and elements of credit policy, as well as shows a number of factors that influence on credit policy.

Ключевые слова:

Коммерческий банк, кредитная политика, цели кредитной политики, элементы кредитной политики, факторы формирования кредитной политики.

Keywords:

Commercial bank, credit policy, goals of credit policy, elements of credit policy, factors of credit policy.

На макроуровне разработка денежно-кредитной политики является одной из функций Центрального банка, который регулирует денежную массу в обращении, объем кредитов, уровень процентных ставок и другие показатели денежного обращения и рынка ссудных капиталов. Обеспечение требований действующего законодательства, а так же повышение эффективности деятельности коммерческих банков на микроуровне делают актуальной разработку каждым из коммерческих банков своей кредитной политики, следуя которой, должна выстраиваться их деятельность.

Несмотря на очевидную актуальность формирования, утверждения и реализации кредитной политики, далеко не в каждом коммерческом банке этим занимаются систематически. Кроме того, обращает на себя внимание недостаточно полная и качественная проработка данных вопросов в научной и специальной литературе, в связи с чем возникает необходимость определить:

- определение сути кредитной политики;
- основные цели преследуемые кредитной политикой;
- элементы кредитной политики;
- факторы, которые учитываются при формировании кредитной политики.

Современные словари не дают четкого определения такому понятию как кредитная политика. Более подходящим значением слова политика в данном случае приводится в словаре Вебстера, где политика трактуется как установленный курс, которого придерживается правительство, организация, учреждение или частное лицо и характеризуется как взвешенность суждений в управлении делами и как управление процедурами [1, с.339]. Из этого мы можем дать определение, что кредитная политика – это определяющие направление развития коммерческого банка в области предоставления ссуд физическим и юридическим лицам. Из этого же следует, что кредитная политика определяет задачи и приоритеты кредитной деятельности банка, средства и методы их реализации, а также принципы и порядок организации кредитного процесса. Она создает основу организации кредитной работы банка в соответствии с общей стратегией его деятельности, являясь необходимым условием

разработки системы документов, регламентирующих процесс кредитования.

По данным Банка России, на начало марта текущего года просроченная задолженность физических лиц перед банками свыше 90 дней составила 619,5 миллиарда. В 2013 г. на ту же дату объем просрочки был намного меньше и составлял 358,5 миллиарда. Очевидно число заемщиков «не вытягивающих» долговую нагрузку растет. Что только на примере розничного кредитования говорит, о неизбежном росте риска не возврата ссуд и необходимости принятия верного стратегического решения.

Прежде всего, если говорить о цели формирования кредитной политики коммерческого банка, то и исходя из формы финансовой организации, уже можно сделать вывод, о том что основной целью кредитной политики является рациональная расстановка задач перед финансовой организацией (коммерческим банком) для получения максимальной прибыли при минимальных рисках в предоставлении займа. Исходя из этого расстановка задач в зависимости от имеющихся ресурсов и внешней обстановки на рынке заключается в определении направления кредитования, контроле в процессе кредитования, и технологии осуществления кредитных операций. Банк, не задумывающийся о перспективах развития, который ориентируется лишь на текущие тенденции, не может развиваться адекватно меняющейся экономической ситуации. Для этого

банком формируется стратегия развития, которая и является кредитной политикой.

Разработка и проведение банком кредитной политики должны быть направлены на достижение следующих подцелей:

- допускать только такой риск, который наименьше повлияет на создание активов и не помешает обеспечивать постоянный целевой уровень доходности;
- создать высокопрофессиональный коллектив кредитных работников, обеспечивающих высокое качество кредитного портфеля банка;
- предоставлять ссуды на финансирование экономически перспективных, рентабельных проектов, соответствующих стратегическим целям банка;
- способствовать развитию долгосрочных отношений с клиентами, приносящими доход;
- избегать использования высококонкурентных, но неоправданных методов кредитования.

Учитывая данные цели, коммерческому банку следует оформить кредитную политику документально, в виде документа, который содержал бы руководства, описывающие предварительную работу по выдаче кредита, процесс кредитования и т.д.

Этапы кредитования и регламентируемые параметры и процедуры представлены в таблице 1 [2, с.464].

Таблица 1. Этапы кредитования и Регламентируемые параметры и процедуры

Этапы кредитования	Регламентируемые параметры и процедуры
Предварительная работа по предоставлению кредита	Состав будущих заемщиков Виды кредитования Количественные процедуры кредитования Стандарты оценки кредитоспособности заемщиков Стандарты оценки ссуд Процентные ставки Методы обеспечения возвратности кредита Контроль за соблюдением процедуры подготовки выдачи кредита
Оформление кредита	Формы документов Технологическая процедура выдачи кредита Контроль за правильностью оформления кредита
Управление кредитом	Порядок управления кредитным портфелем Контроль за исполнением кредитных договоров Условия продления или возобновления просроченных кредитов Порядок покрытия убытков Контроль за управлением кредита

При формировании определенной кредитной политики возникает проблема её эффективности, поскольку, преследуя цель снижения совокупного риска или обеспечения ликвидности банка, может возникнуть ситуация отсутствия дохода от кредитных операций или даже получения убытка по ним. Этот факт не может рассматриваться как результат неэффективной кредитной политики.

Кредитная политика коммерческого банка разрабатывается и совершенствуется высшим руководством банка и формирует основные направления кредитной деятельности: объективные стандарты и критерии, которыми должны руководствоваться банковские работники; основные действия лиц, принимающих стратегические решения в области кредитования; принципы контроля за качеством управления кредитной деятельностью в банке и работой служб внутреннего и внешнего аудита.

В процессе разработки кредитной политики руководство банков основывается на ряде факторов (субъект предоставления ссуд, характер займа, сроки кредитования, обеспеченность представления, отраслевая направленность) и формирует кредитный портфель, рассматривая его с позиций определения

оптимальной кредитной политики, что позволяет ориентировать банк в направлении заключения наиболее выгодных сделок. В связи с неустойчивыми экономическими условиями, успешными сделками могут быть как сделки с физическими, так и с юридическими лицами, поэтому при формировании кредитной политики рынок должен безоговорочно находиться под мониторингом, для адекватной реакции и перестройки направленности кредитования. Кредитная политика в отношении юридических лиц может нести отраслевой акцент и быть подразделена на политику по кредитованию промышленных предприятий, политику банка в области кредитования сельскохозяйственных предприятий, торговых и сбытоснабженческих организаций и т.п.

Этот ряд факторов при формировании кредитной политики делится на объективные (макрэкономические, региональные и отраслевые) и субъективные (внутрибанковские) факторы представленные на рисунке 1. [3, С.112].:

Кредитная политика коммерческого банка должна четко определять цели кредитования, содержать правила реализации конкретных целей, в том числе содержать стандарты и ин-

Рисунок 1. Факторы, определяющие кредитную политику банка



струкции, представляющие собой методическое обеспечение ее реализации.

В основе выбора вида кредитной политики лежит стратегия банка, ориентированная на рост его капитала, увеличение доходов, соблюдение ликвидности, снижение рисков банковской деятельности или смешанная стратегия. Таким образом, можно сделать вывод, что для постоянного прироста прибыли коммерческий банк должен иметь широкий спектр банковских услуг, который позволит ему постоянно находиться в выигрыше при спаде в одном из рынков кредитования.

Кредитная политика как основа получения прибыли коммерческого банка, организует управление направленностью работы данной финансовой организации и определяет приоритеты в процессе развития кредитных отношений и функционирования кредитного процесса. Если правильно проанализировать все факторы, и рационально начать вводить кредитную политику в банковское учреждение, с полной уверенностью можно сказать что коммерческий банк станет намного конкурентоспособнее и ощутит более мощный приток прибыли.

Источники:

1. Лемжина Л.В. Особенности кредитной политики региональных коммерческих банков // Экономические науки. 2008. №1 (38).
2. Панова Г.С. Кредитная политика коммерческого банка. М.: ИКЦ «ДИС», 1997.
3. Пещанская И.В. Организация деятельности коммерческого банка. М.: «Инфра М», 2001.

Сулейманов Э.Г.,
соискатель Российской академии предпринимательства.

Suleymanov E.G.,
the applicant of the Russian Academy of entrepreneurship.

РАЗРАБОТКА ВОПРОСОВ ДЛЯ ДИАГНОСТИКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ

DEVELOPMENT ISSUES FOR THE DIAGNOSIS AND MANAGEMENT PROCESSES IN THE INSURANCE COMPANY

Аннотация

В статье предлагается и обосновывается методология исследования и вопросы для диагностики эффективности управления корпоративной средой страховой компании в целях повышения эффективности деятельности страховых агентов.

Abstract

In the article considers the research methodology and questions to diagnose the effectiveness of corporate governance among insurance companies in order to improve performance of insurance agents.

Ключевые слова:

Страховая компания, предпринимательство, страховой агент, управление, корпоративная среда.

Keywords:

Insurance company, business, insurance agent, management, corporate environment, entrepreneurship.

Процессный взгляд проливает свет на многие сложные вопросы организации и менеджмента, обеспечивая практические рекомендации, в том числе при построении системы корпоративной среды. С этой целью следует начинать с организационного уровня, рассматривая различный спектр процессов и группируя их в отдельные категории, что позволяет провести типологию процессов и построение простой модели компании, как набора взаимосвязанных процессов.

В такой модели управленческие процессы в большей мере сфокусированы на социальных группах и индивидах и на их взаимоотношениях, которые следует сопоставить и связать с организационными процессами, выявляя их общие элементы.

С этой целью необходимо определить состав диагностических вопросов, способных объединить разнообразные процессы и построить унифицированную схему взаимодействия с одновременной ориентацией на достижение внутреннего, внешнего и экономического результата страховой компании.

Ниже приведены диагностические вопросы, устанавливающие взаимосвязь между разными процессами.

А). рабочие – навигации (р-н).

1. На сколько стратегия страховой компании нашла ясное отражение во внешних и внутренних результатах заявленных компаний?

2. Какой характер операционной деятельности подразделений и сотрудников следует осуществить при реализации стратегии компании?

3. Каким образом зафиксированы операционные цели?

4. Детализированы ли параметры деятельности подразделений и сотрудников и позволяют ли они осуществить процедуры планирования, бюджетирования, кадровой работы и т.д.?

5. Существуют ли способы учета инициатив сотрудников и меры по их поддержке?

Б). рабочие – социальной адаптации (р-са)

1. Существует ли четкая координация действий подразделений страховой компании связанных бизнес-процессами?

2. Определены ли формы достижения договоренностей с заинтересованными груп-

пами сотрудников?

3. Сформированы ли социальные условия трансформации?

В). рабочие – мониторинга и контроля (р-мк).

1. Каким образом контролируется исполнение работ?

2. Существует ли система показателей, отражающих эффективность операционных процессов?

3. Оценивается ли соответствие выполненных работ установленным плановым показателям и требованиям?

Г). поведенческие – навигации (п-н).

1. Установлены ли механизмы принятия решений в компании?

2. Какие формы организационного обучения используются в компании?

3. Существуют ли четко сформулированные подходы к коммуникациям и принятию решений при реализации стратегии страховой компании?

Д). поведенческие – социальной адаптации (п-са).

1. Установлены ли для заинтересованных групп сотрудников страховой компании правила коммуникаций и принятия решений?

2. Имеется ли информация о распределении и направленности интересов различных групп сотрудников и их структуризация.

3. Существуют ли формы обеспечения коммуникаций и согласования интересов различных групп сотрудников?

4. Каким образом осуществляется процедура согласования интересов сотрудников страховой компании?

Е). поведенческие – мониторинга и контроля (п-мк).

1. Имеются ли в компании системы развития персонала и оценки их достижений?

2. Существуют ли в компании формы поддержки инициатив ее сотрудников?

3. Существуют ли в компании системы информации о достигнутых результатах и передовом опыте лучших сотрудников?

Ж). изменений – навигаций (и-н).

1. Определены ли планируемые направления изменений в страховой компании?

2. Установлены ли приоритеты в составе планируемых изменений?

3. Определены ли пути достижения це-

лей и требуемых изменений в компании?

З). изменений – социальной адаптации (и-са).

1. Определены ли формы организации процедур социальной адаптации соответствующие намеченным изменениям?

2. Установлены ли лидеры призванные возглавить процессы изменений?

3. Разработана ли последовательность шагов по подготовке сотрудников к планируемым изменениям?

И). изменений – мониторинга и контроля (и-мк).

1. Установлен ли характер предполагаемых изменений и форм их контроля?

2. Определено ли ресурсное обеспечение изменений и его объем?

3. Установлены ли контролируемые параметры изменений и ответственность за их достижения?

Представленные вопросы не претендуют на всю полноту их перечня, однако позволяют установить методiku перехода от анализа процессов к проблеме их координации и приведения в соответствие с требованиями построения корпоративной среды, что дает возможность рассматривать структуру страховой компании как функционально временную – динамическую, которая более точно описывает характер ее деятельности. Действия, с помощью которых компания отвечает на сформулированные вопросы, позволяют определить условия функционирования корпоративной среды.

Для того чтобы более эффективно использовать методы координации процессов при построении корпоративной среды необходимо подробнее остановиться на внутреннем содержании этого понятия. Под понятием корпоративная среда будем понимать основную форму самоорганизации компании в достижении поставленной цели, а также основной механизм управления корпоративными отношениями между людьми в трудовом коллективе по поводу средств и способов достижения этой цели. В приведенном определении важно рассмотреть сущность корпоративных отношений, которые формируются в ходе реализации оперативных и управленческих процессов.

Обычно под корпоративными отношениями понимают социальные отношения, складывающиеся внутри компании, корпоративные

правила и нормы организационного поведения, выраженные через функциональные взаимосвязи. Это также позиция в координатах воспроизводимой корпоративной культуры, которая проявляет их содержательную сторону через корпоративные ценности и склоняет личность сотрудника действовать или реагировать на происходящие определенным образом. Эффективные корпоративные отношения характеризуют вовлеченность, принадлежность, сопричастность, личность сотрудника, выраженные через найденную систему коммуникаций.

Лучший вариант развития корпоративных отношений, когда на практике происходит интеграция корпоративной культуры в сложившуюся корпоративную среду компании. Анализ приведенных понятий корпоративной среды и корпоративных отношений позволяют сделать вывод, что основные направления деятельности компании по созданию условий для обеспечения эффективной работы сотрудников должны быть нацелены на повышение качества и производительности деятельности персонала, развитие их инициативности при реализации инновационных проектов, удовлетворенности условиями труда и видения своих перспектив.

Факторами, которые способствуют практической реализации действий компании по достижению перечисленных целей, являются функциональное состояние страховой компании, инновационная активность ее сотрудников, их мотивация и профессиональная подготовленность. По существу, задача менеджера, создающего корпоративную среду при осуществлении предложенного подхода заключается в подготовке ответов на систему диагностических вопросов с ориентацией на указанные цели и на те факторы, которые обеспечивают их достижение.

Схематически логическую связь между процессами и мероприятиями по формированию корпоративной среды можно представить в виде, приведенном на рис.1.

Практическое использование данного подхода было апробировано при разработке мероприятий для построения корпоративной среды деятельности страховых агентов нескольких российских страховых компаниях, что позволило выявить необходимые действия руководства компании по повышению эффек-

тивности реализации выдвинутой стратегии за счет изменения личных условий работы продавцов страховых услуг и учета внешних условий, оказывающих влияние на эффективность их труда.

Так, в состав первой группы были включены следующие мероприятия:

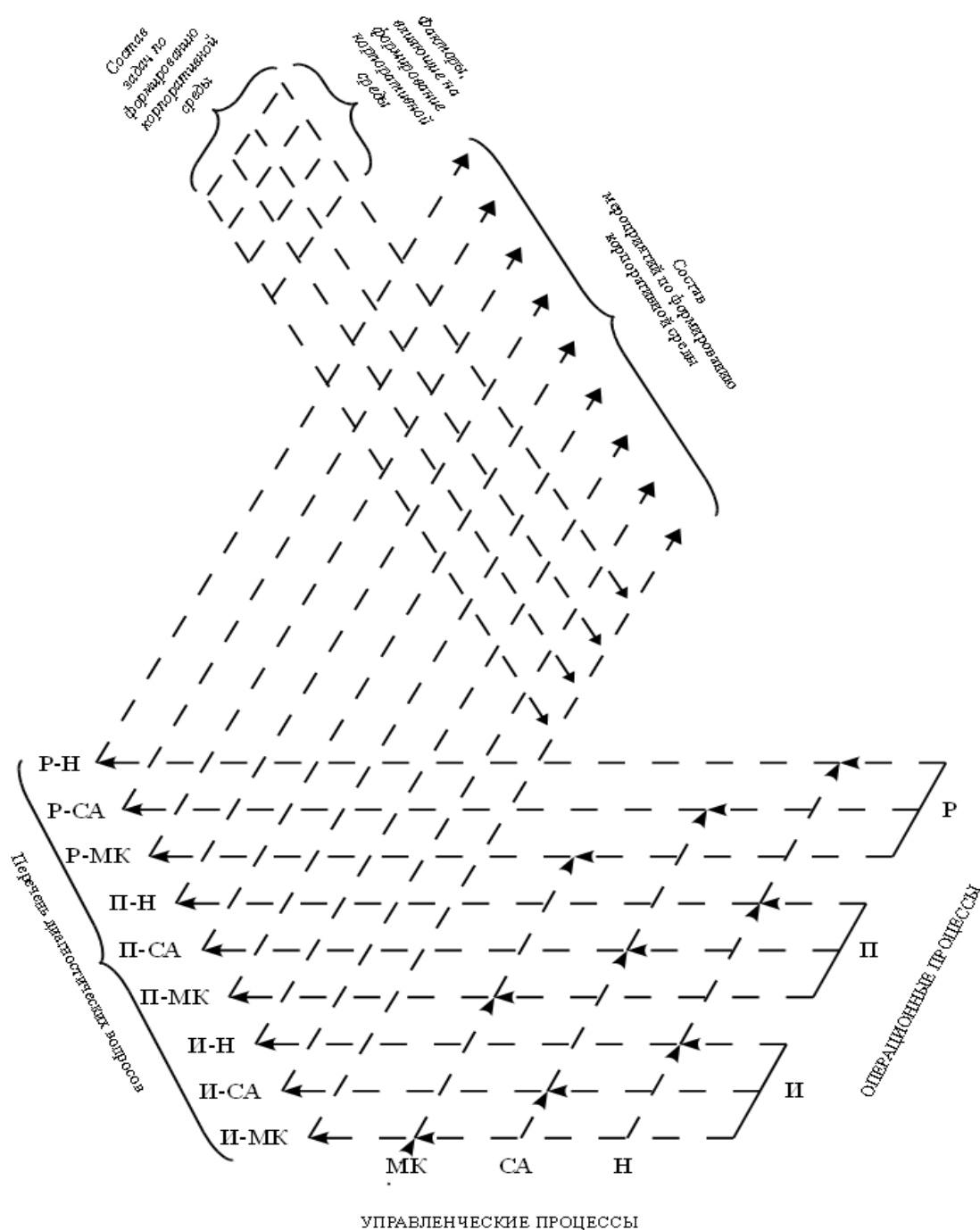
- повышение статуса продавца и создание условий для его карьерного роста,
- обеспечение организационных условий для эффективной работы продавца,
- совершенствование технологической поддержки работы продавца,
- увеличение финансовой поддержки продаж,
- совершенствование мотивации продавцов,
- обеспечение социальной защиты продавцов,
- внедрение различных форм наставничества и обучения,
- проведение соревнований и конкурсов среди продавцов.

