



УЧЕННЫЕ ЗАПИСКИ
Российской Академии предпринимательства

РОЛЬ И МЕСТО ЦИВИЛИЗОВАННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Сборник научных трудов

Включен в Перечень ведущих рецензируемых
научных журналов и изданий, рекомендованных
ВАК Минобразования России

Москва
2008

Рецензент

доктор экономических наук, профессор,
Заслуженный экономист Российской Федерации

Н. И. Аристер

Редакционный совет:

Балабанов В.С. — д.э.н., профессор, Заслуженный деятель науки РФ, гл. редактор
Аристер Н.И. — д.э.н., профессор, Заслуженный экономист РФ
Ермакова Е.Е. — к.ф.н., профессор
Лехто Юха — кандидат общественных (политических) наук,
директор ООО «Transacta Consalting»
Суйц В.П. — д.э.н., профессор, член президиума ассоциации бухгалтеров и
аудиторов «Содружество», заслуженный профессор МГУ им. М.В. Ломоносова
Чупров В.И. — д.с.н., профессор, Заслуженный деятель науки РФ
Юлдашев Р.Т. — д.э.н., профессор, Академик РАЕН, зав. кафедрой «Страхование»
МГИМО, ген. директор Международного института исследования риска
Яковлев В.М. — д.э.н., профессор, профессор РАГС при Президенте РФ
Яновский Р.Г. — д.ф.н., профессор, член-корреспондент РАН,
председатель редакционного совета журнала «Безопасность Евразии»
Яхьяев М.А. — д.э.н., профессор, Заслуженный деятель науки Республики Дагестан

Редакционная коллегия:

Балабанова А.В. — кандидат экономических наук, доцент
Бараненко С.П. — доктор экономических наук
Гаврилов Р.В. — доктор экономических наук, профессор
Гусов А.З. — кандидат философских наук, доцент
Евдокимова С.Ш. — кандидат социологических наук
Журавлев Г.Т. — доктор экономических наук, доктор философских наук, профессор
Киселев В.В. — доктор экономических наук, профессор
Лезина М.Л. — доктор экономических наук, с.н.с.
Маршак А.Л. — доктор философских наук, профессор

© Коллектив авторов, 2008

© Российская Академия предпринимательства, 2008

ISBN 978-5-902722-25-0

**Часть I. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

В. С. Балабанов Вступление России в ВТО: плюсы и минусы	6
А. В. Балабанова Госинвестиции — ключевая составляющая политики модернизации и диверсификации экономики	13
В. В. Гордеев Стратегия транснациональных корпораций в XXI веке	25

**Часть II. ОТРАСЛЕВОЙ СЕКТОР
КАК ОСНОВА ЭКОНОМИКИ РОССИИ**

В. В. Бандурин, Д. С. Ушаков Интеллектуальная собственность, инновационная экономика и предпринимательство	45
А. З. Гусов Управление предприятием как социально-экономической системой	54
С. В. Абляев Проблемы совершенствования механизма функционирования финансово-кредитных учреждений	69
Е. Ю. Браулов Влияние кризиса на ипотечном рынке США на развитие ипотеки в России	72
М. Ю. Будников Страхование инвестиционных рисков	76
А. В. Горделий, Н. Н. Гриценко, Е. В. Толстоброва Опыт разработки информационных автоматизированных систем для предприятий различных форм собственности	84
С. В. Абляев Проблемы организации и расширения филиальной сети банка	91
М. Н. Дудин Повышение эффективности процесса управления интеллектуальным капиталом — как одно из главных условий конкурентного преимущества экономики	97

Д. Г. Забелич Совершенствование налогообложения иностранцев юридических лиц	105
С. В. Краснова Эффективность мясного животноводства в Республике Марий Эл	115
Н. В. Колпакова Проектное финансирование и страхование в строительстве	121
Р. В. Лаврентьев Применение методики Activity based costing для определения себестоимости продукции на предприятиях с высоким уровнем косвенных затрат	128
Е. Ю. Лебедева Метод бухгалтерского учета затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции «директ-костинг»	136
Н. В. Лясников Конкурентное преимущество как фактор стратегической устойчивости предприятия	142
А. Я. Матвеев Развитие управления в негосударственных вузах – особенности и перспективы	150
А. В. Орлов Инвестиционные риски: технология VAR в системе управления рыночными рисками	161
А. П. Сычев Жилищно-коммунальное хозяйство и местное самоуправление	171
Е. В. Толстоброва, Е. В. Троицкая, Н. А. Фомичева Учет и анализ персонала предприятия	175
Е. В. Троицкая, Е. В. Толстоброва, Н. Н. Гриценко Развитие и становление инновационного управления персоналом предприятия	181
М. В. Шепелева Совершенствование системы управления страховым портфелем с помощью андеррайтинга	190
Ю. Г. Шпаковский, А. С. Кузнецов Принципы регулирования земельных отношений в сельском хозяйстве и методы их совершенствования	200

Часть III. МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

В. В. Ястребов Предпринимательство в Internet	211
---------------------------------------------------------------	-----

Часть IV. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Е. А. Белкина, А. А. Гусова Социально-гигиенические условия труда как объект управления	219
И. В. Вдовина Современные тенденции в мотивации и стимулировании персонала	227
Н. М. Горайнова К вопросу о необходимости целенаправленной коммуникативной подготовки будущих менеджеров	236
В. В. Дзюбан Маркетинг образовательных услуг (социологический аспект)	244
В. Я. Красниковский, С. Ш. Евдокимова Организационно-технологические особенности функционирования системы оперативного сбора и обработки экспертной информации	254
А. М. Мурашов Институциональные аспекты современного образования	262
Е. А. Степин Об усилении теоретического аспекта экономического образования в современных условиях	270
С. А. Шапиро Корпоративная культура фирмы как мотивационный ресурс управления персоналом	280

Часть I. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Таблица 1

Внешняя торговля России, млрд. долл.¹

Годы	Оборот	Экспорт	Импорт	Сальдо
1990	152,9	71,1	81,8	-10,7
1991	95,4	50,9	44,5	6,4
1992	79,4	42,4	36,9	5,4
1993	71,1	44,3	26,8	17,5
1994	85,1	48,0	37,0	12,0
1995	135,7	78,2	46,7	31,5
1996	131,4	85,2	46,2	38,7
1997	132,2	85,1	53,1	32,0
1998	144,2	71,3	72,9	27,0
1999	103,2	72,9	30,3	42,6
2000	127,0	103,1	33,9	69,2
2001	141,9	100,0	41,9	58,2
2002	152,9	106,7	46,2	60,5
2003	191,0	133,7	57,3	76,3
2004	257,2	181,6	75,6	106,1

В. С. Балабанов,

ректор, д.э.н., профессор, Заслуженный деятель науки РФ

Вступление России в ВТО: плюсы и минусы

В условиях глобализации существенно возрастает роль внешней торговли, которая является ключевым фактором интернационализации мирохозяйственных связей. Участие в международной торговле и международном разделении труда дает возможность каждой стране эффективнее и с меньшими издержками удовлетворять свои потребности. Так что государства заинтересованы в развитии мирохозяйственных связей и сотрудничестве на взаимовыгодных условиях.

Важное преимущество мировой торговли заключается и в том, что она стимулирует конкуренцию и ограничивает монополию. Возросшая конкуренция иностранных фирм заставляет национальную экономику переходить к ресурсосберегающим технологиям, производству высококачественной продукции, содействуя тем самым экономическому росту. Высокоразвитая внешняя торговля предоставляет потребителям возможность выбора ими более широкого ассортимента продукции.

Что касается России, то она пока слабо включена в процесс интернационализации хозяйственных связей. В 2004 г. ее доля в мировом экспорте составляла 2,6%, а в импорте 1,1%. Это всего лишь на 0,5% больше, чем в 1990 г. Для сравнения: доля Китая – около 6% и 7%, соответственно. Это в 3,5 раза больше, чем в 1990 г.

Главным субъектом мировой торговли являются США, удельный вес которых в экспорте составляет 11,7%, а в импорте – 21,2%. При этом удельный вес экспорта практически не изменился с 1990 г., а импорта возрос в 1,5 раза.

Состояние и динамика внешней торговли России за последние 15 лет представлена в таблице 1.

Приведенные данные показывают, что динамика внешней торговли сильно коррелирует с экономической динамикой. Посткризисный подъем экономики сопровождается устойчивым ростом не только оборотом внешней торговли, но и ее сальдо. За период с 2000 г. по 2004 г. эти показатели выросли в 1,9 раза и в 1,5 раза, соответственно. Такой высокий рост внешнеторгового оборота, да еще с положительным сальдо, несомненно, сыграл важную роль в создании прочной финансовой базы экономического роста. Но, как показывает историческая практика, роль страны в международном разделении труда определяется не только и не столько объемом внешней торговли, сколько ее структурой, которая служит важным показателем уровня развития экономики и ее конкурентоспособности. Следует заметить, что сегодня способность страны конкурировать на мировых рынках – ключевой индикатор, характеризующий ее роль и место в мировой экономической системе.

Для России проблема кардинального улучшения структуры как экспорта, так и импорта, приобретает характер первостепенной значимости. Сложившаяся за годы социальной трансформации экспортно-сырьевая модель экономики привела к тому, что, как показывает таблица 2, доминирующую роль в экспорте составляют минеральные продукты, а среди них главенствующее значение имеют нефть и газ.

¹ Российский статистический ежегодник. Официальное издание 2004 г. М., 2005. С. 426; Официальное издание 2005 г. М., 2006. С. 700.