В состав другой группы вошли следующие мероприятия:

- поддержка бренда компании,
- разработка новых технологий, упрощающих работу сотрудников на операциях смежных с продажами,
- повышение качества обслуживания клиентов,
- установление более тесных и продуктивных отношений с партнерами компании,
- совершенствование организационного взаимодействия в технологической цепочке подразделений, задействованных в продажах,
- совершенствование процедуры андеррайтинга риска предлагаемого к страхованию продавцом,
- применение современных подходов к урегулированию убытков,
- использование передовых методов управления деятельностью продающих подразделений.

Конечно, каждая страховая компания должна разрабатывать свой состав действий по формированию корпоративной среды в зависимости от своего состояния и принятой стратегии своего развития. Однако можно сделать заключение, что процессный взгляд на формирование корпоративной среды позво-

Рис. 1. Схема разработки мероприятий по формированию корпоративной среды страховой компании.



ляет более детально рассмотреть различные аспекты условий способствующих повышению ее влияния на эффективность деятельности страховой компании.

Источники

1. Garvin D.A. The Processes of Organization and Management // Sloan Management Review, Summer 1998, vol. 39, N 4, p 33-50
2. Бабурин А.С., Грызенкова Ю.В. Технология управ-

ленческого мониторинга // Кадровик. 2010. №8.

3. Болдырев М.М., Цыганов А.А. Централизованная модель управления страховой компанией как преимущество при слиянии и поглощении // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2013. №34.

4. Брызгалов Д.В., Колпайко М.С., Цыганов А.А. Особенности корпоративной культуры страховых агентов в Российской Федерации // Кадровик. 2011. №3.

5. Громов А., Каменнова М., Старыгин А. Управление бизнес-процессами на основе технологии Workflow // Открытые системы. 1997. №1.

6. Грызенкова Ю.В., Журавин С.Г., Соломатина А.С. Стратегическое управление персоналом в страховых компаниях: проблемы, теория и практика. М., МАКСС Групп, 2012

7. Журавин С.Г., Соломатина А.С., Цыганов А.А. Стратегическое управление персоналом в страховой компании: мотивация к инновациям // Проблемы теории и практики управления. 2012. №7/8.

8. Журавин С.Г., Соломатина А.С., Цыганов А.А. Система менеджмента качества: стандарт для страховой компании // Кадровик. 2013. №7.

9. Кравченко В.В., Сулейманов Э.Г., Цыганов А.А. Корпоративная среда страховых агентов // Кадровик. 2012. №11.

10. Кургин Е.А. Модель компании как совокупность процессов координации // Вестник Санкт-Петербургского университета. Выпуск 1. 2005.

11. Минцберг Г. Структура в кулаке. Создание эффективной организации. СПб. 2001.

Томаров А.В.,

к.соц.н., доцент Магнитогорского государственного технического университета им Г.И. Носова.

Tomarov A.V.,

Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical University.

ЗНАЧЕНИЕ МОНИТОРИНГОВ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В ПРОГНОЗИРОВАНИИ КАДРОВОГО ДЕФИЦИТА НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ ТРУДА

THE IMPORTANCE OF MONITORING OF INDICATORS IN FORECASTING OF PERSONNEL DEFICIENCY AT THE REGIONAL LABOR MARKET

Аннотация

Применение конкретных мониторинговых исследований для прогнозирования ситуации на рынке труда позволяет определить востребованность специалистов в определенных профессиях. Данное направление актуально и необходимо для оценки реального влияния государственной политики на рынок труда, своевременной корректировки действующих программ и разработки новых проектов.

Abstract

The use of specific monitoring studies for predicting situation on the labor market allows to determine the demand for professionals in certain occupations. This direction of research is relevant and necessary to assess the real impact of public policies on the labor market, timely adjustment of existing programs and the development of new projects.

Ключевые слова:

Мониторинг, рынок труда, кадровый дефицит, сфера занятости, прогнозирование, трудовая мотивация, безработица.

Keywords:

Monitoring, labor market, personnel deficiency, sphere of employment, forecasting, labor motivation, unemployment.

В информационном пространстве экономики России в последние годы происходят огромные изменения, которые требуют систематического отслеживания, научного осмысления и регулирования. В этой связи актуальной потребностью стало проведение мониторинговых исследований различных сторон социально-экономической жизни общества. Для специалистов их значимость не вызывает сомнения. В сфере российского рынка труда мониторинг происходящих изменений стал привычной нормой и осуществляется в форме статистических исследований населения по вопросам занятости. В представленной предметной области проводятся и другие мониторинговые исследования, причем как централизованно, так и на региональном уровне.

Однако проблема организации мониторинга и исследования рынка труда в России решена далеко не полностью. Имеется ряд теоретико-методологических и практических ее аспектов, требующих принципиально новых подходов и современных решений. Среди наиболее актуальных проблем можно назвать следующее:

1. Необходимость системного характера мониторинга.
2. Гибкое реагирование концептуального и методического обеспечения мониторинговых исследований на изменения в социально-экономической ситуации на рынке труда.
3. Организация и финансирование необходимых исследований на разных уровнях [1, с.44].

Значение первой проблемы состоит в том, что мониторинг должен быть комплексным по применяемым методам исследования и системным по содержанию. Однако существующая практика проведения мониторинга рынка труда базируется на статистических методах. Содержащаяся в статистических источниках информация недостаточна для удовлетворения текущих потребностей специалистов и работодателей, а также исследовательских целей и прогнозирования.

О нынешней статистике с ее выборочным характером нельзя сказать, что она «знает все», так как она не дает представления о многих, прежде всего качественных, сторонах происходящих на рынке труда процессов, о причинно-следственных связях в изучаемых

явлениях, профессиональном аспекте занятости, влиянии на нее мотивационно-психологических, историко-культурных факторов и т. п. Являясь практически единственным источником информации, статистика не позволяет с достаточной точностью оценивать изменения происходящие на рынке труда и эффективно управлять происходящими там процессами [2, с.32].

Все это побуждает к применению и других методов – более динамичных, способных улавливать качественные изменения, независимые от политической конъюнктуры, позволяющие дополнять и проверять данные статистики. Критериям полноты и оперативности, достоверности и способности к оценкам качественных понятий соответствуют социологические методы мониторинговых исследований рынка труда, которые могут и должны существенным образом улучшить его статистическое отображение.

Сочетание статистических методов исследования с социологическими, имеет ряд преимуществ, поскольку позволяет: наиболее полно обеспечить информационные потребности пользователей; проводить комплексный анализ и прогнозирование показателей рынка труда и их динамики; работать с субъектами исследования практически в интерактивном режиме. Фактор реального времени в картину рынка труда привносит социологический мониторинг.

Вторая обозначенная проблема – своевременность и адекватность методического обеспечения мониторинговых исследований можно показать на следующем примере. В последнее время вызывает сомнения достоверность некоторых статистических показателей в сфере труда и занятости, в частности, снижение показателя общей безработицы в России за последний год на 7,5% [3, с.46].

Возможно, что полученный статистикой резкий сдвиг данного показателя объясняется недостаточностью выборки сельского населения, так как именно в этой среде сохраняются ареалы повышенной незанятости. Применяемая методика более соответствует условиям «сплошной» высокой безработицы, охватывающей все слои населения. В последнее время усредненные ее показатели стали маловыразительны, так как безработица приняла «очаго-

вый» характер, характеризуется отдельными резкими всплесками, зависящими от конкретных условий определенного региона или категории населения.

Исходя из вышесказанного, следует отметить, что в методику статистического мониторинга проблем рынка труда, настало время внести соответствующие изменения. В частности, нам представляется, что региональные выборки для мониторингового опроса населения следовало бы расширить и предусмотреть, чтобы проводимые исследования не упускали категории и зоны повышенной напряженности с точки зрения занятости.

Третья проблема – обеспечение мониторинговых исследований также носит комплексный характер, т.е. не сводится только к поиску источников финансирования. Сложности ее решения обусловлены следующим.

Во-первых, в регионах России исследования рынка труда, тем более социологическими методами, не получили широкого распространения. Руководители различного уровня привычно обходятся имеющейся статистической информацией и чаще всего психологически не готовы к проведению исследований, требующих размышлений, анализа, да еще и дополнительных финансовых затрат.

Во-вторых, отечественная статистика уже давно создает и поддерживает картину благополучия в сфере занятости, которую при недостатке объективной информации трудно опровергнуть.

В-третьих, проведение исследований этого профиля в регионах наталкивается на законодательные трудности. Так, федеральное законодательство о занятости населения не предусматривает их проведение, финансирование из бюджета РФ и не вменяет в обязанность территориальным органам занятости. Органы власти регионов вправе организовывать исследования рынка труда на средства территориальных бюджетов. Однако из-за негибкости законодательства они не могут создавать соответствующие структуры при службах занятости, которые лучше всего владеют проблематикой, нуждаются в проведении исследовательской и прогнозно-аналитической работы и способны эффективно ее наладить [4].

Очевидно, что обозначенная проблема требует, прежде всего, институциональных ре-

шений. Поскольку в регионах она не решается в инициативном порядке, мы считаем целесообразным функционально закрепить организацию исследований рынка труда за субъектами Федерации с правом создания и финансирования соответствующих структур, в том числе при службах занятости.

Стабилизация социально-экономического положения России, происходящий в стране экономический рост определяют ряд новых задач в сфере исследования рынка труда. Среди них особенно важна задача прогнозирования. Если раньше, в период нестабильного развития экономики, даже краткосрочные прогнозы не всегда сбывались, то в настоящее время стала возможна разработка среднесрочных и долгосрочных прогнозов ситуации на рынке труда, а для этого необходимо создание специального методического обеспечения [5, с.85].

Особую актуальность приобретает проведение прогностических расчетов объема и профессиональной структуры потребности экономики в рабочей силе. Значимость именно этого направления прогнозирования объясняется рядом обстоятельств: на фоне возрастающей количественной сбалансированности спроса и предложения на рынке труда сохраняются и постоянно воспроизводятся профессиональные и территориально-профессиональные диспропорции; на российских предприятиях много лет отмечается дефицит кадров, представленный определенными профессиями; отсутствие качественного количественного анализа и прогнозов потребности в кадрах является одной из проблем в подготовке специалистов профессиональными учебными заведениями, а также дезориентирует молодежь при выборе профессий и специальностей.

Поэтому очень важно обеспечить согласование профессиональной структуры рынка труда и образовательных услуг и увязать решение этой задачи с проводимой в стране модернизацией образования.

Информационной основой научно-методических разработок такого рода должны стать комплексные мониторинговые исследования. Комплексный характер мониторинга позволит сформировать службе занятости населения и систематически накапливать специфическую информационную базу, именно в этом случае результаты проводимых мониторинговых ис-

следований будут иметь многоцелевое использование.

В качестве примерной методики прогнозирования региональных потребностей рынка труда в рабочих кадрах в разрезе основных групп профессий, можно предложить следующие рекомендации:

- прогнозирование осуществлять на основе данных мониторинга рынка труда и образовательных услуг;
- накопительный характер информационной базы позволит ввести в алгоритм прогнозных расчетов ряд среднестатистических зависимостей-констант и постепенно их уточнять, повышая точность и упрощая процедуру прогнозирования;
- при выполнении прогноза использовать несколько взаимодополняющих методов: сравнительно простой математический алгоритм расчета, который опирался бы на результаты применения метода экспертных оценок. Определение статистических зависимостей и проверка сравнительным анализом текущих и прогнозных тенденций в спросе на фоне обуславливающих их факторов;
- разнообразие инструментария позволит проводить исследование и прогнозные расчеты разного территориального уровня, отдельно для городской и сельской местности;
- особенности выборки предприятий и организаций для экспертного опроса позволят выполнять прогноз в разрезе отраслей;
- в инструментарии должна быть заложена возможность контроля достоверности основных экспертных оценок;
- полный вариант прогнозирования должен быть рассчитан на профессиональные кадры и использование подготовленных интервьюеров, что повышает надежность результата.

В соответствии с предлагаемой примерной методикой прогнозирования потребности в профессиональных кадрах, мониторинг в целом должен основываться на следующих принципах. Во-первых, основу разработки данного вида прогноза должны быть положены региональные исследования. Это обусловлено тем, что регионы, в отличие от страны в целом, характеризуются большей однородностью факторов, обуславливающих потребность в кадрах, меньшим спектром самих профессий.

В силу этого на региональном уровне необходимые группировки профессий и использование среднестатистических коэффициентов, которые будут меньше искажать результаты прогнозных расчетов. Во-вторых, необходим принцип разработки укрупненного прогноза в разрезе основных и наиболее массовых групп профессий, в совокупности охватывающих не менее половины профессиональной структуры спроса на региональном рынке труда. В-третьих, методика должна предполагать прогнозный расчет дополнительной потребности экономики в кадрах рабочих и специалистов, т.е. текущего спроса, а не занятости в целом.

В соответствии с предложенным методическим подходом, прогнозный расчет может содержать четыре аспекта: количественный, качественный, территориальный и отраслевой. Государственная политика на рынке труда может быть эффективна, если проводимые в ее рамках действия разработаны в соответствии с правильно поставленными целями, трансформированными в конкретный набор адекватных мер, поддержаны соответствующими ресурсами, привязанными к институтам, способным достигать требуемых результатов.

Институты рынка труда, прежде всего служба занятости, все еще накапливают опыт работы в рыночной экономике. Они нуждаются в научно-методической поддержке, направленной на повышение эффективности работы. Разработка и исполнение активных программ на рынке труда находится в ведении государственной службы занятости.

Имеется целый ряд «резервов», способных повысить ее эффективность на макро и микро уровне. Один из них – применение конкретных мониторинговых исследований, которые уже сейчас выступают активной составляющей по изучению рынка труда. Данное направление актуально и необходимо для оценки реального влияния государственной политики на рынок труда, своевременной корректировки действующих программ и разработки новых проектов.

Источники

1. Сарно А.А. Типы трудовой мотивации и их динамика // Социологические исследования. 1999. №5.
2. Рынок труда в России: проблемы формирования и регулирования / под ред. К.И. Мипульского. М., 2005.
3. Куддо А. Политика занятости в России в контексте международного экономического опыта. Государственная и корпоративная политика занятости. М., 2006.

4. Кулинцев И.И. Экономика и социология труда. М.: Центр экономики и маркетинга, 2005.

5. Капелюшников Р.И. Российский рынок труда: адаптация без реструктуризации. Некоторые аспекты теории переходной экономики. М.: ИМЭМО РАН, 2003. С.85.

УДК (UDC) 338.516

Усманова К.Ф.,

Д.э.н., профессор Магнитогорского государственного
технического университета им Г.И. Носова;

Бойцов В.Г.,

старший преподаватель Магнитогорского государственного
технического университета им Г.И. Носова.

Usmanova K.F.,

D.Sc., professor of Nosov Magnitogorsk State Technical
University;

Boytsov V.G.,

assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical
University.

СИСТЕМА «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО – РЫНОК» И ЕЕ ВЗАИМОСВЯЗИ

THE SYSTEM “ENTREPRENEURSHIP – MARKET” AND ITS INTERCONNECTIONS

Аннотация

Создание новых рынков, расширение круга покупателей, выявление и создание покупательских потребностей – на это направлена стратегия предпринимательства. Инновационные нововведения подразумевают полное изменение в стиле работы предприятия, направленность на создание товаров и услуг более высокого качества, чем у конкурентов.

Abstract

Creating new markets, expansion of the buyers' circle, the identification and creation of consumer demand - is the focus of business strategy. Innovative innovations imply a complete change in the style of the enterprise activities, focusing on aiming at creating products and services of higher quality than the competition.

Ключевые слова:

Предпринимательство, инновации, маркетинг, мотивация, стратегии развития. оптовый и розничный рынок, малое предприятие, производственный кооператив, форма собственности, хозяйственное товарищество.

Keywords:

Entrepreneurship, innovation, marketing, motivation, strategies of development, wholesale and retail market, small enterprise, producers cooperative, form of property.

Рыночные отношения предъявляют совершенно новые требования к сегодняшним предприятиям при переходе их к предпринимательским структурам – это и трансформация форм собственности, планирования, организации, управления, финансирования и ценообразования. Каждое предприятие как объект управления является сложной социально-технической и экономической системой, которая интегрирует в процесс производства множества вещественных элементов, людских ресурсов и информационных связей. Конечным результатом функционирования предприятия, как субъекта предпринимательства является создаваемый продукт, который удовлетворяет разнообразные потребности общества. Последнее непосредственно оценивает результаты индивидуального производства, его соответствие уровню, динамике и цели общества.

Одним из главных направлений деятельности малого предприятия является создание новых рынков, расширение круга покупателей. Это становится основой удовлетворения потребностей, с одной стороны, а с другой – создания и обеспечения рабочих мест. Выявляются и создаются потребности потенциальных покупателей – на это направлены функции маркетинга и инновации, стратегии предпринимательства. Инновационные нововведения подразумевают не столько разработки и исследования, сколько полное изменение в стиле работы предприятия, направленности на создание новых товаров и услуг более высокого качества, чем у конкурентов.

С точки зрения производительных сил предприятие представляет определенную «организационно-технологическую целостность вещественных и личных факторов производства». Однако личный фактор производства на малом предприятии образует особую социальную целостность, которая представляет совокупного работника предприятия, субъекта производственных отношений данного способа производства.

Эти условия определяют самостоятельность предприятия и общий характер ее реализации. Однако индивидуальный характер воспроизводственного процесса обеспечивает постоянное воспроизведение самостоятельности, особенные условия и специфику в конкретной ситуации. И общие и особенные

условия в совокупности направлены на то, чтобы экономическая самостоятельность предпринимателей укрепляла систему – рынок – в целом. Одновременно особые условия обеспечивают воздействие самостоятельности на экономико-социальные изменения в самом звене, реализацию интересов людей. В настоящее время недостаточно уделяется внимания самостоятельности предприятия как субъекта предпринимательства. Что дает самостоятельность для развития предпринимательства, как влияет на его доходы, на предпринимательское поведение, в какой степени способствует укреплению предприятия? Ответы на эти вопросы еще не получены, но, несомненно, обогатили бы содержание экономической самостоятельности предприятий, условий ее обеспечения. Методологический подход к анализу социально-экономических условий самостоятельности предприятия, особенно малых и средних, их проявлений не ограничивается вопросами детерминированности явления, его причинно-следственными связями, а также выяснением общего и особенного.

В условиях рыночной экономики изменяются механизмы мотивации и стимулирования людей к эффективному труду, их место и роль в экономике. Это обусловлено возникновением новых форм собственности, и, следовательно, усложнением взаимосвязей и взаимоотношений. Так, например, в частных и государственных предприятиях собственники и работники разделены, последние являются наемной силой. Для таких предприятий характерным становится противостояние между трудовым коллективом и руководством как представителем собственника. В хозяйственных товариществах и обществах с соответствующими формами собственности работники одновременно являются и собственниками, а, следовательно, должны непосредственно участвовать в управлении собственностью, производством, финансами, социальной сферой. Анализ нескольких десятков производственных кооперативов показал, что свыше 90% из них были беспасевыми, то есть практически функционировали не на основе кооперативной, а частной собственности. Как правило, небольшая группа предпринимателей вкладывает свои средства или берет кредит в банке, нанимает постоянных и временных работников, формально записывая

их членами кооператива. Руководство – жесткие люди с авторитарной системой управления. Для предприятий характерным являются не нововведения и поиск приемлемой стратегии развития, а опасность «самоэксплуатации», «самоугнетения». Решения на таких предприятиях принимаются большинством, являются обязательными для всех. Умышленное меньшинство таких «предпринимателей» становится источником постоянной напряженности, снижает эффективность основной деятельности, что порождает конфликты. Акционерная и арендная собственности составляют как бы середину в изложенной схеме. Такие предприятия, а также государственные, переданные в полное хозяйственное ведение коллектива (предприятие – собственник производимого продукта, но не вносит арендной платы), также составляют противоречивый коллектив между группами людей, причастными к собственности, и, соответственно, к управлению предприятием. Это противоречие существенно острее, чем между собственниками и наемными работниками, поскольку последние четко разделены должностными позициями (одни управляют, другие исполняют и отстаивают свои права). В условиях коллективной собственности реально управлять – выступать в роли собственника будут не все работники.

Рынок воздействует на предпринимательство через систему потребностей продукции и услуг. Маркетинговые возможности малого предприятия возникают из совокупности трех множеств (систем):

- внешней среды – рыночных возможностей;
- целей предпринимательства;
- внутреннего потенциала предприятия.

Внешняя среда представлена рынком предприятий (организаций) и покупателей (розничного и оптового рынка). Отношения предприятия – предпринимателя с субъектами внешней среды включают предпринимательскую среду (предприятия, организации) и отдельных покупателей.

Несомненно, что отношения предприятия – предпринимателя с субъектами оптового рынка имеют существенные особенности в отличие от субъектов розничного рынка. Изучение их предполагает установление основных мотивов приобретения товаров и услуг, анализ покупа-

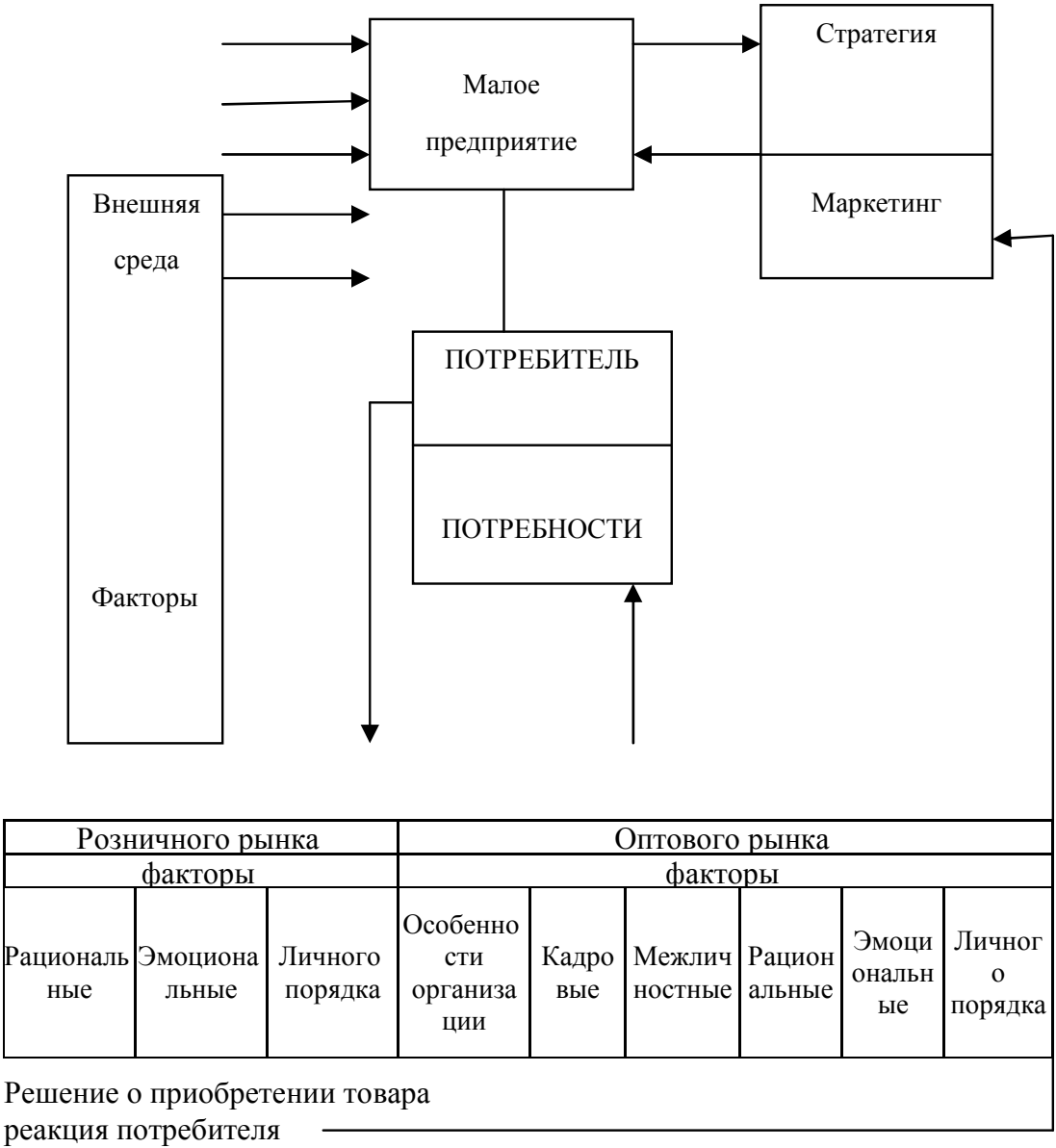
тельского поведения, совершенствования коммуникационных связей с потребителем, разработку прогнозов потребностей и выработки ключевой стратегии предпринимательства.

В условиях рынка малое предприятие находится постоянно во взаимодействии с внешней и внутренней средой. Со стороны внешнего окружения основным фактором является реакция потребителя (рис. 1).

Рисунок 1. Модель взаимосвязи малого предприятия как субъекта предпринимательства и потребителя.

Отношения предпринимателя на рынке с отдельными потребителями и предприятиями – организациями различаются, обусловлены особенностями фактора межличностных отношений и спецификой организации-потребителя. Последние формируются под воздействием целей, политики и принятых методов работы потребителей, определяются организационной структурой и уровнем управления предприятием, его руководством.

Система управления предпринимательством множественна: она подразделяется на подсистемы и элементы, находящиеся между



собой в определенных отношениях. Возможны различные варианты разделения систем управления на подсистемы в зависимости от задач анализа и синтеза систем управления. Например, могут быть выделены подсистемы производственных процессов, ресурсов (материальных, трудовых, денежных), поставщиков и потребителей продукции. Свойство делимости системы используется при моделировании подсистем и элементов с целью оптимизации функционирования как отдельных частей, так и системы в целом.

Системный анализ, под которым подразумевается метод подготовки научно обоснованных решений крупных комплексных проблем управления предпринимательством, является основным методом принятия менеджерских решений. В этом случае анализ деятельности предприятия проводится при рассмотрении внутренней и внешней окружающей среды в тесной их взаимосвязи. Игнорирование какого-либо из элементов приводит к неудачам предприятия на рынке.

Под системой подразумевается совокупность взаимодействующих элементов, объединенных информационными потоками, прямыми и обратными связями и составляющими единое организационное целое. С точки зрения менеджера система «предпринимательство» состоит из двух основных частей:

– управляемой системы (то, на что воздействует менеджер);

– управляющей системы (то, с помощью чего воздействует менеджер).

При принятии решений, воздействующих на систему, менеджер применяет методы и средства, влияющие на три ее элемента: вход, непосредственно процесс, выход. Воздействуя на вход, менеджер привлекает к участию в производстве новые трудовые и материальные ресурсы, технологические процессы. При воздействии на процесс используются новые сочетания материалов, технологии и энергии, вовлекаются новые исследования и разработки. При воздействии на выход реализуются внешние изменения в функционировании предприятия, получении конкурентоспособного продукта при изменении спроса и технологии. В результате использование менеджмента позволяет найти оптимальную структуру элементов системы «предпринимательство-рынок» (рис. 2). Увеличение числа занятых в управляющей системе, как известно, способствует улучшению качества функционирования управления, но с определенного момента уже не влияет на систему. Более того, управляющая система, при определенном числе блоков может работать сама по себе, вне связи с производственным процессом. В этом случае задачей системного анализа является сравнение

Рисунок 2. Система «предпринимательство – рынок»



фактического значения параметров системы с нормой и их корректировка (обратная связь).

Инструментом анализа являются алгоритмы, основанные на математической или логической постановке. Могут также применяться операционные игры (выработка управленческих навыков, имитация производственной ситуации). На этой основе могут приниматься решения, обеспечивающие обратную связь. С помощью операционных игр достигается определение дерева целей предпринимательства, что исключает ненужные действия и затраты, повышает эффективность деятельности предприятия в целом, служит для развития управленческих навыков персонала, облегчает контроль за выполнением решений, устранением возможных ошибок, улучшает взаимоотношения между работниками предприятия.

Множественность признаков и взаимосвязь основных элементов позволяют представить систему «предпринимательство-рынок» с позиций системного анализа как единое целое. При анализе признаков процесса можно выделить следующие:

- целенаправленность управляемости, т.е. наличие у системы общей цели – достижение максимального размера прибыли или объема продаж;

- наличие большого числа элементов, входов и выходов, разнообразных функций, что обусловлено многономенклатурностью производства продукции, сложностью и разнообразием производственных процессов, оборудования, особенностями организации процессов;

- сложные переплетающиеся отношения между переменными, обратными связями, приводящие к тому, что изменение одной или нескольких переменных влечет изменение других зависимых переменных, т.е. характеризуется целостностью и сложностью поведения; например, изменение уровня технологии производства влечет за собой необходимость изменения качества и уровня средств технологического оснащения, последнее приводит к повышению уровня профессиональной подготовки работников, а это также оказывает влияние на изменение технологии и качества продукции, соответственно, на объемы продаж и так далее;

- наличие подсистем с явно выраженными свойствами, сложной иерархической струк-

турой организации: каждое подразделение предприятия входит как составная часть в его более крупные отделения и в целом;

- систему предприятия в рамках компонентов производственных возможностей (человек – средства труда) можно указать функциональную подсистему. Все структурные уровни находятся в определенных отношениях, организационной связи и взаимодействии. Системный анализ позволяет вскрыть эти отношения, исследовать сложную структуру и взаимосвязи между элементами системы и подсистем, осуществить соответствующие теоретические выводы и практические предложения по совершенствованию комплексного планирования и управления процессом.

Таким образом, система «предпринимательство-рынок», характеризуемая указанными признаками, представляет большую систему. Последнее и позволило создать общую структурную модель производственных возможностей малого предприятия (рис. 3). Это обуславливает применение стратегического планирования и управления, программно-целевого и других методов при совершенствовании управления предприятием.

Модели процессов управления предпринимательством включают преобразование и движение информации при осуществлении рыночного регулирования на разных уровнях. Эти модели описывают организационно-хозяйственную структуру и механизм функционирования организации. Модели процессов управления характеризуют процедуры и блоки принятия решений в организациях (звеньях), процессы сбора, хранения, обработки и передачи данных в системе управления. Они также могут иметь различную степень агрегации – от отдельного алгоритма планового расчета и передачи конкретного показателя или документа до обобщенной схемы управления предприятием, группой предприятий. В известном смысле каждое нижестоящее звено управляющей системы является «объектом» управления для некоторого вышестоящего в иерархии звена. Но эти информационные связи мы относим к содержанию моделей процессов управления. Все информационные преобразования и связи по разработке и согласованию, а также по установлению регулируемых параметров менеджеры должны описывать в моделях процессов

управления.

Управление малым предприятием в условиях рынка представляет собой большую и сложную информационную систему, а поэтому требует комплексного подхода. Именно такой подход способен обеспечить полную оценку и стимулирование деятельности каждого работника и хозяйственного звена.

Действительно, сложность системы предпринимательства в рыночных условиях обусловлена производственным процессом, возможностями, представляющими динамическую систему – с одной стороны. Эта сложность определяется наличием большого числа взаимосвязанных и разделенных во времени и в производстве технологических процессов, разнообразием применяемых типоразмеров оснастки и многообразием номенклатуры изготавливаемых изделий. Различны также технологические операции, профессии и квалификации работников. Эти факторы характеризуют производственный процесс как сложную многогранную систему, обуславливают необходимость применения системного анализа.

Модель производственных возможностей малого предприятия представляется нам как совокупность всех его элементов, предметов труда, средств производства, самого труда. Это положение позволяет по-иному представить процесс управления малым предприниматель-

ством. Составные части его тесно связаны между собой; внедрение высокотехнологичного оборудования, как уже указывалось, вызывает изменения в средствах технологического оснащения, технологических операций, что предопределяет и изменение профессионального уровня работников, их потенциала. По сравнению со средними и крупными предприятиями на малых существует преимущественное воздействие элемента «труда». Все это усложняет процессы управления предпринимательством, вызывает необходимость применения комплексного подхода, что до настоящего времени практически не осуществлялось. Этот процесс на предприятиях не регулируется, находится вне управления, что приводит ко многим отрицательным последствиям: недостаточному росту производительности труда, технико-экономических показателей, переподготовке профессиональных кадров на предприятии и, в конечном итоге, к снижению темпов его работы, банкротству. Эти внутренние условия усугубляются воздействием внешних факторов: отсутствием государственного регулирования, трансформацией форм собственности, растущей конкуренцией, изменением уровня технологии, уровня развития продукции и состоянием потребителей.

На рис. 3 представлена разработанная структурная модель производственных воз-

Рисунок 3. Структурная модель производственных возможностей малого предприятия



возможностей малого предприятия через его элементы: предметы труда – средства труда – сам труд. Производственные возможности предприятия представляют совокупность его материально-вещественных элементов, информации, трудовых ресурсов. Последние также подразделяются на составные части. Построенная структурная модель позволяет представить направления развития малого предприятия через единство его элементов. Поскольку на разных информационных уровнях управления объект представляется с неодинаковой степенью реализации, соответствующие модели объекта имеют различную степень общности и агрегирования.

В предложенной модели показано, как под воздействием внешних факторов осуществляется перемещение трудовых ресурсов как предметов труда в блок – средства труда. Т.е., одновременно трудовые ресурсы рассматриваются и как объект, на который направлена деятельность процесса производства, и как профессиональный, предпринимательский потенциал, с помощью которого можно изменить характер деятельности организации, осуществить формирование ее стратегии.

Реализация поставленных целей осуществляется целереализующей системой. Выбор ее структуры применительно к проблеме управления предпринимательством будет осуществлен ниже. Системный подход обеспечивает комплексное исследование процесса управления предпринимательством. Системный анализ производственных возможностей предприятия позволяет выявить важнейшие функциональные блоки, их структурные и временные взаимодействия; он позволяет описать все элементы системы, установить важнейшие связи между ними и определить оптимальный вариант функционирования малого предприятия как субъекта предпринимательства.