Таблица 2

Товарная структура внешней торговли РФ¹ (в процентах к итогу)

	1995 г.	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.
	в % к итогу	в % к итогу	в % к итогу	в % к итогу	в % к итогу	в % к итогу	в % к итогу
Экспорт							
Всего, в том числе:	100	100	100	100	100	100	100
Продовольственные товары и с/х сырье (кроме текстильного)	1,8	1,3	1,6	1,9	2,6	2,5	1,8
Минеральные продукты	42,5	44,9	53,8	54,7	55,2	57,3	57,8
Продукция химической промышленности, каучук	10,0	8,5	7,2	7,5	6,9	6,9	6,6
Кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	0,4	0,3	0,3	0,2	0,3	0,2	0,2
Древесина и целлюлозно- бумажные изделия	5,6	5,1	4,3	4,4	4,6	4,2	3,9
Текстиль, текстильные изделия и обувь	1,5	1,1	0,8	0,8	0,8	0,7	0,6
Металлы драгоценные камни и изделия из них	26,7	26,1	21,7	18,8	18,7	17,8	20,2
Машины, оборудование и транспортные средства	10,2	10,9	8,8	10,5	9,5	9,0	7,8
Прочие товары	1,3	1,8	1,5	1,2	1,4	1,4	1,1
Импорт							
Всего, в том числе:	100	100	100	100	100	100	100
Продовольственные товары и с/х сырье (кроме текстильного)	28,1	26,7	21,8	22,0	22,5	21,0	18,3
Минеральные продукты	6,4	4,0	6,3	4,1	3,7	3,8	4,0
Продукция химической промышленности, каучук	10,9	16,0	18,0	18,2	16,7	16,8	15,8

¹ Российский статистический ежегодник. Официальное издание 2005 г. М., 2006. С. 705–706.

Продолжение таблицы 2

Кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	0,3	0,3	0,4	0,5	0,5	0,4	0,3
Древесина и целлюлозно- бумажные изделия	2,4	3,6	3,8	4,0	4,2	4,2	3,8
Текстиль, текстильные изделия и обувь	5,7	5,2	5,9	5,5	5,3	4,8	4,3
Металлы драгоценные камни и изделия из них	8,5	7,3	8,3	7,4	6,4	7,3	8,0
Машины, оборудование и транспортные средства	33,6	33,3	31,4	34,0	36,3	37,4	41,2
Прочие товары	4,1	3,6	4,1	4,3	4,4	4,3	4,3

Итак, удельный вес минеральных продуктов в экспорте в 2004 г. составлял 57,8% вместо 42,5% – в 1995 г. Такой рост произошел, главным образом, за счет резкого увеличения объема продаж на внешнем рынке нефти и газа. В 2004 г. за рубеж ушло 258 млн. т нефти вместо 116 млн. т – в 1995 г. (рост – 220%), а газа – 200 млрд. куб. м. вместо 131 млрд. куб. м. (рост 152,6%)¹. В последующие годы объемы экспорта этих видов товара еще более возросли. Сегодня на внешний рынок уходит более половины нефти и более трети газа. По имеющимся в печати оценкам, доля нефти и газа в общем объеме экспорта составляет более 80% это почти в 2 раза больше, чем в 2004 г.

Такая глубоко деформированная структура экспорта консервирует сырьевую специализацию экономики, усиливает ее зависимость от конъюнктуры мировых рынков, состояние которых трудно прогнозируется и неподвластно России. Несмотря на довольно устойчивую тенденцию роста мировых цен на энергоресурсы, гарантии того, что они не упадут, нет и быть не может. Вполне естественно, что Россия стремится максимально использовать благоприятную рыночную конъюнктуру, но это совершенно не означает, что она должна пассивно приспособливаться к внешней среде.

Разговоров о том, что необходимо диверсифицировать структуру экономики и внешней торговли много, тем не менее ситуация практически не меняется. Очевидно, что Россия упускает свой шанс транс-

¹ Российский статистический ежегодник. Официальное издание 2005 г. М., 2006. С. 708.

формировать сырьевую модель роста в инновационную экономику. Тем более, что этот переход в огромной мере также зависит от мирового рынка инвестиционных товаров. В 2004 г. Россия ввезла машин, оборудования и транспортных средств более чем на 30 млрд. долл. На долю этой статьи импорта приходится свыше 40%. Другая значимая статья российского импорта — продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье. В 2004 г. на покупку этих товаров было затрачено почти 14 млрд. долл. На долю импорта продовольствия приходится более 18%. Так что импорт инвестиционных и продовольственных товаров составляет более 60% общего объема импорта. Таким образом, накануне своего вступления в ВТО Россия находится в сильнейшей зависимости от сырьевых, продовольственных и инвестиционных рынков.

Вступление в ВТО существенно обострит и другую жизненную проблему — повышение конкурентоспособности российской экономики, так как в настоящее время только 20–25% российских предприятий считаются конкурентоспособными. Как известно, главное условие вступления в ВТО — это либерализация внешнеторговых отношений, усиление открытости экономики, что неизбежно означает усиление конкуренции на внутреннем рынке.

Всемирная организация торговли функционирует с января 1995 г. Сегодня в нее входит более 145 стран. Главенствующую роль в ее деятельности играют страны «большой семерки», и прежде всего США. Не секрет, что эти страны проводят внешнеторговую политику в своих интересах, и никто из них не хочет появления сильных конкурентов на мировых рынках. Примеров дискриминации новых членов ВТО немало. Так, Индия, став в 1995 г. членом ВТО, хотела выйти на мировой рынок со своими потребительскими товарами (сельскохозяйственная продукция, текстиль и готовая одежда) и др., но ВТО потребовала ликвидировать субсидии сельскому хозяйству, которые составляли 14% ВВП, а также открыть свой рынок для импорта сельскохозяйственной продукции. Кроме того ЕЭС ввел антидемпинговые меры против индийского текстиля, увеличив налог на 30%, что привело к снижению экспорта. Была установлена квота на рис, сахар и другие продукты. Очевидно, что, если Индия откроет полностью свой рынок, то сельское хозяйство не выдержит конкуренции Запада. Аналогичная ситуация и в отношении к России, где аграрный сектор экономики все еще находится в депрессивном состоянии, несмотря на существенную государственную поддержку, которая была оказана в ходе реализации национального проекта. Пока финансовая помощь российскому сельскому хозяйству в десятки раз меньше, чем в европейских

странах и США. Так, в Канаде на 1 гектар пашни приходится 83 долл., что выше в 10–15 раз, чем в России, в США — 107 долл. (в 10–20 раз), Финляндии — 500 долл. (в 60–70 раз), ЕЭС — 855 долл. (в 110–125 раз), в Швейцарии — 4214 долл. (в 550–600 раз).

По мнению многих аналитиков, вступление России в ВТО значительно усложнит ситуацию в нашем сельском хозяйстве, так как огромная масса примитивных крестьянских хозяйств не выдержит конкуренцию с индустриальными аграрно-промышленными предприятиями стран «большой семерки». С такими же трудностями столкнутся и многие отрасли, работающие на внутренний потребительский рынок.

Как известно, одно из требований ВТО для вступления в нее России, состоит в повышении внутренних цен на энергоресурсы. Уже теперь цены на них растут более высокими темпами, чем инфляция. По расчетам, они должны приблизиться к мировым ценам в 2010–2012 гг. Эта мера крайне негативно влияет на экономику и уровень жизни россиян. Прежде всего рост цен на нефть, нефтепродукты, газ по технологической цепочке неизбежно ведут к повышению потребительских цен. Высокая инфляция практически превратилась в хроническое явление, неподвластное правительству. Между тем сравнительно низкие внутренние цены на нефтепродукты и газ — это одно из важнейших конкурентных преимуществ в России, также как и низкая цена труда. И то, и другое в нашей экономике составляют основные элементы себестоимости продукции. Рост цен на них неизбежно приведет к увеличению издержек производства, и, соответственно, снижению прибыли и рентабельности.

Очевидно, что многие страны не хотят видеть Россию в качестве сильного конкурента, тем более сейчас, когда серьезно ухудшились отношения с США и Евросоюзом. Попытка России играть самостоятельную роль на политической мировой арене встречена этими странами крайне враждебно.

Поэтому, с одной стороны, вступление России и других стран СНГ в ВТО дисциплинирует, то есть приведет торгово-экономические отношения к единым требованиям ВТО. С другой стороны, возникает проблема преференциальных отношений внутри содружества. Одной из таких преференций является особый режим свободной беспошлинной торговли и более низкие цены внутри содружества, чем с другими странами, особенно цены на нефть, газ. Это позволяет реализовывать значительную массу товаров в странах содружества, сбыт которых в других странах почти невозможен. Поэтому нескоординированное вступление в ВТО стран СНГ, и, особенно ЕВрАзЭС, может серьезно

осложнить интеграционные процессы в содружестве. Так как ожидаемые плюсы носят общий характер и предполагается в перспективе, а минусы конкретны и будут иметь необратимый эффект в реальном времени и процессе.

В этой связи очень важно совместное согласование как сроков, так и условий вступления в ВТО, чтобы провести возможные структурные преобразования и минимизировать неизбежные потери для стран СНГ. Вступление же России в ВТО также носит глубоко противоречивый характер. С одной стороны, оно диктуется необходимостью ее интеграции в мирохозяйственные связи, так как это ключевое условие для того, чтобы стать равноправным субъектом глобальной экономики, а, с другой — оно потребует от России огромных усилий и масштабных инвестиций, чтобы на равных конкурировать с авангардными странами и упрочить свое геополитическое положение.

Итак, подводя итог вышесказанному, следует признать, что вступление России в ВТО имеет как плюсы, так и минусы, сбалансировать которые практически невозможно. Но в любом случае она должна уметь защищать свои интересы.

А. В. Балабанова,
профессор кафедры Российской Академии предпринимательства,
к.э.н., доцент

Госинвестиции — ключевая составляющая политики модернизации и диверсификации экономики

Мировая практика показывает, что одного только частного капитала, даже если он высоко развит и инвестиционно активен, недостаточно для того, чтобы обеспечить оптимальную структуру экономики и полную рациональную занятость, так как спрос на рабочие места, как правило, больше, чем могут создавать частные инвестиции. Кроме того они крайне нестабильны из-за своей высокой чувствительности к изменениям рыночной конъюнктуры. Активного участия государства в финансировании инвестиций требует и поддержка развития тех отраслей, которые определяют конкурентоспособность страны и ее положение на мировом рынке. Существуют также капиталоемкие и малорентабельные инфраструктурные отрасли, в которые частный капитал практически не инвестируется. Между тем без их развития экономический рост невозможен. Таким образом, в любой, даже самой развитой стране, существует объективная необходимость дополнения частных инвестиций государственными инвестиционными расходами.

В России участие государства в инвестиционном процессе гораздо важнее и острее, чем в промышленно развитых странах, так как сформировавшийся в условиях первоначального накопления капитала слабый спекулятивный рынок не способен стимулировать формирование прогрессивной структуры экономики и рост ее эффективности. Напротив, рыночные регуляторы (цена, прибыль, процент и т.д.), вызывая деградацию отраслей обрабатывающей промышленности,

закрепляют тенденцию к усилению сырьевой ориентации экономики. В результате Россия утрачивает возможность создания социально-рыночного хозяйства, развивающегося на собственной основе.