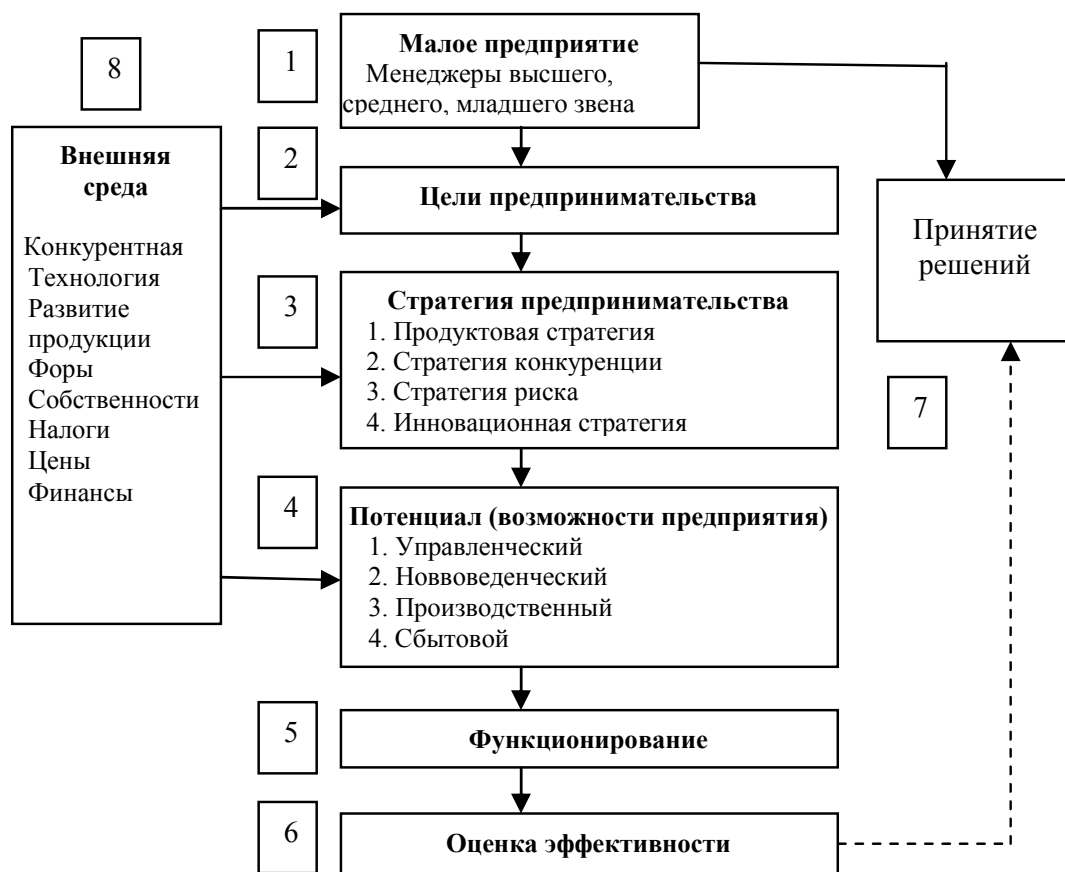
Общая система мер по управлению предпринимательством содержит технологический и экономический аспекты, как уровни в ее структуре, а также контуры, в которых непосредственно протекает материальное производство. Технологический аспект подробно раскрывается через элементы производственного процесса: предметы труда – средства труда – труд структурной модели регулирования предприятия. В ней, основные компоненты представлены

упрощенно как предельно укрупненные функциональные блоки: предметы труда – средства труда – труд. Они связаны между собой потоками личных и вещественных факторов производства, которые и образуют ряд замкнутых, но взаимосвязанных контуров. Взаимосвязи между потоками материальных и личных факторов производства, лежащих на технологическом уровне, характеризуются показателями, которые называются технологическими параметрами. К ним можно отнести показатели уровня специализации производства, уровня механизации, уровня автоматизации производственного процесса, уровня прогрессивности и другие. Таким образом, технологические параметры структурной модели служат инструментом, регулятором обоснования материально-вещественной и технологической сбалансированности производственных процессов. Экономические параметры используются, прежде всего, как средства согласования экономических интересов – личных, коллективных и общественных, способные воздействовать на поведение экономических субъектов. В управлении технологические и экономические параметры играют существенно различные роли. Подобное разграничение более точно выражает характеристику управляющих переменных, посредством которых стратегическое планирование может воздействовать на развитие малого предприятия.

Конечной задачей управления любым объектом является достижение и поддержание заданного целевого состояния выхода объекта управления. Для этого необходим блок 6 (рис. 4), который бы контролировал параметры выхода объекта управления, сравнивал с целевыми и воздействовал по конкретной программе на объект для минимизации отклонений фактических параметров от заданных. В относительно замкнутой системе управлений существует еще задающий блок 2, который определяет желаемое состояние выхода объекта управления – цели и формирует программу работы блока 3 для достижения этих целей. Блок 2 не полностью задает цели, часть этих функций выполняет внешняя среда, и тем большую, чем менее обособлен объект от среды, чем уже диапазон факторов среды, которые способна учитывать данная система управления предпринимательством.

В рыночной экономике, в которой управле-

Рисунок 4. Функциональная схема управления предпринимательством



ние ограничено рамками отдельных предприятий и фирм государство косвенно регулирует их деятельность, на макроуровне отсутствует единая система народнохозяйственного планирования. В процессе рыночного регулирования через механизм конкуренции внешняя среда задает условия действия каждой обособленной хозяйственной единицы. Поскольку в нашей стране эти условия пока не исследуются, нет конкретных рекомендаций по адаптации предприятия в рыночной среде, современный предприниматель познает их методом проб и ошибок, по обратной связи от рынка.

Исходя из действий факторов внешней среды, а также микросреды, формируются цели предпринимательства. При этом различны динамика и структура воздействия элементов систем, а также реакция управления предприятием. Так, например, рыночная среда (экономические, технологические и другие факторы) может быть относительно стабиль-

ной – в условиях ее социальной организации, а может быть динамичной. Рост, например конкуренции, окажет положительное воздействие на структуру рыночной среды, но негативно отразится на социальной среде – появится много предприятий-банкротов, что приведет к социальному взрыву. Аналогичен механизм действия технологических факторов: с одной стороны, будет повышаться конкурентоспособность продукции, с другой – образуются предприятия-банкроты, или возникает новая форма организации – предпринимательские сети, которая будет управляемой и иметь положительные результаты. Если факторы внешней среды статичны, т.е. практически не изменяются или имеют незначительный прирост, то и предпринимательство имеет несколько иные цели, нежели в динамичной среде. Задачи менеджеров всех уровней должны исходить из действия макро- и микросреды предприятия, принимаемые решения воздействовать на их факторы.

Например, маркетинговые действия увеличивают спрос на продукцию, усиливают конкуренцию, ускоряют динамику рыночной среды, изменяют ее структуру. Блок 2 направлен не только на разработку плана текущей деятельности, координацию подсистем и элементов, но и на разработку стратегического плана развития, совершенствование системы управления. По мере усложнения задач управления предпринимательством возрастает значение динамического аспекта, возникает необходимость в построении адаптивных систем, способных быстро приспособиться к изменениям в объекте управления и его внешней среде, а в идеале – и упреждать их. Сложная система управления социально-экономическими объектами, начиная с уровня малого предприятия, представляет собой динамическую самоорганизующуюся систему. Она воспроизводит себя так же, как и свой объект управления. Адаптация в этом смысле связана с совершенствованием системы: расширением диапазона условий функционирования системы, повышением эффективности ее действия. Воспроизведение структуры и принципов функционирования, процессов обучения, отбора и запоминания положительного опыта осуществляется в системе информационным механизмом, который называется социальным или социально-экономическим генотипом (по аналогии с биологическим генотипом). Такое имитационное моделирование уже осуществляется рядом фирм запада.

Чем сложнее система управления, тем большую роль играет на ней механизм самообучения. Однако для прежних предприятий централизованной экономики необходим был и механизм жесткого регулирования. Он обеспечивал быстроту и автоматизм реакции на широкий класс стандартных решений (ситуаций), а также ограждал систему от чрезмерно активных поисковых воздействий, которые в отдельных случаях нарушают ее нормальное развитие и даже приводят к разрушению. Таким образом, в централизованной экономике главной проблемой социально-экономического генотипа являлась проблема поиска оптимального соотношения между механизмами жесткого регулирования и самообучения. В метапланировании он определяет соотношение централизации и децентрализации в системе,

принципы ее организации в целом, формирование ее структуры в частности.

В социально-экономических системах возможно предвидение результатов намечаемых изменений (отбор лучших результатов, передача их через информационные комплексы другим ячейкам системы и другим системам). В социально-экономических системах накопление новой управляющей информации, новых программ регулирования в системе руководства часто приводит к изменению системы стимулирования, по-новому ставит вопрос о соотношении централизации и децентрализации в рамках метапланирования. Таким образом, можно привести систему управления предпринимательством в соответствие с внешними факторами, обеспечить жизнедеятельность предприятия, его выживаемость и прибыльность. Для этого необходима разработка проблем управления предпринимательством, как на уровне предприятия, так и в разрезе регионов. На первом этапе необходима разработка общей концепции целей, содержания и этапов предпринимательства. Она должна содержать стратегию управления предпринимательством, трансформацию организационной структуры предприятия в направлении органической, учитывать социальные потребности. На следующем этапе необходимо исследовать проблемы сущности и направления развития предпринимательских структур, формирования предпринимательских сетей в регионах и в целом по стране. На третьем этапе целесообразна разработка проблем стратегического управления предпринимательством, с раскрытием ею места, условий функционирования и направлений развития в системе управления.

Хаджиогло Е.В.,

Магистрант Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова.

Khadzhioglo E.V.

Master student of
Nosov Magnitogorsk State Technical University

ОЦЕНКА ТЕНДЕНЦИЙ И ПЕРСПЕКТИВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

DIAGNOSTIC OF TRENDS AND PERSPECTIVES OF COMMERCIAL BANKS ACTIVITIES IN RUSSIAN FEDERATION

Аннотация

Рассмотрены тенденции и перспективы деятельности коммерческих банков в Российской Федерации. Проанализирована динамика количества действующих банков и случаев отзыва лицензий. Обоснована актуальность рейтинговой оценки деятельности коммерческих банков.

Abstract

The article describes the trends and prospects of development commercial banks in the Russian Federation. The author has analyzed the dynamics of the number of operating banks and cases revocation of their licenses. He substantiated also the relevance of rating estimation of activity commercial banks.

Ключевые слова:

Коммерческие банки, рейтинговая оценка коммерческого банка, надежность коммерческого банка, отзыв лицензии коммерческого банка.

Keywords:

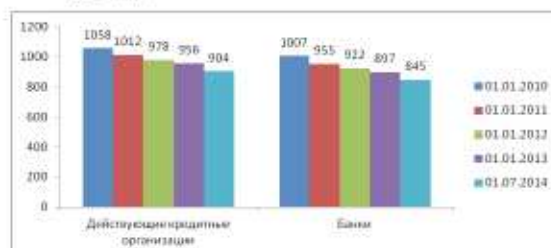
Commercial banks, rating estimation of commercial bank, reliability of a commercial bank, revocation of license of commercial bank.

В настоящее время эффективность деятельности многих организаций банковского сектора РФ недостаточно высока, что является значительной проблемой для российской экономики. Для того чтобы добиться стабильного роста в будущем, финансовая устойчивость банков не должна вызывать сомнения, важно очистить банковский сектор. Кроме того, для того чтобы банки могли продуктивно поддерживать рост экономики, необходимо поддерживать чистоту баланса каждого, а не просто удалять грязные и неэффективные банки. Начиная с сентября 2013 г. ЦБ РФ ведет активную политику по проверке и отзыву лицензий у целого ряда российских банков, чья деятельность ведется с нарушениями. Основными причинами отзывов лицензий являются проведение сомнительных операций кредитными организациями и неудовлетворительное финансовое состояние банков.

В таблице 1 приведены сведения о количестве действующих кредитных организаций и банков в РФ за период с 2010 по 2014 гг., динамика проиллюстрирована в виде диаграммы на рисунке 2 [1, с.4,5].

Необходимо отметить, что в рассмотренный период с 2010 г. по 2014г., число кредитных организаций снижается, в том числе банков и банковских коммерческих организаций. Причем, на 01.01.2013 г. количество кредитных организаций составляет 956, а уже на 1.07.2014 их число уменьшилось на 52. И это не случайно, так как ЦБ РФ сменил свою политику и планирует существенно сократить общее число банков и в этом есть свой смысл, так как меньшее число банков гораздо легче проверять и контролировать.

Рисунок 1. Динамика количества действующих кредитных организаций и банков в РФ в 2010-2014 гг.



На рисунке 1 отчетливо видна тенденция уменьшения количества банков за рассмотрен-

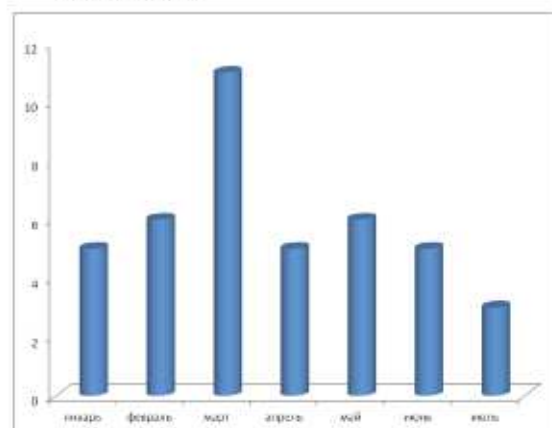
Таблица 1. Количество действующих банков и банковских организаций в РФ в 2010-2014 гг.

Показатель	На 01.07.14	На 01.10.13	На 01.01.13	На 01.01.12	На 01.01.11	На 01.01.10
Действующие кредитные организации	904	942	956	978	1012	1058
Из них банки	845	879	897	922	955	1007
банковские КО	59	63	59	56	57	51
Число кредитных организаций с иностранным участием	-	252	244	230	220	226
Из них со 100%	-	77	73	76	80	82
И свыше 50%	-	42	44	37	31	26

ный период, что свидетельствует о значительных рисках прекращения своей деятельности и для продолжающих свою работу кредитных организаций. Уже в 2014 г. у 41 банков была отозвана лицензия (см. рисунок 2).

Идет речь не только о приведении банковского сектора в соответствующий закону вид, но и о гораздо более глубокой проблеме укрупнения остающихся банков. Так, отзыв лицензий у десятка банков не только заставляет их вкладчиков переходить в крупные банки, которые с высокой степенью вероятности будут продолжать свою деятельность, но и, что гораздо важнее, стимулируют вкладчиков всех небольших банков задуматься о будущем их вложений и также переводить свои накопления или их часть в крупные банки [2].

Рисунок 2. Количество случаев отзыва лицензий у коммерческих банков в РФ за январь-июль 2014 г.



В целом, дестабилизация банковского сектора не выгодна как для бизнеса, так и для рынка недвижимости, потому что утрачивается уверенность в том, что в ходе реализации проектов, осуществляемых на кредитные деньги либо в ходе выплаты долгосрочной ипотеки, не возникнет проблем, вызванных ликвидацией банка. На сегодняшний день рынок недвижимости в нашей стране уже находится в состоянии выживания и дальнейшая «зачистка» может только усугубить ситуацию. Рынок ждет укрупнение в банковской сфере.

В первую очередь, на что смотрит ЦБ РФ при отзыве лицензий, – это кредитный рейтинг, выставляемый рейтинговым агентством. Кредитный рейтинг – мера кредитоспособности частного лица, предприятия, региона или рынка. Кредитные рейтинги относительны, поэтому важно учитывать специфику той или иной страны, предприятия, отрасли промышленности [3, с.102].

Крупнейшими международными рейтинговыми агентствами на сегодняшний день являются Moody's, Standard and Poor's и Fitch Ratings («большая тройка»). Крупнейшими российскими рейтинговыми агентствами являются «Эксперт РА», «РусРейтинг» и «Национальное Рейтинговое Агентство» [4].

На сегодняшний день рейтинги банков стали главным информационным ресурсом в банковском секторе. Все чаще поступают обвинения в адрес международных рейтинговых агентств в недобросовестности, приведшей к экономическому кризису. Эта ситуация говорит о том, что оценка рейтинговых агентств до сих

пор остается важнейшим критерием надежности финансовой организации.

Как показала практика, даже к банкам, имеющим высокие кредитные рейтинги, доверие не может быть безоговорочным. Агентства признают, что на сто процентов доверять их рейтингам не стоит при выборе банка физическими и юридическими лицами. Однако стоит задуматься, если рейтинговые агентства занижают кредитный рейтинг, так как это первый сигнал для клиентов к переоценке отношений с ним.

На самом деле рейтинговые агентства, составляя оценку банку, рассчитывают лишь вероятность того, что банк как заемщик сможет расплатиться по своим долговым обязательствам, выпущенным в виде облигаций, или вернуть выданный ему кредит. Ни о какой оценке вероятности банкротства банка или отзыва у него лицензии при выставлении рейтинга речи не идет. Тем не менее, оценивая кредитоспособность заемщика, любое агентство обязано оценивать его фактическое финансовое состояние. И в случае его изменения к худшему незамедлительно понижать рейтинг организации [5].

Крупнейшие рейтинговые агентства пользуются следующими показателями: прибыль банка, его рыночные позиции, диверсификация (расширение) активов и деятельности. Также учитываются факторы риска, присущие экономической среде, в которой ведет деятельность банк, особенности финансового надзора, налогообложения, качество банковского надзора и регулирования в отдельной стране [3, с.345].

Несмотря на общепризнанную репутацию международных рейтинговых агентств, многие аналитики полагают, что национальное финансовое учреждение способно объективно оценить только национальные рейтинговые агентства. Особенно это касается банковских учреждений, которые не работают на международных рынках. Зависимость российского финансового сектора от «большой тройки» парадоксальна. Американские рейтинги учитываются Банком России в качестве определяющего критерия для работы банков.

Итак, в работе рейтинговых агентств можно выявить следующие недостатки:

- большинство рейтинговых оценок

фиксирует состояние банков на момент предоставления ими финансовой отчетности (баланса). А так как балансовая отчетность становится доступной для широкого круга лиц с запаздыванием, примерно, на месяц, то рассчитанный рейтинг не отражает надежность банка в текущий момент и тем более не дает прогноза на будущее;

- классификации российских коммерчески банков рейтинговыми агентствами приводят к тому, что одни и те же банки попадают в различные группы надежности.

В целях устранения названных выше недостатков необходимо построить новую модель определения рейтинга надежности коммерческого банка, основанную на вероятностном подходе к определению надежности банков и использовании статистических методов прогнозирования их финансового состояния в будущем. Данная методика позволит по текущему и прошлым балансовым отчетам банков определить вероятность их надежного функционирования на определенный период времени вперед (на срок от одного до шести месяцев). Поскольку эти методы имеют хорошее теоретическое обоснование и большой опыт их применения в различных областях техники, это дает основание предполагать высокую эффективность такой методики для оценки вероятности надежного функционирования банка.

Источники

1. Аналитический бюллетень «Банковская система России: тенденции и прогнозы». М.: Риа-Рейтинг, 2014.
2. Прогноз «погоды в банке» - 2014: ясно // <http://www.banki.ru>
3. Жуков, Е.Ф. Деньги. Кредит. Банки: учебник для вузов / под ред. проф. Е.Ф. Жукова. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1999.
4. Банковский словарь. Рейтинговое агентство // <http://www.banki.ru>
5. Пресс-центр НРА в СМИ // <http://www.ranational.ru>

Hortová, Marta, Ing.

The Department of Economics and Management
The Institute of Technology and Business in České
Budějovice.

Хортова Марта,

Преподаватель кафедры экономики и управления Инсти-
тута технологии и бизнеса в г. Ческе-Будеевице.

РЕГУЛИРОВАНИИ ЛОББИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЧЕШСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

REGULATION OF LOBBYING IN THE CZECH REPUBLIC

Аннотация

Лоббирование тогда приносит хорошие результаты, когда оно достаточно обеспечено юридически. В этом случае весь терминологический аппарата должен быть выстроен правильно, четко. В Чехии нет специальных правил, регулирующих лоббирование. Целью данной работы является анализ регулирования в Чешской Республике и в сравнении с отдельными странами лоббистской деятельности.

Abstract

Lobbying to be functioning properly, it has to be first legally sufficient to regulate the use of legal or self-regulatory approach. This term must be also particular correctly and clearly defined. In the Czech Republic any rules of lobbying are still missed. The aim of this paper is to analyze of the regulation in the Czech Republic and comparison with selected countries.

Ключевые слова:

Лоббирование, регулирование, коррупция в отдельных странах

Keywords:

Lobbying, regulation, corruption, selected countries.

Introduction

The interpretation of lobbying, respectively his perception, is very inconsistent. Someone would interpret the term as a legitimate activity, lawful, and also desirable, because it is considered as an important aspect of the legislative process. For others the term is synonymous with corruption and other malpractices. Lobbying is considered as a negative phenomenon. Lobbying is essentially promoting of the interests.

History of lobbying

From the historical point of view there is no milestone, with which would have been lobbying clearly linked.

According to Vymětal (2010), the term lobbying, from the etymological point of view comes, has been spread since 16th century and its origin is Latin and German. Root - laubia, the Lobi or Louba - the expression for the entrance hall of public buildings or covered passageways monasteries. In today's sense of the term it is apparently used since 19th century, thanks to the activities of groups or individuals who gathered in the lobby British House of Commons and the U.S. Congress in order to influence legislators in the legislative process. Until today it is still not entirely clear in which country was lobbying actually incurred, whether in Great Britain or the United States.

The definition of lobbying

In currently available literature we cannot find a unite definition of the word lobbying. It is a very diverse activity and it can be viewed from various angles. According to the research of OECD (2012) differences in the concept of lobbying are result of the development and the specificity of each individual policy environment.

The experts agreed the definition of lobbying should be containing such conceptualization lobbying community as a source of information, advocacy lobbying interests through elected representatives, emphasis on lobbying targets and, last but not least, a clear definition of the members, and not only those who are active only in their own interests, but also those who are active in a non-interest. (Laboutková, Vymětal and Müller 2010)

A lobbyist is basically a person who promotes his own or groups interests, trying to enforce

their ideas to people who have competence in various areas of human life. Therefore this gives a sense of understanding that the lobbyist, given that for sure «their thing» is making significant efforts tend to also use practices illegal and illegitimate, in order to achieve that goal. These practices are often associated with corruption. (Szromnik 2011)

There are often expertise knowledge required which can the leading officer spare. In these cases, it is appropriate that person who has lack of professional knowledge, should be surrounded by a group of experts in the field. Therefore it is clear that lobbying cannot be understood only in a negative sense, but also in a positive sense, as it contributes to the improvement of the legislative process.

Lobbying versus corruption

Corruption is linked with illegal practices, and that is why it is perceived as a mean of lobbying by public. In fact, these are two different terms.

In the literature we can find many definitions of corruption. It can be said this term to be commonly encountered in the speech of journalists, politicians, lawyers, economist and other professionals. Transparency International (2011) defines corruption as follows: «Corruption can be defined as the abuse of entrusted powers for the purpose of obtaining unearned personal (private) benefit.»

Legal norm, which indicates corruption such as bribery, is Criminal code. Here is given the following characteristic: «Who himself or through another in connection with procuring affairs in public interest for himself or for another person or accepts a promise of a bribe, or who themselves or through another in connection with its business or other for himself or for another take or you can bribe promised ...» (Law n. 40/2009)

Lobbying and corruption signs

The most important link of lobbying and corruption are addressees. Lobbying and corruption are aimed at public authorities.

Lobbyists, and even corrupts are trying to present their intention so to become attractive for the addressee and made him to begin to think at least, and to made him to support the

idea at best. The methods for achieving the objectives are another common feature. Such legal methods are as dialogue, persuasion or informed, in contrast, are in addition to the corruption of the legal means used other illegal, such as the return service, gifts, cash offers, etc. An important common feature is also an effort to influence the decision-making process itself.

Corruption is considered as one of the main tools of organized crime, which helps this crime to penetrate into the public sector. In this situation, corruption is used as an instrument for discrediting the addressee who is during the possible negotiations weakened, or even blackmailed. We can never meet with this phenomenon in lobbying because it never does deteriorate the addressee position.

Another feature of lobbying is transparency. Lobbying can be carried out without transparency. With this in mind, lobbying should not have any problems with public interest - unlike corruption.

Lobbying regulation

In the theory, we encounter with two basic approaches about the regulation of lobbying, with regard to who creates the rules and what instruments should be enforced compliance. One of these approaches is the so-called self-regulation; the second approach is called as lawful. (Laboutková, Vymětal and Müller 2010)

The efficiency of both approaches depends on a several legal, political and socio-cultural factors. It cannot be conclusively said which one is more effective. Perhaps this fact forms the reason why it in practice exist a combination of both.

According to Vymětal (2010) the most commonly used instruments called professional self-regulation include:

- Professional codes - are based on the determination of general ethical principles, especially transparency, fairness and honesty actors;
- Training - are conceived as a compulsory condition for membership in one or another association; Independent Investigation Commission – supervision of the observance of Codes of Ethics;
- Public registry of lobbyists - with automatic membership or membership after fulfillment the requirements.

Thanks to the existence of professional codes the skills of lobbyists are being strengthened, and thus increase their personal responsibility and preventative discouragement of unfair behavior, but also to increase the credibility of lobbying in public eyes.

Applying the statutory approach means that lobbying is regulated by the state. Statutory regulation specifically supports the idea that lobbying is defined as being legal and intended. Supervision of compliance and possible sanctions for non-compliance with the standards is the task for the state. State legislation often contains a definition of the obligations that must be ensured before the lobby-activity starts.

The negative side of the legal regulation can be seen especially in the growth of bureaucracy and associated administration. Lobbying cannot be controlled only by creating a law, but it is necessary to modify other laws and regulations and to separate lobbying from the illegal lobbying of interest intermediation - mainly from corruption. In layman's terms, we cannot «take» the existing international legislation and newly introduce it in another State, without its revision.

If we want the legal regulation of lobbying to be effective, it must be made with regard to the cultural and socio-economic factors of specific state. (OECD 2012)

Regulation of lobbying in selected countries **Lobbying in the USA**

In 1995, Congress approved the Law on the publication of information relating to lobbying (Lobbying Disclosure Act.), the content of which is not only a specification of who is a lobbyist, but also the obligation of registration.

The definitions are very precisely formulated in the law. We find new concepts, as lobbying activity and lobbying contact. The law on the publication of information relating to lobbying was several times amended. The amendment of the 2007 meant the emergence of honest leadership and open government (Honest Leadership and Open Government Act).

It is important to determine the obligation to register in an electronic database, determining the regularity of submitting a report on its activities instead of six months every three months and the rapid increase in monetary penalties in case of infringement from 50,000 to

\$ 200,000 or five years imprisonment, etc.

Reforms in the U.S. introduce stricter rules for lobbying activity by introducing public, remotely accessible registers and interdiction of unclear influence on politicians. In the area of enforcement has failed to enforce the monitoring of lobbying within one central institution. (Lobbying Disclosure Act. 1996)

Lobbying in the UK

The characteristic for the regulation of lobbying is self-regulatory principle in the UK. There arose a number of ethic codes that are binding on all levels of government. Self-regulation works in some sense «dual track» – on the one hand, the lobbying activity is regulated by the lobbyists themselves on the other side are the recipients of lobbying it means Members of Parliament and other public officials, controlled by the state authorities.

Regulation of lobbying activities is entrusted to the hands of the lobbyists or associations. Among the most important associations in the UK include the Association of Professional Political Consultants (Association of Professional Consultants Political, APPC), Chartered Institute of Public relations (Chartered Institute of Public relations, CIPR) and the Association of Consultants for Public Relations (Public Relations Consultants Association, PRCA). Each of these organizations use their own business mechanisms for resolving complaints and each of them are governed by its own ethic code ethics. (Laboutková, Vymětal and Müller 2010)

Lobbying in the European Union

Regulation of lobbying in EU institutions is in comparison with other countries very specific. Cooperation with a lobbyist is for the European institutions everyday affair. There are not any direct links to the citizens on the European level. European leaders must rely on studies and analysis of all kinds, which are referred to them by others, most often just lobbyists. Lobbyists are therefore considered to be helpers of EU institutions. It should be noted that they realize their advantages and some of them have learned to use it to their advantage. (Bažantová 2007)

The lobbyist becomes a professional lobbyist by voluntarily signing up in the register. Even though the EU has a number of «non-

professional» lobbyists who are not registered, but they do lobbying activities. Due to the fact that registrations require only some EU institutions, it is questionable whether we can talk about the fact that lobbying is regulated in the EU institutions?

The European Parliament

There are now available lists with names of the lobbyists at The European Parliament. Lobbyists, who attend the European Parliament more than five times a year for the purpose of contacting the members of the European Parliament in their own interest or the interest of third parties, must adopt a Code of conduct. His name will be entered in a public register. Lobbyist obtains a license, then permission to enter to the European Parliament for one year. In case of violation the Code of Conduct the lobbyist loose obtained permission. (Laboutková, Vymětal and Müller 2010)

The European Commission

While the European Parliament started the idea of regulating lobbying putting into practice, the European Commission had a different opinion. The lobbyists are in the decision making process of the European Commission irreplaceable because they provide its Members expert analysis.

Therefore the European Commission inclined to self-regulation of lobbying. In 1992 the European Commission published a publication formulating certain minimum standards which should facilitate communication between the Commission and civil society. The dialogue between European Commission and civil society ran smoothly. European commission uses various instruments, especially registers of interest groups, ethical codes of interest groups or provisions on the rights and obligations of officials of the European Commission. (European Parliament 2011)

Regulation of lobbying in the Czech Republic

In the Czech Republic we still don't have the issue of lobbying regulated. Lobbying in the Czech Republic is admissible under the Constitution. It is asserted the principle of «what is not forbidden is allowed». So far, we meet with already established practice. This practice is the

fact that the Czech legal law does not officially allow the execution of lobbying and lobbyists are forced to hide behind the consultancy of any kind. On the other hand, the lobbying is not in any law expressly prohibited. So far, we meet with established practice.

According to the Charter of Fundamental Rights «everyone has the right to free choice of profession and preparation for it, as well as business and other economic activities» and paragraph 2 of the same article says that «the law may set conditions and limits governing the certain professions or activities.» It follows that lobbying can perform every each of us.

The subject of lobbying came up to Parliament in 2005 in connection with the proposed Code of Ethics the main objective was to increase the credibility of Members of Parliament. The Code of Ethics in that form as presented would not bring anything new. Formulations used in it should be a foundation of moral and ethical standards of every citizen, not just Members of Parliament. However, the fact that the majority of MPs did not support such an obvious thing, I must necessarily ask myself whether it does not say anything about the moral qualities of the Czech legislators? (Jaklová 2005)

Conclusion

The public perceive lobbying as the phenomenon of illegal and undesirable activity. It believes that lobbyists are gaining influence through money, not on the basis of their expertise and knowledge. This concept fundamentally contradicts with the historical mission of lobbying - more transparent legislative process and to provide expertise knowledge to entities which make important decisions. It is necessary to adopt rules that will regulate lobbying activity. The Czech Republic is still in the planning stage. Although it was in the Parliament attempted to regulate lobbying, the two of them were eventually rejected.

In the analysis of foreign experience with lobbying is seen that the regulation of lobbying is an effective tool in the fight against corruption and other forms of clientelism, it enhances the credibility of political institutions, strengthens the legitimacy of public decision-making and helps create clear rules for communication

between public officials and interest groups. The way to control but can be thorny. It is not always easy to decide which regulatory mechanism to use. The mechanism of functioning flawlessly in one country can manifest errors in another country, because the search for specific solutions must also be taken into account such as the socio-cultural, political, institutional and cultural aspects that are specific for each country.

The Czechs, but also other residents of post-communist countries are now exposed to pressure from the liberalization (which allows them to create self-confident society based on the legal and political environment) on the one hand and globalization (which disrupts their individuality and throws them into the vortex of transnational pressures) on the other hand. I am convinced that the statutory regulation of lobbying significantly contributes the approximation of these two processes mentioned and start to humble some kind of barrier that must be overcome by post-communist countries, unless they want to become quality democratic countries.

Regulation of lobbying in the Czech Republic is necessary. The suggestion of the law is ready. Since its introduction we cannot expect any changes immediately, however, it opens possibilities to cultivate the performance of public institutions. The only key to success in the fight against corruption is not only evaluating and implementing specific measures, but also finding a suitable combination of their formation, leading to a reduction of unfair practices in public administration and at the same time to increase the confidence in it.

Literature

1. BAŽANTOVÁ, I. a kol. Lobbying a korupce při tvorbě veřejné politiky. 1. vyd. Praha: Prospektrum, 2007. ISBN 978-80-7175-144-1.
2. EVROPSKÝ PARLAMENT: Institucionální dohoda o společném rejstříku transparentnosti ze dne 11. 5. 2011. [online]. [citováno 25. 2. 2013]. Dostupný z: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2012:377E:0176:0187:CS:PDF>>.
3. JAKLOVÁ, D. Etický kodex poslance – ušlechtilý úmysl nebo divadlo pro voliče?. [online]. Publikováno 11. 1. 2005. [citováno 26. 9. 2012]. Dostupné z: <http://www.ceskamedia.cz/article.html?id=156358&rss_from>.
4. LABOUTKOVÁ, Š.; P., VYMĚTAL, P.; K, MÜLLER. Lobbying v moderních demokraciích. 1. vyd. Praha: Nakladatelství GRADA, 2010. ISBN 9788024731650.
5. Lobbying Disclosure Act. In Public Law. 104th Congress, 1995. An Act to provide for the disclosure of

lobbying activities to influence the Federal Government, and for other purposes. [online]. Aktualizováno 2012. [citováno 20.9.2012]. Dostupné z: <<http://http://lobbyingdisclosure.house.gov/lda.pdf>>.

6. OECD. Lobbyists, Governments and Public Trust: Building a legislative framework for enhancing transparency and accountability in lobbying. [online]. Aktualizováno 2012. [citováno 17. 9. 2012]. Dostupné z: <<http://www.oecd.org/gov/fightingcorruptioninthepublicsector/49110298.pdf>>.

7. RŮŽIČKA, J. Lobbying ve Spojených státech. In IPEK: Lobbyismus versus korupce. 1. vydání. Praha: Institut pro politickou a ekonomickou kulturu, 2003. [online]. Aktualizováno 2012. [citováno 20. 9. 2012]. Dostupné z: <http://www.ipek.cz/soubory/01_KOMPLET.html>.

8. SZROMNIK, A. Lobbying, ochrana a realizace místních zájmů, stejně tak jako zájmů regionálních seskupení. Prezentace ze dne 6. 4. 2011. Akademia Ekonomiczna v Krakově.

9. TRANSPARENCY INTERNATIONAL: Co je korupce. [online]. Aktualizováno 2011. [citováno 3. 9. 2012]. Dostupný z: <<http://transparency.cz/korupce/>> .

10. Zákon č. 40/2009 Sb., Trestní zákoník, ve znění pozdějších právních předpisů.

Шеметова Н.К.,

К.э.н., старший преподаватель Уральского института
управления Российской академии народного хозяйства и
государственной службы.

Shemetova N.K.,

Phd, assistant professor of Ural Institute – a branch of the
Russian Academy of National Economy and Public Administration.