Уход государства из экономики в начале 90-х годов, и особенно из инвестиционной сферы — одно из самых серьезных негативных последствий российских реформ. Сведя свою главную роль только к финансовой стабилизации и созданию класса частных собственников, оно практически перестало быть соинвестором экономического роста. За период с 1993 г. по 2004 г. удельный вес государственной собственности в капложении снизился в три раза, а доля госинвестиций в ВВП — не более 2%. В 2004 г. бюджетные ассигнования в промышленность, энергетику и строительство составили 0,5% ВВП, транспорт, связь и информатику — 0,1%, дорожное строительство — 0,3%, сельское хозяйство и рыболовство — 0,2%, социально-культурные мероприятия — 2,1%¹.

Сокращение масштабов капложений и ухудшение их структуры привело к критической ситуации в сфере воспроизводства основных фондов. Почти в 4 раза снизился коэффициент обновления. В 2004 г. он составлял 1,6% вместо 5,8% в 1990 г. Удельный вес новых (введенных за год) основных фондов в их общем объеме — менее 2%. Между тем производственные мощности, созданные за годы советской власти, морально и физически износились, и потому из решающего фактора экономического роста превратились в основную его тормоз. Политика минимизации госинвестиций оказалась несостоятельной во всех отношениях. Без серьезной государственной финансовой поддержки практически невозможно осуществить переход к инновационной модели экономики.

Для того, чтобы запустить механизм высококачественного социально-ориентированного экономического роста, следует отказаться от эйфории рынка и перейти к взвешенной государственной политике стимулирования как совокупного предложения, так и совокупного спроса. Глубоко деформированный и монополизированный рынок, который сложился в России, неспособен стимулировать прогрессивное развитие экономики и оптимизировать общенациональные и частные интересы.

Усиление роли государства в механизме стимулирования экономического роста объективно обусловлено как национальной спецификой России (огромная территория, многочисленный состав населения, многоотраслевой характер экономики, множественность и теснота межотраслевых связей и в то же время значительная региональная специализация,

наконец, традиционно сильное влияние российского государства на развитие экономики), так и целым рядом факторов, связанных с социально-экономической трансформацией. К ним, в частности, относятся:

- переход общественной системы из одного качественного состояния в другой, сопровождающийся политической и экономической нестабильностью;
- потеря управляемости социально-экономическими процессами из-за утраты государством многих регулирующих функций, в том числе и тех, которые необходимы в условиях рынка;
- особенности формирования рыночной экономики, обусловленные тем, что она формируется не естественным эволюционным путем, а в ходе проводимых государством реформ;
- огромные негативные социальные издержки как перехода к рыночной экономике, так и самого рыночного механизма, нейтрализовать, свести к минимуму, которые может только государство;
- глубочайший кризис 90-х годов, практически охвативший все отрасли экономики и социальной сферы, в условиях которого, как показывает мировой опыт, роль государства, включая его прямое воздействие на социально-экономические процессы, существенно возрастает;
- утрата продовольственной безопасности и угроза национальной безопасности страны;
- значительное ослабление роли и позиции России на мировых рынках и во всей системе мирохозяйственных связей;
- восстановление и дальнейшее развитие прочных хозяйственных связей между субъектами инвестиционного комплекса, основанных на высокой материальной ответственности за выполнение взаимных обязательств;
- опережающее развитие инновационной деятельности, являющейся важнейшим источником «ноу-хау» в области техники, технологии, экономики, организации и управления;
- создание механизма страхования инвестиционного риска;
- стимулирование долгосрочных инвестиций в производственную сферу;
- обеспечение развития кадрового потенциала инвестиционного комплекса в соответствии с требованиями современного менеджмента;
- обновление научного потенциала инвестиционного комплекса как интеллектуальной основы радикального его преобразования;

¹ Российский статистический ежегодник. Официальное издание 2005 г. М., 2006. С. 609.

- создание законодательно-правовой и нормативной базы безперебойного функционирования инвестиционного комплекса, обеспечивающего эффективное взаимодействие всех его структурных звеньев;
- свободный доступ к рынку инвестиционных услуг и создание эффективной государственной защиты законных прав инвесторов.

Сегодня у России имеется реальная возможность кардинально изменить ситуацию в инвестиционной сфере. Экономический рост, благоприятная конъюнктура на мировых рынках сырья способствовали существенному увеличению государственных финансовых ресурсов. За период с 2000 г. по 2007 г. доходы консолидированного бюджета выросли с 2,1 трлн. руб. до 7,4 трлн. руб., в 3,5 раза, что позволило увеличить расходы с 2 трлн. руб. до 6,53 трлн. руб. О том, как повысилась роль государства в формировании валового внутреннего продукта хорошо видно из таблицы 1.

Таблица 1

Динамика удельного веса бюджетных доходов и расходов в ВВП (в процентах)¹

	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.
Доходы	15,5	17,8	20,4	19,5	20,1	23,7	23,4	23,2
Расходы,	13,1	14,8	19,0	17,8	15,8	16,2	16	20,4
в т.ч. непроцентные	10,8	12,3	16,9	16,1	14,7	15,2	15,2	19,9
Профицит	1,4	3	1,4	1,7	4,3	7,5	7,4	7,8

Итак, за последние 8 лет удельный вес доходов в ВВП возрос на 7,7% до 23,2% вместо 15,5%, а доля расходов – с 13,1% до 20,4%, в том числе непроцентных расходов – 10,8% до 19,9%. Такой высокий рост госрасходов позволил ощутимо увеличить объемы госинвестиций. В бюджете на 2006 г. на инвестиционные расходы было выделено около 600 млрд., что в полтора раза больше, чем в 2005 г. В 2007 г. они выросли до 1 трлн. руб. и составили 2,5% ВВП против 1,8% – в 2005 г.

Основным инструментом распределения госинвестиций служат федеральные целевые программы (ФЦП) и федеральные адресные инвестиционные программы (ФАИП), большая часть которых входит в ФЦП, а меньшая, так называемая непрограммная, учитывается отдель-

но. Посредством них государство поддерживает развитие капиталоемких отраслей с длительным сроком окупаемости. В 2005 г. на федеральные целевые программы и федеральные адресные инвестиционные программы было выделено 360,1 млрд. руб., из которых 295,7 млрд. руб. – на ФЦП и 64,4 млрд. руб. – на непрограммную часть ФАИП. В 2006 г., соответственно: 448,7 млрд. руб., 342,5 млрд. руб. и 106,2 млрд. руб. Из них примерно 60% – на капвложения, 12% – НИОКР, 32% – прочие инвестиционные расходы. На 2006 г. были утверждены 51 ФЦП, из которых 15 новых программ¹. В 2007 г. финансирование ФЦП было увеличено до 530 млрд. руб.

Переход к политике структурно-технологической модернизации экономики потребовал значительного роста госинвестиций, а это, в свою очередь, коррекции политики накопления нефтедолларов и использования их за рубежом. Теперь немалая часть накопленных в Стабфонде средств стала инвестироваться в экономику посредством различных государственных и государственно-частных институтов развития, предназначенных для финансирования инфраструктурных и высокотехнологичных проектов.

В 2006 г. был создан инвестфонд в размере около 70 млрд. руб., который стал не только соинвестором, но и гарантом по инвестиционным кредитам. В 2007 г. его размер вырос до 100 млрд. руб. Следом появились особые экономические зоны, технопарки, Российская венчурная корпорация, региональные фонды поддержки инновационных технологий и др.

В 2007 г. институты развития стали создаваться в виде госкорпораций. Так, Внешэкономбанк был преобразован в ГК Банк развития, возникли ГК «Роснано-технология» и Фонд содействия реформирования ЖКХ, «Росатом», «Ростехнология». Судя по всему, курс на развитие госкорпораций набирает силу. На стадии формирования находятся еще несколько госкорпораций.

Госкорпорации – это качественно новые субъекты российской экономики. Их имущество формируется в значительной мере за счет средств Стабфонда и федерального бюджета. Так, Банк развития получил 180 млрд. руб., корпорация по развитию нанотехнологий досталось 130 млрд. руб., а Фонду содействия реформированию ЖКХ выделили 240 млрд. руб. Эти деньги и другое имущество корпораций являются их собственностью, которой они распоряжаются по своему

¹ «Ведомости». 24 октября 2007 г.

¹ Коммерсант-Власть, 29 августа 2005 г. С. 22–23.

усмотрению. При этом ГК функционируют как чисто коммерческие организации. Им разрешается временно свободные денежные средства размещать на любых фондовых рынках, устанавливать должностные оклады на уровне и даже выше коммерческих организаций. Вместе с тем они освобождены от строгого налогового и финансового контроля, который принят в отношении коммерческих организаций.

Основным контролирующим органом служит наблюдательный совет, членами которого служат госчиновники высокого ранга. Так, главой наблюдательного совета Банка развития является Председатель правительств. Представляется, что коль скоро госкорпорации создаются на деньги налогоплательщиков, то, видимо, нужны особые механизмы, позволяющие наладить строгий и независимый контроль за их операционной деятельностью. В любом случае госкорпорации должны быть прозрачными как с точки зрения их оргструктуры, так и с точки зрения их практической деятельности.

Бизнес-сообщество негативно относится к такой, прямо скажем, неоднозначной организационно-правовой форме. В печати немало критических и скептических оценок по их возможностям серьезного влияния на экономический рост. Немало тех, кто рассматривает ГК как своеобразный способ передела собственности и личного обогащения высокопоставленных госчиновников.

Мировая хозяйственная практика свидетельствует, что политика увеличения госинвестиций приносит ощутимый результат только тогда, когда она стимулирует рост частных, прежде всего внутренних капиталовложений. В странах-лидерах мировой экономики наиболее распространенная модель инвестиционной деятельности — государственно-частное партнерство (ГЧП). ГЧП позволяет снизить нагрузку на бюджет и повысить эффективность госинвестиций. Российские институты развития тоже в качестве соинвестора могут привлекать частный капитал в соотношении на один государственный рубль — не менее 3—5 рублей частных инвестиций.