ПРОДВИЖЕНИЕ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ВЫСОКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

PROMOTION OF UNIVERSITIES IN THE EDUCATION MARKET IN A HIGHLY COMPETITIVE

Аннотация

Несмотря на актуальность использования маркетинга в управлении высшими учебными заведениями, связанной с повышением конкуренции на рынке образовательных услуг и переходом вузов на систему самофинансирования, исследователями не уделяется должное внимание процессу разработки маркетинговой стратегии вуза и оценке ее эффективности. В данной статье автором предлагается ряд мероприятий, способствующих повышению конкурентоспособности вуза в условиях динамично изменяющейся внешней среды, направленных на внешнюю и внутреннюю среду вуза.

Abstract

Despite the relevance of using marketing in the management of universities associated with increased competition in the educational services market and the transition to self-financing institutes, researchers did not pay due attention to the development of the marketing strategy of the universities and the evaluation of its effectiveness. In this article, the author proposes a number of measures to help improve the competitiveness of the university in the dynamically changing environment, aimed at internal and external environment of the university.

Ключевые слова:

Высшее учебное заведение, маркетинг, продвижение, сценарии развития рынка образовательных услуг, конкуренция.

Keywords:

Universities, marketing, promotion, development scenarios for the education market, competition.

Несмотря на значимость маркетинга в сфере высшего образования, лишь немногие вузы осознают необходимость управления вузом на основе современной концепции. Невнимание к маркетингу характерно не только для российских вузов, но и для вузов Европы в частности.

По мнению ряда иностранных исследователей маркетинга образовательных услуг (таких как Киннел М., Макдугалл Д. [1, с. 204], Сарджент Д. [2] и др.), образовательные учреждения только в последнее время начали постепенно приходить к осознанию необходимости использования маркетинга в менеджменте. По мнению Киннела М. и Макдугалла Д., вузы, функционирующие с опорой на существующие традиции и государственное финансирование, вынуждены в современных условиях уподобиться предприятиям, которые могут обанкротиться, если не будут учитывать изменения, происходящие в окружающей среде.

Сарджент Д. в своей работе высказывает мысль о том, что в дальнейшем вузы все больше будут зависть от дифференциации и диверсификации предлагаемых продуктов и услуг [2].

Многие вузы уже осознали необходимость ведения маркетинговой деятельности. Так, в ряде английских университетов уже имеются отделы маркетинга, укомплектованные сотрудниками, обладающими соответствующими профессиональными знаниями, навыками и умениями.

На вузы большое влияние оказывает внешняя среда (экономические, политические, социальные, научные и другие факторы). На основании изучения макросреды высших учебных заведений России автором были сформулированы три возможных сценария развития рынка образовательных услуг России (таблица 1).

1. Инерционный сценарий – при сохранении существующих тенденций (сокращение численности населения, уменьшение доли населения в возрасте моложе трудоспособного и трудоспособного, сохранение престижа высшего образования) в течение ближайших 15-20 лет будет наблюдаться повышение спроса на образовательные услуги высших учебных заведений вследствие повышения уровня рождаемости в последние 2-3 гг. и прогнози-

Таблица 1. Прогноз численности населения РФ¹

Наименование показателя	Низкий вариант прогноза		Средний вариант прогноза		Высокий вариант прогноза	
	2012	2030	2012	2030	2012	2030
Численность населения, тыс. чел.	141486	126916	142063	139041,8	142407	147772,3
Численность населения в возрасте моложе трудоспособного, в % от общей численности населения	16,3	14,1	16,3	16,4	16,7	17,6
Численность населения в трудоспособном возрасте, в % от общей численности населения	61,7	57,1	61,7	55,4	60,9	54,1

руемого роста рождаемости вплоть до 2020 г., а также в условиях изменения границ России (присоединение Крыма).

2. Пессимистический. При условии успешной реализации политики продвижения среднего профессионального образования будет наблюдаться рост численности выпускников школ, желающих получить среднее профессиональное образование. Таким образом, будет уменьшаться численность абитуриентов вузов, что приведет к повышению конкуренции между вузами и ссузами.

3. Оптимистический. При сохранении тенденции роста уровня рождаемости, реструктуризации системы высшего профессионального образования в сторону уменьшения численности вузов, прогнозируется повышение спроса на образовательные услуги вузов, а также повышение «качества» абитуриентов вследствие повышения конкурса на вступительных экзаменах.

Однако реализация продуманной маркетинговой стратегии вуза не является единственным достаточным условием развития потенциала выпускников. С отменой советской системы распределения выпускников разрушились взаимосвязи вузов и экономики страны в целом. Сейчас это проявляется в неоправданно высоком выпуске специалистов-гуманитариев (экономистов, менеджеров, юристов и др.) и нехватке специалистов технических специальностей.

Для изменения сложившейся ситуации и приведения рынка образовательных услуг в

соответствие потребностям рынка труда, нами предлагается реализация мероприятий по ряду направлений.

На макро-уровне:

Расчет прогноза потребности в специалистах определенных направлений на государственном уровне.

Данные прогноза должны стать основанием для определения количества бюджетных мест, выделяемых по каждому из направлений подготовки. Таким образом, вузы будут заниматься подготовкой востребованных на рынке труда специалистов, и система высшего профессионального образования будет функционировать более эффективно.

Развитие системы высшего образования неразрывно связано с социально-экономическим развитием страны. Таким образом, развитие образовательной системы должно являться неотъемлемой частью развития и любого субъекта государства.

На мезо-уровне:

На уровне субъекта автором предлагается участие вузов в соглашениях о социальном партнерстве наряду с компаниями-работодателями, профсоюзами работников и органами власти на региональном уровне. Включение вузов в систему социального партнерства позволит осуществлять целевую подготовку специалистов, востребованных в определенных отраслях.

На локальном уровне:

Поскольку маркетинг образовательных услуг характеризуется несколькими группа-

¹Составлено по [3]

Рисунок 1. Комплекс маркетинговых мероприятий вуза



ми потребителей, в маркетинговой стратегии должны быть учтены их особенности и интересы: непосредственных потребителей (абитуриентов-студентов-выпускников), конечных потребителей (работодателей) и государства (которое может выступать как в качестве работодателя, так и в качестве гаранта качества образовательных услуг).

Спецификой маркетинга образовательных услуг является то, что воздействие на конечного потребителя (работодателя или государства) осуществляется через непосредственных потребителей услуг, которые, по сути, являются итоговым результатом деятельности высшего учебного заведения.

Следовательно, именно непосредственные потребители оказываются в зоне особого внимания вуза. Таким образом, основные маркетинговые инструменты будут направлены именно на формирование «качественного» контингента студентов.

Вуз может оказывать определенное влияние на выбор потенциального абитуриента посредством формирования грамотного информационного потока (если говорить о краткосрочной перспективе) и посредством формирования образовательных программ, отвечающих потребностям непосредственных и конечных потребителей (работодателей) в целом (в долгосрочной перспективе).

Основным инструментом реализации маркетинговой стратегии является продвиже-

ние вуза на рынке образовательных услуг.

Маркетинговые мероприятия вуза могут быть разделены на четыре основных блока:

1. мероприятия, направленные на абитуриентов и их контактную аудиторию (родители, друзья, коллеги и т.д.);
2. мероприятия, направленные на формирование позитивного бренда (имиджа) вуза во внешней среде;
3. мероприятия, направленные на непосредственных потребителей (студентов);
4. мероприятия, направленные на персонал вуза (рисунок 1).

Маркетинговые мероприятия можно условно разделить на две группы: мероприятия, направленные на внешнюю по отношению к вузу среду (формирование позитивного бренда, и мероприятия, направленные на абитуриентов и контактную аудиторию) и на мероприятия, направленные на внутреннюю среду вуза (мероприятия, направленные на студентов и на персонал вуза).

Рассмотрим указанные группы подробнее.

Группа мероприятий, направленных на внешнюю среду.

Данная группа мероприятий имеет особое значение для вуза, т.к. посредством таких мероприятий обеспечивается формирование контингента студентов.

Сложившаяся в стране демографическая ситуация способствует увеличению внимания к потенциальным абитуриентам.

Поэтому большинство маркетинговых усилий вузов в ближайшее время направлено именно на эту категорию - категорию потенциальных потребителей.

Маркетинговые усилия вуза (для получения эффекта в краткосрочной перспективе) будут представлены, прежде всего, системой продвижения, т.к. вуз имеет возможность формировать информационный поток за счет системы продвижения, являющейся одной из важнейших составляющих маркетингового комплекса.

Под системой продвижения понимается специфическое сочетание средств продвижения (реклама, личная продажа стимулирование сбыта связи с общественностью), используемое для достижения маркетинговых целей.

Сложившаяся демографическая ситуация выявила необходимость взаимодействия с потенциальными абитуриентами еще на этапе получения ими образования в школе (или в ссузе).

Следовательно, (при прочих равных условиях, т.е. наличии возможностей для обучения специалистов, востребованных на рынке) максимальное внимание должно уделяться именно категории потенциальных потребителей.

Стоит отметить тот факт, что мероприятия, направленные на абитуриентов, и мероприятия, направленные на формирование позитивного бренда вуза, во многом схожи.

К мероприятиям, направленным на потенциальных потребителей (абитуриентов) и их контактную аудиторию, нами предлагается относить следующие:

1. Взаимодействие с образовательными учреждениями среднего и среднеспециального образования.

В условиях модернизации школьного и вузовского образования, изменения демографической ситуации в стране, возрастает роль взаимодействия вуза и учреждений общего, начального и среднего профессионального образования. В настоящее время активно развиваются идеи кластерного подхода в образовании, т.е. объединение образовательных учреждений, муниципальных образований городов и районов области вокруг интеллектуального центра [4, с. 113].

Для адресной и системной работы вуз может заключать договоры о сотрудничестве со

школами, лицеями, гимназиями, муниципальными образованиями городов и области.

Взаимодействие может происходить путем курирования работы подшефной школы (организация встреч и лекций ведущих преподавателей вузов, проведение школьных олимпиад и др.), проведения учебно-методических мероприятий для учителей и руководителей школ.

В качестве возможных направлений взаимодействия также возможна организация таких мероприятий как:

- организация и проведение конференций школьников;
- проведение университетских олимпиад старшеклассников;
- проведение различных конкурсов (творческих, исследовательских работ и др.).

В рамках данного направления вуз может реализовывать проекты по типу «Каникулярная школа», т.е. заниматься организацией интенсивных курсов обучения, где школьники будут получать знания, необходимые для поступления в вуз. Подобный проект может быть представлен в различных ценовых категориях.

К краткосрочным проектам можно отнести организацию бесплатного лектория для старшеклассников по профильным дисциплинам. Подобный проект в силу своей доступности (при условии информирования целевой аудитории) может быть очень востребованным.

Проект «Моя будущая профессия», подразумевающий встречу с деканами факультетов, преподавателями, будет способствовать профессиональной ориентации школьника и позволит сформировать у него представление о будущей профессии.

2. Организация выездных приемных комиссий.

Данная форма взаимодействия с потенциальными потребителями относится, прежде всего, к направлению взаимодействия со странами СНГ и другими субъектами РФ.

Например, ведущие вузы Сибири (такие как Томский политехнический университет, Сибирский государственный университет путей сообщения [5]) и других приграничных территорий организуют выездные приемные комиссии, что позволяет им набирать студентов для обучения как на бюджетной, так и на платной основе.

Например, Томский политехнический университет организует выездные приемные комиссии в крупнейших городах Казахстана, Киргизии, а также других субъектов РФ, таких как ХМАО, Республика Саха (Якутия), Республика Алтай и др. [6].

В Уральском регионе выездные приемные комиссии проводят Уральский государственный лесотехнический университет (в Пермском крае, Республике Башкортостан, ХМАО и др.) [7], Уральский государственный горный университет (в г. Новоуральск) и др.

В условиях усиления конкуренции и уменьшения численности выпускников общеобразовательных учреждений для любого вуза будет актуально расширение географии в поисках потенциальных студентов.

3. Организация экскурсий по вузу (в том числе on-line).

Другим методом продвижения образовательных услуг является проведение презентаций вуза и его услуг с учетом особенностей целевых аудиторий [8, с. 19]. Поскольку в силу неосвязаемости услуги потенциальный потребитель принимает решение, исходя из внешних параметров, которые могут давать представление об уровне оказываемых услуг, для потенциальных абитуриентов (в особенности для жителей других городов и стран) видео-экскурсия по вузу позволить получить представление о вузе. Посредством видео-ролика высшее учебное заведение имеет возможность грамотно и выгодно презентовать себя и свои образовательные программы потенциальным студентам.

4. Поддержка вуза в информационном пространстве, взаимодействие со СМИ, позиционирование вуза и его услуг в глобальной информационной сети.

Одним из факторов успешности системы продвижения вуза является позиционирование вуза в интернет-пространстве. Сайт является одним из основных источников информации о вузе для потенциальных потребителей и студентов. Следовательно, сайт необходимо использовать как основную площадку для информационного продвижения образовательных услуг.

Для повышения престижа высшего учебного заведения и формирования его имиджа как учебного заведения, занимающегося под-

готовкой амбициозных и успешных специалистов, на сайте вуза можно создать раздел о выдающихся выпускниках вуза.

Другим источником информации о вузе для абитуриентов являются специализированные сайты (например, Российский образовательный портал www.edu.ru), городские порталы (например, www.e1.ru [9]).

Следующим направлением продвижения является выпуск печатной рекламно-информационной (например, буклеты, листовки) и сувенирной продукции. Одной из последних тенденций в маркетинге является продвижение компаний в социальных сетях, таких как Вконтакте (самый посещаемый ресурс русскоязычного сегмента), Facebook и др. В сетях создается официальная группа организации, за модерацию которой отвечает один из сотрудников компании.

Число пользователей социальных сетей растет с каждым днем. Например, численность пользователей социальной сети Вконтакте (www.vk.com) на 01.09.2014 г. составила более 250 млн. пользователей, из которых более 45 млн. заходят на сайт ежедневно. Около 40% от общей численности пользователей находится в возрастной категории до 25 лет [10], следовательно, относятся к целевой аудитории вуза с точки зрения как внешнего маркетинга, так и внутреннего, т.к. являются либо потенциальными абитуриентами вуза, либо студентами. Для продвижения образовательных услуг рассматриваемый канал является особо перспективным, т.к. основными пользователями социальных сетей являются потенциальные абитуриенты вузов не только России, но и других стран мира, и студенты вузов.

Альтернативным направлением продвижения вуза в интернет-пространстве может стать создание блога вуза на портале LiveJournal (<http://www.livejournal.ru/> Живой журнал, ЖЖ), существующем с 1999 г. Портал является современной платформой для размещения дневников (блогов). Свой блог на данном портале имеется у многих популярных в России людей, партий, общественных движений и организаций. Численность зарегистрированных пользователей на 01.09.2014 г. составила более 40 млн. человек, проживающих не только в России, но и в других странах мира: США, Канаде, Германии, Украине и др.

Наибольшее число пользователей находится в возрасте до 34 лет, т.е. потенциальные студенты первого и второго высшего образования, а также курсов повышения квалификации [11].

Размещение блога в журнале поможет вузу своевременно публиковать оперативную информацию (новости, информация о предстоящих событиях и др.), отслеживать информацию, работать с отрицательными отзывами и опровергать негативную информацию [12, с. 131].

Подобный способ продвижения является не затратным и достаточно эффективным. Поэтому руководству вуза стоит обратить особое внимание на продвижение вуза в интернет-пространстве.

5. Организация специальных мероприятий (дни открытых дверей, тематические выставки, участие первых лиц вуза, ведущих преподавателей в телевизионных программах - экспертное мнение, дебаты и пр., экспозиции и др.) позволяет решать следующие задачи: повышение уровня информированности потенциальных потребителей и их контактной аудитории, способствование продвижению вуза во внешней среде [13, с.60].

Организация дней открытых дверей является одной из наиболее «классических» форм продвижения вуза во внешней среде. Однако данное мероприятие охватывает только аудиторию, уже потенциально заинтересованную в обучении в конкретном вузе либо по данной образовательной программе. Таким образом, мероприятие отличается достаточно небольшим охватом целевой аудитории.

Участие руководства и ведущих специалистов вуза в различных теле- и радиопередачах позволяет охватить более широкий круг аудитории, однако если передача не носит рекламного характера, потенциальные абитуриенты вряд ли смогут получить необходимую информацию из данного источника.

Другим направлением может стать организация специальных промо-мероприятий в школах и сузах: выставок, рассказывающих о вузе и направлениях подготовки, творческая работа студентов и школьников над совместными мини-проектами по решению каких-либо вопросов, связанных с профилем образовательной программы, мультимедийные презентации факультетов, проведение препо-

давателями вузов различных тренингов в школах.

Освещение подобных мероприятий в СМИ также будет способствовать продвижению вуза на рынке образовательных услуг.

Целью всех этих проектов является привлечение внимания целевой аудитории (абитуриентов) к вузу и конкретным направлениям подготовки, а также повышение уровня лояльности к вузу потребителей образовательных услуг различного статуса.

6. Организация подготовительных курсов для сдачи экзаменов.

Организация подготовительных курсов является одним из наиболее популярных и проверенных временем инструментов продвижения вуза: вуз получает возможность привлечь потенциальных абитуриентов, заинтересованных в обучении в данном учебном заведении по определенному направлению, а абитуриенты имеют возможность погрузиться в атмосферу студенческой жизни вуза и получить необходимые знания для сдачи экзаменов.

Помимо этого вуз может оказывать консультационные услуги школьникам. Например, Уральский федеральный университет проводит бесплатные консультации по предметам ЕГЭ [14].

Группа мероприятий, направленных на внутреннюю среду вуза.

С точки зрения маркетинга внутренней среды основной целью вуза является обеспечение удовлетворенности студентов качеством образования, условиями получения образования. В силу неотделимости процесса оказания услуги от процесса ее потребления, особое значение приобретает внутренний маркетинг вуза, т.е. деятельность, направленная на формирование у персонала ориентации на потребителей (студентов).