Механизм партнерства между государством и предпринимательством — сложное многоаспектное явление, конечной целью которого является достижение наивысшей экономической и социальной эффективности путем создания наиболее благоприятной среды функционирования бизнеса. Однако, несмотря на многочисленные заявления официальных лиц о признании огромной роли и значимости предпринимательства, пока еще далеко не все сделано по созданию благоприятных условий для развития цивилизованного бизнеса. Сегодня эти отношения скорее напоминают отношения между силь-

ным и слабым. С одной стороны, государство очень вольно и далеко не всегда разумно вмешивается в экономическую жизнь, с другой — крайне низкая эффективность управляемости процессами реформирования экономики. Неопределенность экономического поведения государства, противоречивость многих правовых норм, все еще высокие налоги, нерешенность вопроса об итогах приватизации лишают бизнес уверенности в своем будущем. Естественно, что в этих условиях предприниматели, которые и без того предпочитают на первых порах идти на высокоприбыльные и не требующие больших усилий операции, избегают проявлять активность в производственной деятельности, ориентируясь преимущественно на посредничество, оказание услуг, где не требуется крупный стартовый капитал, привлечения больших объемов материальных ресурсов. Словом, где можно обойтись без масштабных инвестиций. Поэтому вклад предпринимателей в поддержание и обновление экономики пока весьма скромный.

Все еще немалая часть бизнеса носит явно криминальный характер. За годы реформ обмануты и обкраданы миллионы людей. Причем преуспели в этом как государство, так и предприниматели. Такое явное нецивилизованное поведение и того, и другого усиливает социальную напряженность, что тормозит реформирование экономики. При этом меры государственного регулирования, которые должны ориентировать предпринимательскую активность на приоритетные для страны задачи, оказались малоэффективными, так как они, как правило, носят административный, запретный характер.

Другая важная новация в современной государственной инвестиционной политике состоит в усилении ее социальной направленности. Государство, во-первых, объявило о своих приоритетах в социальной сфере, в качестве которых названы: здравоохранение, образование, жилищное строительство и сельское хозяйство. На реализацию этих национальных проектов с учетом внебюджетных фондов и гарантий выделены огромные средства. Тем самым эти отрасли превращаются в локомотивы высококачественного экономического роста, нацеленного на улучшение жизни широких масс населения. Очень важно, что определение приоритетов социально-экономической политики на ближайшую перспективу кладет конец конъюнктурному подходу к развитию экономики.

Следует, однако, отметить, что выдвижение национальных проектов в качестве стратегических целей развития российской экономики на ближайшую перспективу вызвало неоднозначную реакцию. Немало тех, кто увидел в этом предвыборный популизм и «левый по-

ворот». Представляется, что эти упреки не имеют под собой никаких серьезных оснований. Общеизвестно, что увеличение инвестиций в человека — это требование современной постиндустриальной экономики, в которой социальные факторы экономического роста и особенно здоровье работника и его квалификация становятся решающим источником высокой устойчивой конкурентоспособности.

Для России приоритетное развитие базовых отраслей социальной сферы — это еще и вопрос превращения ее в социально-рыночное государство. Не секрет, что за годы трансформации социализма в капитализм практически все отрасли, непосредственно влияющие на воспроизводство населения, пришли в упадок и сегодня находятся на грани катастрофы. В этих условиях мизерное, по сравнению с развитыми странами, увеличение госинвестиций в социальную сферу, рассматривать как предвыборную акцию значит сознательно игнорировать не только объективные закономерности постиндустриального общества, но и коренные интересы своего народа. Вместе с тем нельзя не согласиться с теми, кто считает, что увеличение финансирования социальной сферы не должно сводиться только к росту заработной платы. Главное — это масштабная реконструкция на базе современных технологий и стратегий.

Наиболее распространенный довод против роста социальных расходов состоит в том, что он неизбежно ведет к раскручиванию инфляции. Вряд ли кто-либо будет возражать против того, что инфляция, являясь исключительно сложным социально-экономическим явлением, выходя за приемлемый уровень, оказывает крайне негативное влияние на экономику и уровень жизни. Но доказано и другое, что нищая страна с вымирающим населением не может стать высокоразвитой и конкурентной.

Сегодня все чаще раздаются голоса о том, что борьба с инфляцией куда важнее, чем экономический рост. Думается, что такое противопоставление, по меньшей мере, некорректно. Инфляция, являясь следствием нарушения равновесия между совокупным спросом и совокупным предложением, реально может быть подавлена только путем увеличения объема национального производства таких товаров, которые по соотношению «цена и качество» соответствуют платежеспособному спросу.

Пока в России производство продукции и услуг довольно сильно отстает от динамики и структуры как потребительского, так и инвестиционного спроса. Расчеты показывают, что потребительский спрос превышает совокупное предложение более чем в 2 раза.

Явное превышение потребительского спроса над совокупным предложением не означает, что инфляция в России — это только следствие увеличения денежных доходов населения и потребительских кредитов. Расчеты показывают, что немалую толику в раскручивание инфляции вносит и рост издержек, главным образом за счет повышения цен на энергоресурсы, сырье и материалы. Большая доля ответственности за рост издержек лежит на монополиях, особенно естественных. Немалое влияние на уровень инфляции оказывает и динамика импортных цен.

Значительное увеличение государственных инвестиционных расходов на предстоящие три года свидетельствует о реальном превращении финансовых планов страны в бюджеты развития. До сих пор все попытки сформировать бюджеты развития оказывались безрезультатными. Что касается нынешнего увеличения госинвестиций, то многие экономисты и политики критически оценивают этот курс правительства. Аргументы не отличаются новизной: госинвестиции по своей природе неэффективны, отсутствуют рентабельные проекты модернизации экономики и развития инфраструктуры, опять же коррупция, казнокрадство и т.д. Те же, кто считает стратегию на усиление роли госинвестиций в механизме финансирования экономического роста оправданной, дают оптимистические оценки.

Рост финансирования госинвестиций является необходимой предпосылкой для решения острейших проблем модернизации российской экономики, но недостаточной. Ключевое значение имеет проблема кардинального улучшения управления ими. Как показывает многолетняя практика, именно это звено инвестиционного процесса является наиболее слабым. Из года в год происходит распыление госинвестиций между многочисленными программами и объектами, многие из которых не имеют необходимых смет и технико-экономических обоснований. Немалая часть госпрограмм либо совсем не финансируются, либо деньги выделяются не в полном объеме. Широко распространена практика нецелевого использования средств, выделенных на ФЦП. В 2006 г. целевые показатели были достигнуты лишь по половине ФЦП. В 2007 г. ситуация не лучше. В первом полугодии фактическое исполнение ФЦП составило всего 25% от общего объема финансирования. Отсюда рост «незавершенки», затягивание сроков и удорожание строительства. Очевидно, что без наведения элементарного порядка, ужесточения контроля за распределением и использованием госинвестиций добиться сколько-нибудь существенных результатов практически невозможно.

Повернуть экономику к технологическим инновациям, нуждам народа, к улучшению его здоровья и росту интеллекта крайне сложно. Нет никаких гарантий, что госинвестиции не будут разорваны. И все-таки хочется надеяться, что принимаемые правительством решительные меры по ужесточению контроля и усилению ответственности чиновников за их расходом, позволит изменить социально-экономическую ситуацию к лучшему и все поставленные цели будут достигнуты.

Наряду с увеличением госинвестиций и улучшением их использования, не менее серьезной задачей государства является создание благоприятного инвестиционного климата. Инвестиционный климат — очень емкое, многогранное понятие. Оно включает в себя характеристику компонентов как внутренней, так и внешней среды. В зависимости от состояния рыночной конъюнктуры и инвестиционной политики, деловой климат в стране может быть благоприятным и неблагоприятным, плохим или хорошим. Благоприятный климат — это такая ситуация, при которой капитал чувствует себя комфортно как с точки зрения доходности, так и с точки зрения безопасности.

Исключительно важный компонент хорошего инвестиционного климата — стабильность национальной валюты. До тех пор, пока инфляция в стране будет оставаться двузначной, невозможно рассчитывать на масштабный рост сбережений и инвестиций. Все попытки российского правительства улучшить предпринимательский климат, уменьшить инфляцию пока не дали сколько-нибудь существенных результатов. Напротив, по оценкам многих аналитиков, бизнес-климат в последнее время в России заметно ухудшился, а инфляция ускорила свой рост.

Инвестиционная активность — результат воздействия всех составляющих хозяйственного механизма на экономическое поведение производителей и потребителей. Это и материальные стимулы к накоплению капитала, ускорению научно-технического прогресса, и наличие конкурентного рынка инвестиционных товаров и развитой инфраструктуры, наконец, это и хорошая законодательная база и некоррупцированная судебная система.

Реальная практика показывает, что применение отдельных разрозненных мер, направленных на улучшение организации и функционирование инвестиционной деятельности хозяйствующих субъектов, не дают сколько-нибудь ощутимых результатов. Нужен комплексный, системный подход к такому сложному организму, каким является инвестиционный климат. Конкретной формой системного подхода служит государственная инвестиционная политика, стратегическая цель кото-

рой формирование высокоорганизованного и эффективного инвестиционного комплекса страны, адекватного современной рыночной экономике и технологической революции. Отсутствие четко выверенной инвестиционной стратегии тормозит экономический рост, делает его нестабильным и конъюнктурным.

Инвестиционный комплекс XXI века — чрезвычайно сложная система, на функционирование которой оказывает существенное влияние как внешняя, так и внутренняя среда. Внешняя среда — это уровень и динамика развития макроэкономики, главными показателями которой служат темпы роста валового внутреннего продукта, национального дохода, располагаемого личного дохода, инфляции, безработицы, покупательной способности национальной валюты, состояние бюджета и платежного баланса. Внутренняя среда инвестиционного комплекса определяется его структурой, характером связей и пропорций между структурными элементами, количеством и качеством инвестиционных ресурсов, проектов, состоянием инновационного менеджмента, квалификации кадров. Одним из наиболее мощных стимулов развития производства средств производства служит увеличение инвестиционного спроса, объем и структура которого в немалой степени зависят от госинвестиций.

Станет ли Россия инвестиционно привлекательной или она окончательно превратится в зону рискованного инвестирования во многом зависит от реализации нового курса на формирование инновационной социально ориентированной модели экономического роста, ключевыми элементами которого являются:

- активизация инвестиционной деятельности государства и усиление социальной направленности;
- наличие устойчивых финансовых ресурсов, полностью удовлетворяющих инвестиционный спрос;
- гарантированное удовлетворение потребности в инвестиционных материально-технических ресурсах;
- формирование системы управления инвестиционным процессом, основанной на сочетании государственного экономического регулирования, хозяйственного самоуправления и широкого делегирования федеральных полномочий региональным органам управления;
- переход от прямого государственного распределения инвестиционных ресурсов к использованию рыночного механизма и целевой государственной поддержки социально важных отраслей экономики;

- ускоренное развитие рыночной инфраструктуры инвестиционного комплекса (рынка ценных бумаг, ссудного капитала, лизинга, инвестиционных банков и компаний и т.д.);
- формирование сильного механизма стимулирования предпринимательской деятельности.

Таковы основные направления современной государственной инвестиционной политики, которые должны конкретизироваться в соответствии со спецификой той или иной фазы экономического цикла.

Итак, активизация государственной инвестиционной политики — требование самой жизни. XXI век — это эпоха экономики знаний, наукоемких технологий. Политика экономического роста и ее ключевая составляющая — госинвестиции должны стать решающими инструментами реализации национального проекта модернизации и диверсификации экономики, что позволит кардинально изменить социально-экономическую ситуацию в стране и поднять на качественно новый уровень жизнь россиян.

В. В. Гордеев,
зав. кафедрой Российской Академии предпринимательства

Стратегия транснациональных корпораций в XXI веке

В 2005 г. известный американский журналист, обозреватель газеты «Нью-Йорк Таймс» Томас Фридман написал книгу «Плоский мир: краткая история XXI века». Эта книга посвящена глобальным изменениям, происходящим в мире ¹.

Задача книги — зафиксировать начало принципиально нового этапа в истории цивилизации. Речь, прежде всего, идет о тенденциях информационного, технологического и организационного характера. Эти тенденции, а вернее явления, связанные с ними влияют на мир таким образом, что делают его как бы линейным, плоским (the flat world). Он хорошо «просматривается насквозь» и идет в одном направлении. Понятно, что за термином «плоский мир» скрываются привычные понятия «постиндустриальный мир» и «информационное общество».

В таком «плоском мире» исчезают различия между странами и регионами. Все части мирового хозяйственного механизма начинают работать, как механизмы одной машины, задача которой — движение вперед. Современные информационные технологии дают возможность мгновенно связать всех со всеми, перевести любую производственную операцию или функцию из одного региона в другой. Изменяется даже работа на конвейере, поскольку он становится «всемирным».

Теперь не работник идет на предприятие, а предприятие идет туда, где есть достаточная концентрация нужных ему работников.

¹ См. T.Friedman. The World is Flat: a short story of XXI century. The New York Times Press, N.Y. 2005.

Главное заключается в том, что экономическая деятельность те-ряет временные и географические рамки и различия.

Этот «плоский мир» дает, в принципе, возможность конструировать его под определенные задачи.

Фридман определяет 10 факторов, которые делают мир плоским. Среди них — падение политических барьеров, кульминацией чего стало разрушение Берлинской стены; появление принципиально новых информационных технологий, которые сделали Всемирную паутину предельно простой в пользовании, то есть общедоступной; появление «движения открытого кода», благодаря которому информация стала очень дешевой, причем в большинстве случаев доступной просто даром (бесплатными или почти бесплатными становятся и сами сведения, и услуги по их доставке потребителю), а также резкое снижение стоимости программного обеспечения; доминирование сетевых структур или горизонтальных связей, над вертикальными; бурное распространение аутсорсинга, причем благодаря развитию информационных технологий вы можете воспользоваться услугами фирмы, находящейся практически в любом регионе мира, развитие офшоринга, решительный поворот к которому обозначился быстрым вхождением Китая в мирохозяйственные связи; развитие инсорсинга, под которым понимается новая форма горизонтального сотрудничества — появление логистических и коммуникационных компаний, обеспечивающих единство товаропотоков во всем мире и втягивающих мелкие компании в глобальную хозяйственную деятельность¹.

Именно в таких условиях, под давлением глобальных рынков и инноваций возникли новые корпоративные стратегии. Их основную суть можно выразить в следующем:

- на смену почти исключительному вниманию к издержкам производства пришел усиливающийся акцент на дифференциации посредством качества, дизайна и более тесных до- и послепродажных отношений;
- в целом ряде отраслей корпоративные преимущества и предсказуемое поведение компаний сменили непрерывная инновация и кооперационные соглашения между фирмами в поисках дополнительных активов, ускоренного вхождения на рынок и разделе риска;

¹ Гордеев В.В. *Мировая экономика и проблемы глобализации: учебное пособие*. М.: Высшая школа, 2008. С. 299–300.

- все больший акцент делается на улучшение и модернизацию своей информационной базы, создаются новые, широкие коммуникационные сети, связанные со сложной деловой инфраструктурой, которые позволяют достигать так называемых «синергетических эффектов» (synergetic effects)¹;
- изыскание более эффективных способов организации и управления активами, которыми ТНК располагают в различных странах;
- усиление комплексной интеграции на корпоративном уровне осуществляется в рамках разбивки «стоимостной цепочки» (cost chain) на отдельные функции — сборка, закупка, финансы, НИОКР и т.п. Причем их расположение планируется там, где они могут быть осуществлены наиболее эффективно для обеспечения общих потребностей ТНК как единого целого;
- возрастает поток технологий, навыков, финансов (роялти, дивиденды, внутрифирменные переводы и т.д.), а также товаров и услуг. Потоки товаров включают все более дифференцированную продукцию и осуществляются не только между материнской компанией и филиалами, но также и между филиалами. Строго говоря, разница между материнской компанией и филиалами начинает утрачивать значение по мере того, как отдельные звенья общей системы ТНК принимают на себя функции, четко определяемые как часть внутрикорпоративного разделения труда;
- компания в большей степени начинает выглядеть как сеть, а не как иерархическая структура, взаимодействуя с другими корпоративными сетями посредством множества связей, начиная от субпоставок и кончая лицензионными соглашениями консорциумов и т.п. Это приводит к тому, что порой весьма трудно определить четкие границы той или иной фирмы.

Сетевая система распространяется на внутрифирменную деятельность и на внешнюю деятельность компании представляет собой, в конечном счете, интегральную часть комплексных интеграционных стратегий, образуя при этом систему внутренней и внешней деятельности, требующей горизонтальных связей для обеспечения эффективной координации.

¹ Синергетический эффект — возрастание эффективности деятельности в результате интеграции, слияния отдельных частей в единую систему — за счет так называемого системного эффекта (эмерджентности).

Сегодня, пожалуй, самыми важными являются стратегии создания так называемых стратегических альянсов (strategic alliance). При этом часто происходит объединение больших и конкурирующих между собой в других областях фирм ради достижения определенных заранее намеченных целей. Явление это не новое, а вот рост их числа и то место, которое многие компании уделяют им в своей стратегии заслуживают внимания.

Формирование альянсов — это ответ бизнеса на новые требования внешней среды, давление технологических факторов, повышение роли человеческого интеллекта в системе производства, а также глобализацию мировой экономики.

Что собственно представляет собой стратегический альянс? Эта такая организационная форма экономической кооперации компаний, включая ТНК, которая подразумевает, что каждая из участвующих сторон непосредственно заинтересована в осуществлении такого взаимовыгодного сотрудничества, прежде всего для достижения своих целей, включая стратегические и выступает равным партнером, внося совершенно конкретный вклад в достижение коллективного результата, оставаясь при этом самостоятельной и независимой.

Начиная, приблизительно, с 2000 г. в развитии форм и механизмов стратегических альянсов отчетливо наметились две тенденции. Первая — рост количества и многообразие форм долговременных стратегических альянсов между фирмами разных отраслей и разных стран. Вторая — в корпоративной практике наблюдается тенденция переноса акцента с двусторонних партнерств на создание сетей с участием нескольких компаний¹.

Что является основными мотивами вступления компаний в альянсы? Их несколько, но все-таки главные это:

- задачи достижения определенной экономии, исходя из масштабов производства;
- снижение рисков при совместной деятельности;
- совместное использование их производственных мощностей или их части;
- снятие барьеров для доступа на рынки друг друга;
- обучение персонала или повышение его квалификации;
- совместное производство или разработка наиболее технически сложных изделий;

¹ См. например, The Economist. The new organization. A survey of the company. January 21st 2006.

- передача ноу-хау.

Этот последний пункт является наиболее «болезненным», поскольку никто не хочет расставаться со своим ноу-хау, но так как эта практика сегодня широко распространена, она также выступает в качестве мотива.

Относительно целей создания альянсов можно сказать, что их порядка десяти:

- 1) выход на глобальные рынки;
- 2) создание производства мирового класса;
- 3) установление глобальных стандартов;
- 4) борьба и предупреждение угроз в рамках конкуренции;
- 5) поиск путей для создания нового или глобального бизнеса;
- 6) интеграция технологии и рынков;
- 7) снижение проектных и технологических издержек;
- 8) снижение производственных и любых других (финансовых, например) затрат;
- 9) преодоление рыночных барьеров и региональных торговых блоков;
- 10) ускорение инновационных процессов и внедрение новых продуктов;

С точки зрения сферы деятельности стратегические альянсы делятся на три вида: 1) альянсы по реализации проектов НИОКР (научно-технические); 2) альянсы по организации совместного производства (производственные); и 3) альянсы по совместному освоению новых рынков (сбытовые).

Если компании объединяются на основе всех трех функций, тогда мы имеем так называемые комплексные или комбинированные альянсы.

В рамках перечисленного могут создаваться отраслевые и межотраслевые альянсы, национальные и международные, двусторонние и многосторонние.

Такие альянсы дают компаниям возможность компенсировать свои слабые стороны и создать конкурентные преимущества участников в деле реализации их стратегических целей. Стратегические альянсы, как привило, называют «мягкой формой кооперации» (soft form of cooperation) из-за того, что их основными чертами являются:

- договорные отношения, которые не предусматривают слияния капитала и освобождают компании от необходимости инвестировать средства на приобретение новых компаний;

- договорные обязательства, которые заменяют организационную структуру собственности, поскольку члены альянса остаются юридически самостоятельными.