Таким образом на данном этапе ключевыми элементами маркетингового комплекса, на которые может оказывать влияние вуз, будут являться следующие: product (продукт, т.е. образовательная программа, дополнительное образование), price (цена), place (место, где оказывается услуга), physical evidence (обстановка в которой оказывается услуга), personnel (персонал вуза).

К мероприятиям, направленным на непосредственных потребителей образователь-

ных услуг вуза (студентов), относятся:

1. Проведение опросов с целью выявления уровня удовлетворенности. Как было сказано выше, на этапе формирования маркетинговой стратегии вуза опрос студентов и выпускников вуза занимает достаточно важное место.

Также проведение опросов является инструментом для выявления существующих проблемных зон, определения направлений улучшения качества предоставляемых услуг, и выступает в качестве одного из направлений оценки эффективности маркетинга вуза.

Проведение опроса выпускников позволит выявить проблемы, существующие при адаптации выпускников при выходе на работу, определить возможные направления дополнительной подготовки студентов.

2. Организация и реализация проектов, направленных на расширение каналов коммуникаций посредством сервисов обратной связи.

Примером такого проекта может быть «Выразительная кнопка», реализуемая Высшей школой экономики с сентября 2009 г. [15] на официальном сайте вуза. Целью создания подобного сервиса являлось улучшение качества предоставляемых образовательных услуг и комплекса сопутствующих материальных услуг (общеджитие, питание, библиотека и др.).

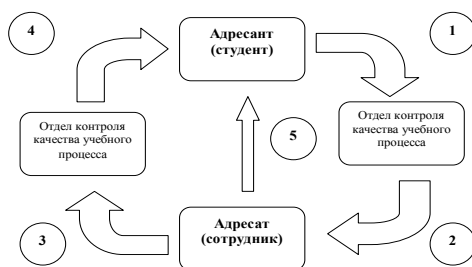
Реализация проекта на сайте вуза позволяет экономить время, получать наиболее оперативную информацию и привлекать студентов к активному участию в управлении качеством образовательных услуг. Посредством данного сервиса студент имеет возможность выразить свое мнение по тому или иному вопросу, основываясь на фактах.

Схема функционирования сервиса изображена на рисунке 2.

Цикл работы сервиса «Выразительная кнопка» состоит из 4-х этапов. На первом этапе (1) адресант (респондент) посредством сервиса оставляет свое заявление, которое попадает к сотрудникам Отдела контроля качества учебного процесса (ОККУП).

На втором этапе (2) сотрудники ОККУПа заносят полученный вопрос в общую базу, классифицируют проблему и направляют вопрос тем сотрудникам университета (адресатам), которые могут разрешить возникший

Рисунок 2. Схема работы сервиса «Выразительная кнопка»



конфликт либо дать объяснение сложившейся ситуации. На третьем этапе (3) адресат отвечает по существу возникшей проблемы сотрудникам ОККУПа (ответы заносятся в общую базу), после чего на четвертом этапе цикла (4) ответ перенаправляется к адресанту либо самим адресатом, либо (по предварительной договоренности) сотрудниками ОККУПа.

При анализе поступающих заявлений было выявлено, что около 3% сообщений можно квалифицировать как спам (сообщения не несущие смысловой нагрузки; не связанные напрямую с образовательным процессом в НИУ ВШЭ), 4% выражают одобрение, 93% – неодобрение.

Основной поток заявлений приходил от массового потребителя образовательной услуги – от студентов. Кроме них предложенным сервисом пользовались родители студентов (опосредованные потребители услуги), сотрудники университета и даже (в единичных случаях) сторонние люди.

Сервис обладает двумя отличительными особенностями, делающими его востребованным со стороны потребителей:

- участие в процессе работы сервиса сотрудников вуза, имеющих возможность максимально точно найти адресата сообщения, что позволяет повысить эффективность подобных обращений;
- сочетание анонимности студентов с обязательностью ответов на поступающие заявления: студенты получают возможность высказывать свое мнение, не опасаясь преследования за критику [15].

Внедрение подобного сервиса в вузе позволяет устанавливать достаточно тесную связь с потребителями образовательных услуг

(а также с абитуриентами и их контактной аудиторией), что позволяет персоналу оперативно выявлять существующие проблемные зоны, реагировать на поступающие заявления и повышать качество образовательного процесса. Использование интернета позволяет сокращать время поступления заявления от адресанта и время обработки запроса.

В целях повышения уровня информированности студентов, автором предлагается публиковать на странице подобного сервиса наиболее популярные вопросы и ответы руководства на них.

3. Информационная поддержка студентов и выпускников (например, как пройти собеседование, как искать вакансии, как писать резюме).

Подобная поддержка может оказываться как выпускникам, так и студентам на стадии обучения посредством проведения различных тренингов, семинаров, включения ключевых вопросов в отдельные дисциплины образовательной программы (вариативная часть учебного цикла).

Комплексная реализация подобных мероприятий возможна в рамках проектов «Центр карьеры» при вузе, где студенты могут пройти тестирование по профориентации, научиться составлять резюме, проходить собеседование, знакомиться с аналитикой рынка труда. Однако самым важным направлением деятельности подобного центра является привлечение потенциальных работодателей для участия в различного рода мероприятиях, где студенты могут проявить свои знания: деловых играх, кейсах, ассессменте (оценке).

Реализация проекта «Центр карьеры» позволяет повысить уровень востребованности выпускников вуза на рынке труда, что находит свое отражение на имидже вуза, его бренде.

4. Организация проведения совместных проектов, мероприятий с участием студентов и представителей бизнеса для привлечения внимания бизнеса к студентам конкретного вуза. В странах Европы и США крупнейшие компании активно занимаются поиском наиболее перспективных студентов с целью их приглашения на работу после окончания вуза. Таким образом, компании получают перспективных работников, а студенты – перспективы профессионального развития.

5. Расширение функционала отдела образовательного маркетинга вуза.

Маркетинговая деятельность предполагает «сопровождение» со стороны маркетологов реализации управленческих решений, посредством которых осуществляется воздействие на внутреннюю и внешнюю среду вуза с целью доведения информации о новом качестве образовательной услуги до потребителя.

Владение информацией об образовательных потребностях населения не является самоценным, т.к. оно не способно повысить эффективность функционирования вуза. Только активное использование этих сведений в совокупности с профессионализмом персонала вузов (речь идет не только о преподавательском составе и руководстве, но и специалистах в сфере некоммерческого маркетинга), даст возможность выйти на принципиально новый уровень развития системы образования в целом.

В силу функционирования в условиях рыночной экономики и демографического спада вуз должен вести достаточно агрессивную, но вместе с тем продуманную маркетинговую политику. При реализации маркетинговой стратегии одну из ключевых ролей должен занимать маркетинговый отдел, укомплектованный квалифицированными специалистами.

К мероприятиям, направленным на персонал вуза, относятся:

1. Проведение регулярных опросов сотрудников вуза с целью выявления уровня их удовлетворенности условиями труда в вузе.

2. Комплекс мероприятий, направленных на управление качеством образовательных услуг с точки зрения содержания, а не по формальным признакам.

Однако в условиях функционирования вуза в рыночных условиях (появления на рынке множества игроков, предлагающих сходные образовательные программы, введение ЕГЭ, нивелирующего фактор места жительства, появления возможности обучаться за рубежом) особое значение приобретает формирование целостной системы управления качеством образовательных услуг: грамотное формирование учебных планов, программ курсов.

3. Комплекс мероприятий, направленных на профессиональное развитие профессорско-преподавательского состава вуза, развитие их научного потенциала напрямую связан с каче-

ством оказываемых образовательных услуг.

К данной группе мероприятий можно отнести, прежде всего, повышение квалификации, участие в различных семинарах, стимулирование научной деятельности профессорско-преподавательского состава, а также нематериальное стимулирование (например, организация конкурсов «Лучший преподаватель года», формирование доски почета), при наличии соответствующих ресурсов возможно материальное стимулирование за успехи в научной деятельности, внедрение новых технологий обучения и др.

Реализация предлагаемых мероприятий позволит повысить эффективность функционирования учебного заведения на рынке образовательных услуг, что приведет к повышению его конкурентоспособности на рынке образовательных услуг региона.

Источники

1. Проблемы совершенствования высшего профессионального образования на пути к стратегии развития / под общ. науч. ред. Г.В. Астратовой, М.И. Хрущевой. Екатеринбург: Полиграфический центр АМБ, 2004.
2. Сагинова О.М. Маркетинг образовательных услуг [электронный ресурс] // URL: <http://www.cfin.ru/press/marketing/1999-1/05.shtml> (дата обращения 20.04.2014).
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [электронный ресурс] // URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения 07.07.2014).
4. Петухова Т.П. Университет и школы: образовательный кластер // Высшее образование в России. 2010. №7. С. 11-12.
5. Официальный сайт Сибирского государственного университета путей сообщения [электронный ресурс] // URL: <http://www.stu.ru/abiturient/index.php?page=1652> (дата обращения 16.07.2014).
6. Официальный сайт Томского политехнического университета [электронный ресурс]. URL: <http://abiturient.tpu.ru/html/viezd-priem.htm> (дата обращения 16.02.2014).
7. Официальный сайт Уральского государственного лесотехнического университета [электронный ресурс] // URL: http://priem-usfeu.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=62&Itemid=27 (дата обращения 08.07.2014).
8. Сагинова О.В. Маркетинг образования // Маркетинг в России и за рубежом. 1999. №1. С. 25-28.
9. Городской портал «Екатеринбург он-лайн» [электронный ресурс] // URL: http://www.e1.ru/articles/education/page_1/007/905/article_7905.html (дата обращения 17.07.2014).
10. Социальная сеть «ВКонтакте» [электронный ресурс] // URL: <http://vk.com/help.php?page=about> (дата обращения 17.06.2014).
11. Live journal [электронный ресурс] // URL: <http://www.livejournal.com/stats.bml> (дата обращения 19.06.2014).
12. Семенова Л.М. Имиджевая политика националь-

ного исследовательского университета ЮУрГУ // Сборник материалов научно-практической конференции «Национальные школы коммуникация в период интеграции образовательных пространств». 27-28 октября 2011 г. г. Екатеринбург. С. 131.

13. Хлебникова Т.Д., Хусаинов М.А., Цыбина А.П. Модель непрерывного образования «Школа – вуз» и пути ее реализации // Информационный бюллетень. 2007. №2(50). С. 58-62.

14. Официальный сайт Уральского государственного университета путей сообщения [электронный ресурс] // URL: <http://www.usurt.ru/ru/data/index8.phtml?cat=6> (дата обращения 08.07.2014).

15. Официальный сайт Высшей школы экономики [электронный ресурс] // URL: <http://www.hse.ru/expresspolls/poll/10394295.html> (дата обращения 17.06.2014).

Шубинцева Е.Б.,
Старший преподаватель Рудненского индустриального
института.

Shubentseva Ye.B.,
Assistant professor OF Rudny Industrial Institute.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА НА ГОРНОРУДНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ КАЗАХСТАНА

IMPROVED UTILIZATION OF HUMAN RESOURCES CAPACITY AT THE MINING ENTERPRISES OF KAZAKHSTAN

Аннотация

Рассмотрен актуальный вопрос повышения использования персонала на предприятиях горнорудной сферы с учетом методов и критериев мотивации, предложен проект системы мотивации персонала с учетом оценки результатов работы каждого работника.

Abstract

This article describes the topical issue of expansion of the use of personnel in the mining industry. Based on the criteria and methods of motivation was proposed project personnel motivation system taking into account the evaluation of the performance of each employee.

Ключевые слова:

Мотивация, вознаграждение, результативность труда.

Keywords:

Motivation, remuneration, effectiveness of labor.

Разрыв между мотивацией и результатами труда порождает серьезную управленческую проблему.

Таким образом, исходный постулат состоит в том, что исполнение определяется двумя факторами: возможности человека в силу его умственных, физических способностей и его мотивация [1].

В таблице 1 представлены критерии системы мотивации.

Таблица 1. Критерии системы мотивации

Название критерия	Характеристика критерия
1. Сопричастность персонала в результатах деятельности	Большинство людей испытывают радость от работы, для чего они хотят ощущать свою причастность в труде, направленном на удовлетворение потребностей общества
2. Выражение способностей в работе	Каждый хочет показать, на что он способен в своей работе и стремится выразить себя в труде
3. Осмысленность действий в работе	Человек имеет свою точку зрения на улучшение работы и хочет реализовать ее
4. Важность труда, успехи в труде	Человек хочет ощущать важность своего труда и стремиться к успеху
5. Признание успехов в труде	Успех без признания ведет к разочарованию
6. Обратная связь, информационное обеспечение работников по оценке деятельности	Каждый желает получать всю информацию, оценивающую и определяющую его деятельности
7. Согласованность с сотрудниками управленческих решений, относящихся к ним	Сотрудники не терпят, если решения, относящиеся к ним, принимаются без их ведома
8. Описание оценки качества труда	Каждому требуется информация о качестве его труда
9. Система самоконтроля работников в процессе их труда	Для всех неприятен контроль со стороны, надзирательство унижает личность

10. Пополнение работников новыми знаниями	Каждый стремится к новым знаниям и использует их в изменяющихся организационно-технических условиях
11. Описание количества трудозатрат по каждому месту работы. Измеримость труда	Нацеленность на конечный результат. Опережение нагрузки по отношению к оплате труда ведет к убыванию инициативы
12. Оценка своей роли в процессе труда	Каждый хочет быть шефом в цепочке «затраты-результат»

Перечисленные в таблице критерии используем при проектировании системы мотивации персонала на условном предприятии. Проект мотивации должен отражать технику мотивации, которая вырабатывает у персонала всеобъемлющее чувство ответственности и успеха в выполнении работы.

Мотивация может быть вычислена как произведение величины ожидания результатов первого уровня на величину валентности результатов первого уровня. Такой подход к оценке мотивации можно считать системным и ситуационным, что весьма важно, т.к. это одни из основных принципов в менеджменте.

Виды вознаграждения, влияющие на мотивацию, следующие: публичная похвала начальства; премия; продвижение по работе; свободное время [2].

Ориентируясь на среднестатистического работника, затраты усилий которого соответствуют умеренным, со средним результатом 0,6, можно рассчитывать его средне взвешенный уровень мотивации:

$$M_{\text{ср}} = 0,6(0,1 \cdot 2 + 0,4 \cdot 4 + 0,1 \cdot 1 + 0,0 \cdot 4) = 1,14$$

Тогда максимальная мотивация (M_{max}) определится по затратам больших усилий и высокому результату (0,7):

$$M_{\text{max}} = 0,7(0,8 \cdot 2 + 0 \cdot 4 + 0,5 \cdot 1 + 0,3 \cdot 4) = 2,31$$

Минимальная мотивация (M_{min}) соответственно по затратам малых усилий, с низкой результативностью (-0,7):

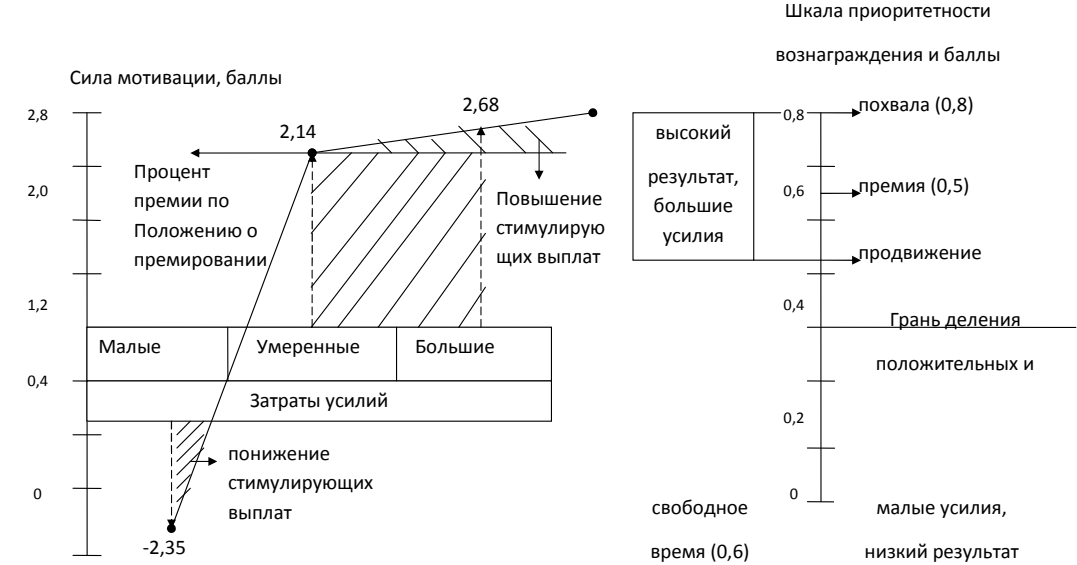
$$M_{\text{min}} = -0,7(0 \cdot 2 + 0,6 \cdot 4 + 0 \cdot 1 + 0 \cdot 4) = -1,68$$

Низкая результативность оценивается отрицательным знаком, т.к. свободное время не может быть положительной ориентацией работника на рабочем месте и в целом в коллективе.

На рисунке 1 представлена модель силы мотивации в баллах, оцененная по затратам усилий работника и приоритетности вознаграждения.

Данная модель характеризует силу мотивации в зависимости от приоритетности вознаграждения.

Рисунок 1 - Модель силы мотивации



граждения с учетом предрасположенности работника по теории “х” и теории “у” Известно, что по теории “х” человек честолюбив, нуждается в работе также как и в отдыхе, он самоорганизован, нацелен на достижение результатов. Согласно теории “у”, напротив, человека надо заставлять работать, контролировать процесс работы и т.д.