Все вышесказанное отнюдь не означает, что стратегические альянсы являются неизбежными организационными единицами. Они часто распадаются по тем или иным причинам. К основным таким причинам можно отнести:

- отсутствие определения четких целей объединения;
- недостаточно высокий и скоординированный уровень управления таким альянсом или трудности в координации интересов участвующих сторон;
- недостаточный контроль за работой альянса;
- невыполнение одним из партнеров своих обязательств;
- ошибки или провалы в деятельности одного из участников альянса, наносящие непоправимый ущерб имиджу альянса в целом;
- утечка или опасность утечки информации через сотрудников фирмы партнера;
- не одинаковый подход партнеров к разработке и применению критериев оценки эффективности работы альянса и подведения результатов его финансовой деятельности;
- целенаправленная работа конкурентов на торможение или свертывание деятельности альянса.

Несмотря на вышеназванные причины развала стратегических альянсов, они в международном бизнесе, несомненно, усиливают многократно процессы концентрации и централизации капитала и производства и придают им гибкую форму, позволяющую крупнейшим компаниям наращивать мощь за счет согласия и объединения их усилий по развитию мировых рынков и удалению с них более мелких и слабых конкурентов.

Сегодня одной из важнейших глобальных стратегий ТНК являются корпоративные слияния и поглощения.

Явление это не новое, но в первом десятилетии XXI века приобрело весьма агрессивный характер. В целом можно говорить о шести волнах слияний и поглощений.

Последняя шестая волна — происходит в современный период, начавшись, приблизительно с 2000 г. Характерные черты — дальнейшая концентрация капитала, усиление политического фактора, попытки глобального объединения, вступление «в игру» российских компаний.

Что в сущности означает слияние (merger)? Это прежде всего добровольное объединение имущества и деятельности двух или более компаний с целью создания новой компании.

Что касается поглощений (acquisition), то само это слово подразумевает некую недружественность. Это и есть определенное принудительное слияние, когда одна компания приобретает другую, причем поглощаемая компания полностью ликвидируется, а поглощающая увеличивает за счет этого свои активы.

Мотивы слияния и поглощения компаний различны, но среди них достаточно легко выделить следующие:

- возрастание эффективности деятельности в результате объединения, интеграции, слияния отдельных частей в единую систему за счет так называемого системного эффекта, эмерджентности (см. ранее);
- повышение эффективности управления;
- желание руководителей компаний повысить свой политический вес;
- диверсификация, рассчитанная на расширение своей деятельности в других сферах и отраслях;
- наличие у той или иной компании налоговых льгот часто делает ее мишенью для покупки;
- финансовые мотивы (продать по частям с прибылью/покупка хорошо действующей компании иногда более выгодна, чем созданию новой);
- защита от иностранных конкурентов желающих проникнуть на рынок той или иной страны.

К этому следует добавить, что система слияний и поглощений в последнее время все больше пользуется негласной поддержкой со стороны правительств тех стран, компаний которых поглощают и присоединяют к себе компании других стран. Здесь, в условиях глобальной конкуренции, просматриваются не только экономический, но и политический фактор. Это тем более важно, если учесть, что объемы сделок по слияниям и поглощения имеют устойчивую тенденцию к росту. Больше всего слияний в современный период происходит в Европе. США в этом смысле проявляют определенный «консерватизм», поскольку напор европейских и азиатских компаний вызывает определенное беспокойство у американского бизнеса.

Эксперты находят два основных объяснения этим явлениям.

Первое — активные действия прошлых лет на рынке слияний и поглощений при избытке денежных средств вызвали появление ряда профессиональных команд специалистов по корпоративному управлению, которые заранее придумывают, разрабатывают, а затем осуществляют в интересах тех или иных компаний операции по слиянию и поглощению.

Второе — рост количества сделок по слиянию и поглощению и сумм, которые направляются на их реализацию, напрямую связан с общим ростом мировой экономики.

Ситуация со слияниями, поглощениями и экспансией ТНК резко изменилась с реальным выходом российских компаний на международные рынки. Конечно, руководители многих международных корпораций пока не рассматривают российский бизнес как серьезного конкурента (закрытые клубы неохотно пускают к себе «чужаков»), однако, ситуация скоро может измениться. Россия третья по объему инвестиций в зарубежные активы среди стран с переходной экономикой.

В 2000 г. объем прямых внешних инвестиций России едва достигал 20 млрд. долл. По подсчетам The Economist Intelligence Unit (EIU)¹ до 2010 г. российские компании вложат в покупку иностранных активов еще 52 млрд. долл. и из переходных экономик опережать Россию будут только Китай и Гонконг².

До недавнего времени российские компании стремились в основном в страны СНГ, теперь их ориентир — дальше зарубежье: Восточная и Западная Европа, Африка. Достаточно надежны покупки активов в энергетике, металлургическом и горнодобывающем секторе и инвестиции в химические, фармацевтические и биотехнологические производства.

Однако западных бизнесменов больше заботит экспансия китайских и индийских компаний.

Лидеры мирового бизнеса знают о российских компаниях весьма мало и считают их:

- непрозрачными;
- излишне политизированными;
- ненадежными;
- отсталыми в области качества, технологий, стандартов и т.д.;
- слабыми с точки зрения управления;
- не придерживающихся деловой этики.

Легко узнаются только «Аэрофлот», «Газпром» и «Лукойл», владеющий одной из крупнейших сетей заправок на территории США. Кстати говоря, по ту сторону Атлантики, уже существует крупная группа потребителей, которым интересны продукция и услуги российских ком-

паний. Речь идет о наших бывших соотечественниках. В США практически 6 миллионов, русскоговорящих жителей, покупательная способность которых превышает, по оценкам экспертов, 650 млрд. долл. в год. Это «наши» люди, во многом с тем же менталитетом, но являющиеся американскими потребителями в обычном смысле этого слова.

Маркетинговые исследования доказывают, что при прочих равных они предпочли бы продукцию российских компаний. По разным причинам: от ностальгии до гастрономических пристрастий.

Кроме того, практика показывает, что бизнес-проекты, изначально ориентированные на конкретную этническую группу в США, постепенно расширяют круг потребителей. Например, мексиканская кухня интересна не только latinos, но и другим американцам. А потенциальный спрос на все русское, по мнению экспертов, в США намного превышает предложение.

Конечно, американский рынок очень жесткий и подарков россиянам здесь делать никто не станет. Выходить на него можно только в том случае, если крепко стоишь на ногах.

И в этом смысле ситуация постепенно меняется. Российские компании активизируются на международных рынках. Например, компания «Северсталь», как представляется, избрала путь не внутренней, а внешней консолидации. На начало 2007 г. до 40% металла выплавляемого «Северсталью», производилось на ее иностранных предприятиях в США и Италии.

Ранее «Северсталь» приобрела 62% акций компаний Lucchini. Это дает российской компании хорошую базу в Западной Европе, а Lucchini получает необходимую ей финансовую поддержку.

Российская компания «Евраз Груп» купила в 2007 г. американскую сталелитейную компанию Oregon Steel, чем резко увеличила долю своих зарубежных активов и приобрела 98,96% акций чешского производителя тонколистовой стали Vitkovice Steel. Иностранные активы имеют также хорошо известные в России компании «Мечел» и Новолипецкий металлургический комбинат (НЛМК).

Компания «Базовый элемент», в свою очередь, купила у правительства Сербии 65-процентный пакет комбината по производству алюминия в Подгорице.

В этой ситуации неприложным является факт того, что экономический рост 2000-х годов привел к активизации зарубежной экспансии российских компаний. По суммарному показателю выведенных прямых инвестиций (ПИИ), по оценкам экспертов, Россия вышла на третье место в мире после Гонконга и Британских Виргинских островов.

¹ Подразделение группы компаний Economist. Более 50 лет предоставляет информационные и консалтинговые услуги.

² The Russians are Coming. The Economist Intelligence Unit in cooperation with RUSAL Company, London, October 2006.

Хотя нарождающиеся и существующие российские ТНК действуют достаточно агрессивно, их присутствие на международном рынке слияний и поглощений пока незначительно. Доля России в современных трансграничных слияниях и поглощениях по разным оценкам составляет 1% или чуть более того. Это меньше удельного веса России в мировом ВВП и мировом экспорте.

В силу того, что в нашей экономике преобладает на сегодняшний день топливно-сырьевой комплекс, структура зарубежной экспансии российского капитала также носит в целом сырьевой характер.

Что же двигает российскими компаниями в их стремлении к зарубежным инвестициям? Можно назвать несколько определяющих факторов:

- расширение сырьевой базы;
- получение новых рынков сбыта;
- преодоление тарифных и нетарифных барьеров в региональных интеграционных группировках;
- снижение издержек производства и получение дополнительных конкурентных преимуществ как на внутреннем рынке, так и при экспорте в третьи страны;
- диверсификация своей деятельности.

Другим важным мотивом экспансии является создание так называемых сбытовых цепочек (sale, market chains) оптимально приближенным к конечному потреблению и рассчитывающих на большую, чем при оптовых поставках торговую маржу (trade margin).

Не так часто, но, тем не менее, активы приобретают для дальнейшей продажи. Кроме того, иностранные активы могут быть приобретены ради более выгодного проведения IPO (Initial Public Offering) — первичная публичная продажа акций) головной компанией на западных рынках. Делается это с целью создания так называемых прозрачных зарубежных активов, что, как правило, увеличивает привлекательность данной компании для иностранных инвесторов.

Все эти положительные моменты, однако, не могут заслонить тот факт, что выходу российских компаний на международные рынки оказывается активное экономическое и политическое сопротивление. Например, только за последние три года ведущим российским корпорациям под различными предложениями помешали заключить сделки за рубежом на сумму приблизительно в 50 млрд. долл. ежегодно.

Что касается зарубежных ТНК, то они также проявляют интерес к российскому рынку и российским успешным компаниям. Но здесь есть одна особенность: российское государство неохотно расстается

со «своими» компаниями. Поэтому зарубежный бизнес разработал две основные стратегии работы на российском рынке. Первая - покупка блокирующего пакета акций той или иной компании или покупка компании целиком и инвестирование. Вторая - инвестирование в перспективные отрасли и предприятия и потребительское кредитование, создание предпосылок для открытия банков.

Первым путем идет, например, глобальная компания Unilever, работающая в России с 1992 г. Имеет на российской территории четыре предприятия в области химии, косметики и пищевых продуктов. Общий объем инвестиций Unilever в российскую экономику составляет более 600 млн. долларов. Компания уже экспортирует 20% производимых в России чистящих средств по всему миру. В ближайшие пять лет Unilever планирует вложить в расширение производственной базы в России от 35 до 100 млн. евро.

Вторым путем идет корпорация GE (General Electric)¹, проводящая на российском рынке так называемую сбалансированную стратегию. У компании в России два приоритета: энергетика и потребительское кредитование, т.е. помимо производства энергетического оборудования GE создала в России банк — GE-Money Bank.

Подводя некоторые итоги вышесказанному, необходимо отметить, что процессы слияний, поглощений или экспансии в целом позволяют компаниям ускорить процесс формирования инвестиционных портфелей активов, первыми получить доступ к новейшим научно-техническим достижениям, внедриться в новые отрасли, а следовательно быть конкурентоспособными. При этом надо иметь в виду, что достаточно часто сделки слияний и поглощений осуществляются в ответ на действия конкурентов или в ожидании таких действий.

Значительное внимание в современной стратегии ТНК уделяется непосредственному участию в деле повышения конкурентоспособности страны через участие, финансирование и продвижение НИ-ОКР (R&D).

Почему сегодня так важна именно эта часть общей стратегии ТНК? Дело в том, что мировая конкуренция, к сожалению, становится конкуренцией между цивилизациями, участники которой не только преследуют разные цели разными методами, но и не в состоянии принять ценности, цели и методы друг друга. Финансово-технологическая экспансия Запада, этническая — Китая и социально-религиозная —

¹ Общий штат сотрудников GE превышает 300 тыс. человек в более чем 100 странах мира.

ислама не просто развертываются в разных плоскостях, они просто не принимают друг друга как чуждые явления, враждебные в силу не борьбы за влияние, а в силу самого образа жизни.

Вот почему в сегодняшней конкурентоспособности стран слились воедино экономические, политические и идеологические факторы. На этом фоне обладание технологическими преимуществами является большим плюсом для страны.

Инновации и просто абстрактные идеи, то, что мы называем сегодня интеллектуальной собственностью, действительно превратились в основную ценность в экономике. Это то, что не требует природных ресурсов и связано лишь с усилиями человека. Куда сегодня инвесторы вкладывают деньги – в нефть или информационные технологии или и в то и в другое сразу, по сути, зависит от одного показателя – доходности предприятия (profitability of an enterprise). Такая стратегия порождает явление, которое в целом называется высокой эффективностью экономики. А уже в рамках этой эффективности в некоторых ведущих в экономическом плане странах, в первую очередь в США, появляются теории изменения «экономического ландшафта» (economic landscape changing) и «доступа к совершенству» (access to excellence).

Изменение «экономического ландшафта» заключается в том, что если что-то старое можно быстро заменить на новое и более совершенное, это обязательно надо сделать в первую очередь. В этом смысле, кстати говоря, показателен пример России и особенно Москвы, в частности, в области строительства.

Что касается «доступа к совершенству», то здесь речь идет о возможности каждого человека посредством повышения технологий приобщиться к уникальным ресурсам.

В принципе, оба этих направления должны сыграть положительную роль в борьбе любой страны за свою конкурентоспособность.

Современное развитие международного разделения труда привело к специализации стран на мировом рынке в зависимости от степени конкурентоспособности той или иной отрасли. В результате размеры многих современных отраслей, в том числе электроники, автомобилестроения, программного обеспечения не умещаются в масштабах государственных границ отдельных стран. Речь идет о формировании «глобальной производственной системы» (global factory). Участие в ней той или иной страны определяется возможностью обеспечить международные стандарты качества, существование транспортных и информационных систем, корпоративного управления. Наибольшие преимущества в global factory имеют страны, предлагающие

научно-технические новинки в форме патентов, лицензий и других интеллектуальных активов. Поэтому «стратегия участия» ТНК в НИ-ОКР имеет 100% обоснование.

В начале XXI века, несмотря на кризисные явления первых лет, в основных наукоемких отраслях работа по созданию новшеств не только не приостановилась, но в целом даже расширилась. Крупнейшие корпорации мира, как правило, входят в число лидеров по затратам на научные исследования (табл. 1). Наиболее крупные научные и инновационные проекты осуществляют фармацевтические, автомобилестроительные и информационно-компьютерные компании. Наукоемкие компании четвертого и пятого технологических укладов доминируют в современной отраслевой структуре рыночной капитализации мировой экономики (по данным о 500 крупнейших компаниях). Несмотря на бурный рост капитализации компаний энергетики, они существенно уступают компаниям передового края инновационного развития.

Таблица 1

Расходы на НИОКР 20 крупнейших компаний мира, млрд. долл.

	Компания	Страна	Специализация	2006 г.	2007 г.	2008 г.*
1	Toyota Motor	Япония	авто	7,9	8,3	8,8
2	Pfizer, Inc	США	фарма	7,6	7,3	6,9
3	Ford Motor	США	авто	7,2	7,1	6,6
4	Microsoft	США	ИКТ	6,9	7,4	8,0
5	GlaxoSmithKline	Англия	фарма	6,6	7,1	7,6
6	General Mot-s	США	авто	6,5-	6,4	6,8
7	Siemens AG	Германия	Станки	6,4	6,7	6,9
8	Volkswagen	Германия	авто	6,1	6,4	6,8
9	Intel Corp	США	ИКТ	5,9	6,3	6,8
10	Sanofi-Aventis	Франция	фарма	5,8	6,3	6,8
11	IBM Corp	США	ИКТ	5,7	5,9	6,0
12	Novartis	Швейцария	фарма	5,5	5,9	6,4
13	Matsushita Electr.	Япония	станки	5,4	5,6	5,8
14	Nokia Corp	Финляндия	ИКТ	5,1	5,7	6,4
15	Jonson@Jonson	США	фарма	5,0	5,5	6,1
16	Roche Holdings	Швейцария	фарма	5,0	5,3	5,7
17	Merk@Co	США	фарма	4,8	5,1	5,4
18	Honda Motor	Япония	Авто	4,8	5,0	5,1
19	Nissan	Япония	Авто	4,7	5Д	5,5
20	Cisco	США	ИКТ	4,3	4,6	5,0

Source: R@D Magazine, Battelle, September, 2007, P/G/ 16.

* Прогноз.

Ускорение инновационных процессов в мировой экономике, появление новых направлений, новые страны-лидеры, рост экономического значения новых технологий, все это способствует расширению и углублению стратегической деятельности ТНК в области НИОКР.

И последнее, о чем хотелось бы упомянуть в данной статье — это особенности стратегии XXI века американских и европейских ТНК.

По масштабам накопленных капиталов за рубежом сегодня трудно кому-либо сравниться с США.

Поскольку прямые иностранные инвестиции (ПИИ) служат определенной базой для возникновения глобального производства (global production), которое объединяет экономику США с экономиками других стран, то можно сделать предположение, что стратегия прямого иностранного инвестирования направлена, в том числе, и на поддержку дающей время от времени сбой американской экономики за счет экономик других стран.

Учитывая тот факт, что ПИИ привели к созданию сети международного производства, которая, в свою очередь, сформировала новое экономическое пространство, в экономической литературе появился термин «вторая экономика» (the second economy) отличительной чертой предприятий которой стал высокий уровень научной, информационной, организационной и технологической вооруженности. Это, однако, не означает, что американские ТНК действуют сегодня в условиях отсутствия конкуренции. Скорее наоборот — она возрастает, охватывая все новые и новые рынки. Это и рынки товаров и услуг, и рынки капиталов, и новых технологий, и высококвалифицированной рабочей силы. Конкурентная борьба особо обострилась в XXI в. на двух последних рынках.

В современных условиях, учитывая глобализационные процессы, американские ТНК ставят своей основной целью максимизацию рынков, что в конечном счете должно привести к росту прибыли.

Стратегия, которую американские ТНК используют сегодня для достижения этой цели абсолютно дифференцирована, поскольку некоторые зарубежные страны могут быть легко интегрированы в глобальную производственную систему, другие сложнее, а третьи — сопротивляются этой интеграции. Здесь многое зависит от политического ориентирования страны, от географического положения, от политики в области иностранных инвестиций, от объема внешнеэкономических связей, от уровня развития инфраструктуры и, наконец, от степени инвестиционных рисков.

Дифференцированная стратегия предполагает как глубокую интеграцию (deep integration), так и поверхностную (superficial/shallow integration). Однако либерализация международной политики в области инвестиций, внешней торговли и информационных технологий привела к тому, что сегодня американским ТНК с экономической точки зрения становится более выгодным выводить практически любые производства за рубеж, принимая при этом во внимание такие параметры как эффективность производства, степень контроля над ним, и что не менее важно, лояльное отношение к американской ТНК в той или иной стране.

К этому следует добавить, что американские стратеги в области деятельности ТНК все большие приходят к выводу о том, что необходимо проводить именно глубокую интеграцию, поскольку поверхностная в современных условиях хозяйствования далеко не гарантирует победу в конкурентной борьбе.

Сегодня инвестиционная деятельность США, политика американских ТНК претерпевает серьезные изменения. Это связано со многими факторами, как экономическими, так и политическими. К экономическим можно отнести создание единого рынка Европейского союза, активное включение в процессы инвестирования и деятельности в рамках мирового хозяйства новых промышленных стран, появление на постсоветском и постсоциалистическом пространстве новых сфер для вложения капитала, научно-технический прогресс, обостряющаяся конкуренция с одной стороны и либерализация мировых экономических процессов с другой.

Что же касается политических факторов, то здесь главенствующую роль играет пошатнувшийся имидж США из-за войны в Ираке, из-за политического нажима на своих союзников с целью достижения некоторых экономических целей, достаточная агрессивность США на международной арене в целом. И, наконец, все возрастающая нетерпимость США к несогласию с американской политикой. Видимо эта тенденция долговременная и независящая от того, кто будет у власти в США — республиканцы или демократы. Главное состоит в том, что американцы хорошо понимают, что образовавшаяся после развала СССР пустота, в первом десятилетии XXI века достаточно быстро заполняется тем, что можно назвать второй, третьей, а может быть и четвертой силой. США пока впереди, но сознают, что время больше не работает на них так, как раньше.