Эти два альтернативных подхода в мотивации отражает шкала приоритетности вознаграждения: максимальная оценка (0,8) присвоена вознаграждению «публичная похвала начальства», когда объявляется в коллективе имя и достигнутые результаты человека, то мотивация усиливается. Далее следует вознаграждение в виде «премии» за достигнутые результаты. Ее показатели заранее запланированы в документе – Положение о премировании. В нем представлены диапазоны премирования и база к ее начислению, т.е. всем ясно (прозрачно), что максимальный результат максимально вознаграждается премией, уровень средних достижений в работе вознаграждается соответственно средним процентом премии [3].

Свободное время, как приоритетность, на которую ориентирован человек по теории “у”, нельзя рассматривать как фактор, положительно влияющий на результативность работы коллектива. Поэтому баллы по этому фактору имеют отрицательное значение. Производительность труда отдельно взятого работника при его малых усилиях в работе не может иметь хорошую результативность.

Источники

- 1 Веснин В.Р. Управление персоналом в схемах: учеб. пособие. М.: Изд-во Проспект, 2012.
- 2 Джумамбаев С.К. Управление человеческими ресурсами: Изд-во «Гылым». 2010.
- 3 Шекшня С. В. Управление персоналом современной организации. М.: Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2012.

Яшкова Т.А.,

Д.полит.н., вице-президент Академии Геополитических проблем, профессор Института экономики, управления и права РГГУ.

Yashkova T.A.,

D.Sc., vice president of the Academy of Geopolitical Problems, professor of Economics, Management and Law, Russian State Humanitarian University.

ИДЕНТИЧНОСТИ И ЦЕННОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Аннотация

В статье представлен краткий анализ идентичности РФ с начала 90-х гг. XX века по начало первого десятилетия XXI в. В работе исследуются основные критерии зарождения и становления идентичности в РФ на современном этапе. Раскрывается важность предшествующего опыта Российской Империи, а также развитие политической идентичности в Советском Союзе, и формировании идентичности в различных ее ипостасях в РФ. У России существует возможность развития и модернизации по своему собственному «особенному пути» развития. Необходимо найти особый «код» нации, при котором будут учитываться характерные особенности российской ментальности, учитываться религиозные и этнические факторы.

Annotation

In this article the author presents a brief analysis of the identity of the Russian Federation since the early 90-ies of XX century to XXI century. The article analyzes the basic criteria of the origin and identity formation at the present stage in the Russian Federation. The author writes about the importance of prior experience of the Russian Empire, as well as the author talks about the development of political identity in the Soviet Union and the formation of identity in its various variations in the Russian Federation. In Russia there is a possibility of development and modernization by their own «special way» of development. Russia should find special «code» of the nation, which will be considered when the characteristic features of Russian mentality, considered religious and ethnic factors.

Ключевые слова:

Идентичность, суверенизация, модернизация политической элита, трансформация, кризис, самосознание, имперская парадигма, империя, самодержавная политическая культура, субстанция, неинституциональность.

Keywords:

Identity, sovereignization, modernization, the political elite, transformation, crisis consciousness, imperial paradigm, empire, autocratic political culture, substance, non-institutional.

Цель исследования – рассмотрение идентичности с политической точки зрения, учитывая все особенности российского пути развития, характерные черты и аспекты российской ментальности формирования русского народа.

С распадом СССР и крушением советской идеологической системы проблема идентичности приобрела особое значение. На волне суверенизации в республиках РФ активно реанимировались символы этнокультурной общности, создавались новые идеологии этнической солидарности и этнополитической мобилизации. Повседневная этническая идентичность граждан новой России стало значимым элементом социальной идентичности, наиболее мощным и мобильным субъективным маркером политических и социально-экономических изменений.

Возникает вопрос: почему же только в начале 2000-х гг. российская политическая элита озаботилась проблемой формирования позитивного образа России. Это связано с тем, что Россия, обретая свою идентичность, пока лишь определяется со стратегией внешнеполитического и внутреннего курса, со своим местом в современной системе международных отношений, обретает ценностные ориентиры и вырабатывает приоритеты в сфере внутренней и внешней политики.

Масштабные преобразования, которые проводятся в РФ, немыслимы без четкого понимания роли России в мировом сообществе и осознания гражданами собственной, уникальной судьбы. РФ испытывает сегодня кризис национальной идентичности, то есть утраты Россией своего исторически сложившегося представления о самой себе. Глобальные трансформационные процессы этот кризис усиливают [1], в том числе в результате борьбы универсальных (космополитических) и национальных символов [2].

У России сохраняются реальные возможности найти свой «особый путь» развития и модернизации, отстоять свои национальные интересы, переосмыслить «русскую идею», остается надежда на благоприятный выход из кризиса национальной идентичности. При этом важно учитывать характерные особенности российского гражданского самосознания, которые обусловлены неповторимостью исторического развития страны и судьбы русско-

го народа, его культуры, языка, образа жизни, менталитета, религиозным и этническим факторами, необъятностью территории.

РФ оказалась в своеобразной цивилизационной ловушке, образованной столетней практикой навязывания российскому государству и народу чужого опыта. В итоге мы пришли к колоссальной дезориентации в основополагающих принципах национального и исторического бытия. Затягивание процесса национального самоопределения чревато утратой Россией своего места и роли в мировых делах. Чрезвычайно важно сегодня вернуться на путь исторической преемственности, оценить качество и возможности российского народа во всем его этническом многообразии.

В целях реализации данной задачи целесообразно осуществить целый комплекс мер, в том числе:

- 1) провести в РФ общенациональную дискуссию по обсуждению путей и механизмов дальнейшего государственного и общественного развития России на 15-40 лет вперед, оценке национальной идентичности;

- 2) осуществить широкомасштабную государственную поддержку и развитие русского языка, включая меры политического, экономического и организационного плана, так как русский язык является средством межнационального общения, объединяющим фактором для различных народов России и соотечественников за рубежом;

- 3) пересмотреть принципы государственной пропаганды, в том числе с использованием средств массовой информации, сделав упор на развитие духовности, национального самосознания, патриотизма и нравственности, включая создание эффективной системы телерадиовещания для подрастающего поколения.

Любое человеческое сообщество, любая цивилизация или крупная держава, показавшая свою пригодность к истории, основывается на особом, присущем только ей идеале, или центральной, осевой идее. «Без высшей идеи, – справедливо подчеркивал Ф.М. Достоевский, – не может существовать ни человек, ни нация». Доминирующие в данной цивилизации образ жизни, формы менталитета, культуры, социальной, экономической и политической организации, философии и религии и т.д., так или иначе, соотносятся с этой высшей идеей или идеа-

лом. Любые идеи, будь то истинные или ложные, овладевают народами в соответствующей, благоприятствующей им исторической, социокультурной и духовно-нравственной сфере. Опыт истории свидетельствует, что, как только начинает подтачиваться духовный и культурный стержни, служащие основополагающими скрепами цивилизации, можно говорить о начале ее заката. Всякий строй сохраняет жизнеспособность и эффективность до тех пор пока большинство людей сохраняет веру в его законность, справедливость и эффективность.

При этом необходимо заметить, как имперская сущность наложила свой отпечаток на историю СССР и современной РФ. Подтверждением тому служит целый ряд точек зрения российских исследователей.

Так, согласно Каспэ С.И., возникновение и развитие империй обусловлено не только субъективными, но и, прежде всего, объективными факторами, противоречиями и конфликтами. Имперские системы – это определенный способ разрешения конфликтогенных напряжений, возникающих при столкновении универсалистских культурно-мотивированных, политических ориентаций с реальным разнообразием и разнородностью представленных в конкретном политическом пространстве политических культур. Ученый полагает, что имперская система сохраняет свою идентичность и существует до тех пор, пока существует имперский центр (культурный, политический, экономический, системный), задающий смысловой горизонт несимметричных социальных взаимодействий. Деструкция этого центра, вызванная как логикой саморазвития империи, так и внешними воздействиями, приводит империю к краху [3, с. 67-78].

По мнению Пантина В.И., существует целый ряд «полусовременных» империй и имперских образований, которые, несмотря на свой переходный характер, играли и продолжают играть важнейшую роль в процессе модернизации целого ряда великих держав: Франции, Германии, России, Китая. Общие закономерности эволюции и скачкообразной трансформации этих имперских образований имеют принципиальное значение для понимания специфики государственно-политического развития России [4].

Согласно этой модели, имперский тип по-

литической организации принципиально несовместим с долговременной и интенсивной модернизацией, а Россия пытается провести интенсивную, зачастую радикальную, но не системную модернизацию, которая осуществляется в рамках имперской парадигмы не менее, чем три столетия. Одна волна модернизации сменяет другую, а имперская составляющая основу политического развития не только не исчезает, но доминирует (по крайней мере, временами) над остальными его компонентами. Одним из таких периодов доминирования имперской системы ученый называет советскую эпоху.

Империя и имперская парадигма политического развития играют в России большую роль, своеобразно сочетаясь с модернизацией. Наиболее фундаментальной причиной этого является длительное, многовековое столкновение и тесное взаимодействие российской цивилизации с другими цивилизациями, прежде всего, с западной. Это столкновение, с одной стороны, делает неизбежной и необходимой модернизацию, а с другой – восстанавливает, реанимирует имперские механизмы политического развития, используемые в целях сохранения собственной цивилизационной целостности и культурной идентичности.

Пантин В.И. полагает, что соединение современной цивилизационной теории, концепции столкновения цивилизаций Хантингтона С., современных модернизационных и миро-системных подходов способно привести к созданию новых моделей, объясняющих развитие не только традиционных империй, но и более сложных, иногда весьма необычных имперских образований [4].

На наш взгляд, Пантин В.И., говоря о том, что «Россия демонстрирует интенсивную и местами радикальную (хотя и несистемную) модернизацию, которая осуществляется в рамках имперской парадигмы не менее, чем три столетия», не берет во внимание уровень издержек обеспечения устойчивости российской империи; наличие глубоких откатов политического развития к авторитаризму и жесточайшей диктатуре. Именно глубина таких реверсивных, попятных движений может объяснить, почему Россия триста лет, переживая периодические модернизации, до сих пор не перестает существовать во многом как империя. Кроме того,

сам Пантин В.И. отмечает, что модернизация России не системна, и «имперская» составляющая политического развития не только не исчезает, но временами доминирует над остальными его компонентами» [4].

Для понимания «имперских» механизмов политического развития, по мнению автора, целесообразно рассмотреть специфику российской организации административно-политического управления. По мнению Пивоварова Ю.С., в России существует особый тип управления – Русская Система. Полиция (в широком смысле слова) обеспечивала в России единство всего механизма управления и контроль над основной массой на-селения страны. С отменой полиции, как это было сделано при Временном правительстве в 1917 г., империя распалась. Пивоваров Ю.С. считает, что Русская Система как тип административного управления является для России нормальным, и, опираясь на него, необходимо выстраивать экономику, политику, идеологию [5]. Существенной предпосылкой Русской Системы является господство «самодержавной политической культуры». Ее главная характеристика – властечетричность. Иными словами, власть – ведущее действующее лицо исторического процесса, в ходе которого она лишь меняет свои наименования – царь, император, генеральный секретарь, президент.

С этим тезисом солидарен Ильин М.В.: «Среди многочисленных российских традиций обращает на себя внимание тоекратное воспроизведение в отечественной истории самодержавной конфигурации власти... Крайне показательно функциональное тождество царя, генсека и президента во всех трех системах правления. Контурь всех модификаций самодержавной власти, включая советскую, и их действительных культурных образцов, а не идеологических «обманок» – православных, коммунистических или демократических – в целом близки или совпадают» [6].

Продолжая основную линию своей позиции, Пивоваров Ю.С. утверждает, что власть в России всегда персонифицирована, обязательно предполагает определенного ее носителя. В отличие от этого на Западе власть имеет довольно абстрактную природу, она отделена, независима от правителя, не является его личной прерогативой. Вместе с тем реальные админи-

стративные задачи требуют наличия «посредствующих властей», «подчиненных властей», что для России и составляет принцип разделения властей. Иными словами, «самодержавная» Власть – субстанция, и она субстанциальна, а «посредствующие власти» – функции и они функциональны [5, с. 109].

Именно поэтому в России на протяжении пяти столетий имеет место два параллельных типа высших административных организаций, управляющих страной. Первый – приказы, коллегии, министерства – функциональные органы, «посредствующие», «подчиненные власти», чья сфера деятельности точно определена. Второй тип – Государев двор, Собственная канцелярия, ЦК КПСС, Администрация Президента РФ – органы, осуществляющие связь между «самодержавной властью» и «посредствующими властями», руководят этими властями, направляют их. При этом Двор (Канцелярия, ЦК, Администрация) занимаются всем, сфера их деятельности и полномочий не ограничена, поскольку они действуют от имени и по поручению неограниченной Власти. В этом коренная специфика русской административной системы [5].

Соперничество различных типов управленческих структур заменяет в России, согласно Ключевскому В.Ю., партийно-политическую борьбу. В России нет борьбы партий, но есть борьба учреждений. Незрелость гражданского общества в России ведет к незрелости партийной системы, политические партии возникли в стране довольно поздно и не играют значительной роли.

Еще одно существенное свойство русской системы управления – ее неинституциональность. Она объясняется тем, что основным элементом администрации является не «институт», а всякого рода «чрезвычайные комиссии» (ЧК). Если «институт» – орган конституционный, его существование закреплено в основополагающих нормативных актах, он действует в границах правового поля, его функционирование не ограничено во времени, его полномочия четко определены и известны обществу, то «чрезвычайные комиссии» создаются тогда, когда задачи управления не решаются посредством институтов: существование ЧК не закреплено в фундаментальных нормативных актах, для них возможен выход за пределы права, их действия

нередко носят закрытый характер. Причина возникновения ЧК, согласно Пивоварову Ю.С., также связана с господством в России «самодержавной политической культуры», поскольку «Русская Власть» не может допустить становления «правильной» институциональной системы. Такая система была бы вызовом Власти, ограничивала бы ее, ставила под вопрос ее доминирующее положение. В известном смысле Русская Власть и система институтов взаимоисключающие феномены [5]. Так как в России не сложилась правильная «институциональная» система, все задачи управления становятся чрезвычайными, соответствующие органы всегда полностью зависят от власти, а не от правовой системы, могут быть легко уничтожены в отличие от институциональных органов. По мнению автора, в современных мировых условиях данная неинституциональность, скорее всего, может сыграть позитивную роль в разрешении государственных проблем.

Для России в сегодняшней ситуации межкультурного взаимодействия и глобализации под флагом Запада важно сохранить свое культурно-цивилизационное лицо, свою идентичность, отстоять свои ценности, укрепить культурный диалог, достойно участвовать в глобализационных процессах, исходя из интересов РФ, что послужит фундаментом укрепления отечественной культуры и государственности, а также осуществления модернизационных процессов.

РФ необходимо вернуть себе статус мирового лидера в создании глобальной цивилизации. Началом данного цивилизационного курса является присоединение Крыма и города – героя Севастополя 21 марта 2014 г., в результате чего РФ увеличилась свою территорию до 86 субъектов.

Выступая 18 марта 2014 г. перед Федеральным Собранием, Путин В.В. заявил: «Крым – это наше общее достояние и важнейший фактор стабильности в регионе. И эта стратегическая территория должна находиться под сильным, устойчивым суверенитетом, который по факту может быть только российским сегодня».

Хотелось бы заметить, что утрата социальной идентичности порождает серьезные проблемы, связанные с глубоким отчуждением человека от общества, с ощущением распада,

нестабильности человеческого бытия, с формированием несправедливого общества, которое не существует без опоры на устои, сложившиеся в рамках российской культуры. Выступая в качестве важнейшего условия социально значимой и нравственной деятельности личности и фактора консолидации общества, социальная идентичность способствует осознанию единства социума, пониманию уникальности и ценности его исторического развития, сохранению самобытности русской культуры. Как показывает история, когда в обществе ослабевает национальная и гражданская идентичность, начинаются исторические болезни: смуты, самозванство, экономическое запустение, проигранные войны. Идентичность защищает нацию, культуру, с одной стороны, от энтропийных процессов, с другой – от экспансии и поглощения со стороны других наций, культур.

Насущная задача современной России – суметь сохранить систему ценностей, которую выработали за многие годы наши предки, четко ответить на вопрос о будущем России, найти свою национальную идентичность, тем самым вернуть базовые цивилизационно-культурные ориентиры, дать гражданам уверенность в завтрашнем дне. В свою очередь возрождение страны и ее народа возможно лишь при условии максимального задействования интеллектуального и творческого потенциала каждого гражданина РФ. Важнейшую роль играют СМИ [7, с.144]. На современном этапе развития РФ возвращает себе статус региональной и мировой державы, что заметно по усилению национально-государственных символов [8, с. 68-83].

Источники

1. Глобализация и столкновение идентичностей. Международная интернет-конференция 24 февраля – 14 марта 2003: Сб. материалов. М., 2003; Ерасов Б.С. Универсалии и самобытность. М.: Наука, 2002.
2. Капицын В.М. Космополитизм как компонент «мягкой силы» и глобального управления // Обозреватель-Observer. 2009. № 10.
3. См.: Каспэ С.И. Империя и модернизация: Общая модель и российская специфика. М., 2001.
4. См.: Пантин В. Имперское и современное: антагонизм или синтез? – //www.politstudies.rauniversum.biblio/issuc08.htm.
5. Пивоваров Ю.С. О некоторых исторических особенностях русской политики // Политическая наука в современной России: время поиска и контуры эволюции: Ежегодник 2004. М., 2004.
6. Ильин М.В. Традиции в политическом развитии

России // Политическая Россия: предмет и методы изучения: материалы международной интернет-конференции. М., 2001.

7. Балынская Н.Р. Субъекты информационно-политического управления в России на современном этапе // Экономика и политика. 2013. №1.

8. См.: Капицын В.М. Глобализация и управление идентификациями: пролегомены к стратегии развития России // Ценности и смыслы. 2010. №5.