Поэтому не случайно в рамках глобализации бизнеса американские ТНК проявляют все больший интерес к так называемым средне-развитым странам Западной Европы, таким как Ирландия, Испания и Португалия. Цель этого интереса — развитие в этих странах международного производства. Чем они привлекательны для американских ТНК? Во-первых, в этих странах развита инфраструктура, а это сегодня серьезный приоритет, достаточный процент квалифицированной рабочей силы, либеральная внешнеэкономическая политика. И, во-вторых, что, по сути, может оказаться главным — беспопытный доступ на рынки других стран ЕС через названных членов этого экономического союза.

Приблизительно по такой же схеме, американские ТНК действуют в Латинской Америке (через НАФТА) и Юго-Восточной Азии (через АСЕАН).

Приоритетным направлением стало укрепление американского капитала через деятельность ТНК в электронной промышленности развивающихся стран. Это хорошо «проходящая» стратегия, поскольку дает этим странам значительные инвестиции и создает большое количество дополнительных рабочих мест. Кроме того, происходит повышение квалификации местной рабочей силы, которая пока не требует высоких зарплат, но всегда готова принять участие в новых проектах.

Сегодня основная масса американских ТНК успешно использует тактику «выкачивания знаний» широко привлекая к разработке и освоению передовых технологий свои зарубежные филиалы. В этой тактике нет ничего необычного. Сегодня во многих странах есть много подготовленных кадров, не уступающих американским, но хорошо работающих за меньшую плату. Главное, что из этого вытекает, это факт того, что, опираясь на огромные собственные достижения науки и техники, на международную сеть производственных филиалов, американские ТНК сосредоточили в своих руках основные каналы международной передачи технологий.

Традиционной сферой приложения капитала американских ТНК всегда были развитые страны. В начале XXI в. тенденция несколько изменилась и доля развитых стран снизилась, хотя они по-прежнему остаются основой сферой приложения ПИИ США.

Сегодня к основным странам — получателям американских инвестиций можно отнести Великобританию, Канаду, Нидерланды, Швейцарию и Японию. Естественно, размер инвестиций различен, но находится в параметрах от 70 млрд. до 280 млрд. долл.

Концентрация американского капитала в странах ОЭСР¹ объясняется не только историческими связями, благоприятным инвестиционным режимом, большой емкостью и перспективами роста рынка, высоким жизненным уровнем населения, особенностями рынка труда. Большое значение для американских инвесторов имеет наличие в этих странах ряда специфических преимуществ, в частности развитой инфраструктуры, широкой маркетинговой сети, а также такие факторы, как лояльное отношение к росту капитала физических и юридических лиц, предпринимательская этика, активная инновационная деятельность и пр. Совокупность всех этих факторов и условий объясняет интерес американских инвесторов к деятельности в развитых странах.

Одновременно с этим в последнее время все яснее проявляется тенденция концентрации американских инвестиций в небольшое число наиболее развитых стран Третьего мира. Это в первую очередь относится к Бермудским островам, Сингапуру, Мексике, Сянгану и Бразилии. Параметры инвестиций — от 32 млрд. до 70 млрд. долл.

Что касается стран с переходной экономикой, то американские инвестиции достаются в основном небольшой группе государств — России, Польше, Венгрии, Казахстану.

При этом надо иметь в виду, что на этом пространстве американские ТНК сталкиваются с европейскими, которые рассматривают эти регионы как «свои». Кроме того, американцы более «чувствительны» к таким стереотипам, как отсутствие в большинстве стран с переходной экономикой благоприятного инвестиционного климата, нестабильность экономического положения, устаревший производственный аппарат, отсутствие нормальной законодательной базы.

Кончилось время американских инвестиций в сырьевые отрасли и обрабатывающую промышленность. Сегодня цель инвестиций — сфера услуг, причем понимаемая довольно широко.

Наряду с созданием зарубежных филиалов американские корпорации широко применяют неакционерные формы международного сотрудничества. Это лицензионные соглашения, которые дают возможность ТНК участвовать в делах зарубежных компаний и получать прибыли за пользование патентами и лицензиями: соглашения об управлении, по которым ТНК организуют управление и техническое обслуживание зарубежных компаний в обмен за плату и долю в капитале; международная субконтракция, когда ТНК заключают суб-

¹ ОЭСР — Организация экономического сотрудничества и развития. Создана в 1961 г.

контракты с иностранными компаниями на выполнение особых работ или поставку отдельных товаров; соглашения типа франчайзинг; договоры траста и др. При этом различные формы зарубежной деятельности заменяют или дополняют друг друга в зависимости от стратегии конкретной ТНК.

Активную роль играют американские ТНК и в процессе слияний.

Основными мотивами американских ТНК к процессам слияний и поглощений являются абсолютно традиционные, о которых мы уже упоминали.

Огромную роль в современной волне слияний и поглощений играет нарастающий процесс глобализации, который по мнению некоторых специалистов и инициируется американскими ТНК, особенно на отдельных участках экономической деятельности. Если это так, тогда глобализация также объясняет и волну слияний в банковской сфере. Очевидно, что эти тенденции будут действовать и дальше, поэтому спада волны поглощений и слияний ждать не приходится.

Что касается создания стратегических альянсов, то американские ТНК практикуют их как с зарубежными, так и с американскими компаниями, причем предпочтение пока отдается компаниям, работающим в сходных или одинаковых отраслях.

В большинстве случаев стратегические альянсы между ТНК являются долгосрочными и охватывают различные стадии всего производственного цикла — от научных разработок до совместного производства и сбыта. При этом главные выгоды американских компаний от слияния в промышленности связаны с экономией на дорогостоящих работах по созданию новых видов продукции, а также на капиталовложениях в новую технологию. Дополнительная экономия получается от сокращения административных расходов на содержание управленческого аппарата. Меньшее значение имеет экономия на масштабах производства (снижение текущих издержек производства), хотя и она существенна.

Многие эксперты полагают, что в ближайшее время вряд ли произойдет серьезное «вытеснение» американских корпораций из известного списка «500». Несмотря на проблемы доллара, долги, серьезные колебания американской экономики в течение ряда лет, надо иметь в виду, что интеграция ведущих американских корпораций в мировую экономику слишком велика. К этому следует добавить, что пожалуй, корпорации любой другой страны не вовлечены в политические процессы в той мере, в которой вовлечены американские. Часто они выступают проводниками американской внешней политики.

В целом, в условиях изменений в национальной и мировой экономике, вносящих коррективы в тактику и стратегию американских ТНК при одновременной активизации их зарубежной деятельности, надо сказать, что и то и другое отличает определенная гибкость. Этой гибкости американские компании частично научились у китайцев, когда те начали наступление на американский рынок. Она же превращает американские компании в глобальные хозяйствующие субъекты, которые рассматривают мировое хозяйство прежде всего как сферу приложения своего капитала.

В отличие от американских, европейские ТНК уделяют значительное внимание странам Центрально-Восточной Европы и СНГ.

Современная стратегия европейских ТНК выражается тактикой «трех шагов».

Первый шаг, это общее присутствие, т.е. наличие офиса, представительства, может быть совместного предприятия, филиала и т.д. Это, по сути, «прощупывание почвы».

Второй шаг характерен созданием и запуском любого производства, не факт что материального. Это «рабочая стадия», на которой ТНК начинает «осознавать» себя в окружающей среде.

И, наконец, третий шаг — проведение в стране пребывания НИ-ОКР, что означает признание компаний научно-технического потенциала страны и ее кадрового состава. Это особенно важно, если цель ТНК — высокие технологии и новейшие отрасли.

Естественно, что наибольшая активность европейских ТНК наблюдается на территории бывших социалистических стран и республик СССР, принятых в Европейский Союз. Во-первых, это немалые рынки, а во-вторых, достаточно квалифицированные кадры, пока готовые получать зарплату и бонусы ниже среднеевропейского уровня.

Некоторой отличительной чертой современных европейских ТНК является также большая их ориентация на производство, а не сферу услуг.

Говоря в целом надо отметить, что европейские ТНК все еще отстают от американских и по объему производства, и по направлениям деятельности, и по размеру прибыли.

Современный период в истории мировой экономики изобилует рядом особенностей. К числу одной из таких особенностей можно отнести доминирующую роль в мировой экономике транснациональных корпораций (ТНК), имеющих активы и ведущих производственную, торговую, финансовую или другую коммерческую деятельность в разных странах и на мировом рынке.

Образование и рост ТНК — результат интернационализации экономики и развития мирового рынка. Конкуренция, стремление преодолеть таможенные и другие барьеры на мировом рынке подталкивают корпорации к созданию филиалов и дочерних предприятий в других странах, к приобретению активов зарубежных компаний, межстрановым слияниям и т.д. Вполне естественно стремление любой фирмы, поставляющей товары на мировой рынок, иметь за рубежом дистрибьюторскую сеть, систему сервисного сопровождения своей продукции, а во многих случаях — ее сборки и изготовления.

Транснационализация капитала становится характерной чертой институционального развития всей современной экономики. Она охватывает прежде всего сферу крупного бизнеса, но касается деятельности средних и даже небольших компаний.

Конечно же, доминирующая роль принадлежит крупным и крупнейшим ТНК. При этом весьма характерно усиление их включенности в глобализационные процессы. Оно выражается в повышении отношения зарубежных активов ТНК, зарубежных продаж и численности работников за границей к их общей величине и численности.

Часть II. ОТРАСЛЕВОЙ СЕКТОР КАК ОСНОВА ЭКОНОМИКИ РОССИИ

В. В. Бандурин,
доктор экономических наук

Д. С. Ушаков,
кандидат экономических наук

Интеллектуальная собственность, инновационная экономика и предпринимательство

Одним из основных инструментов сохранения лидерства развитых стран в технологическом прогрессе является защита интеллектуальной собственности. Этот инструмент безусловно действенный, однако в инновационной экономике представляется все менее и менее достижимым и даже нецелесообразным.

В соответствии с общепринятой терминологией интеллектуальная собственность означает творения человеческого разума: изобретения, литературные и художественные произведения, символику, названия, изображения и образцы, используемые в торговле. При этом интеллектуальная собственность, как правило, подразделяется на две основные категории: промышленная собственность, которая включает изобретения (патенты), товарные знаки, промышленные образцы и географические указания источника происхождения, и авторское право, включающее литературные и художественные произведения, произведения изобразительного искусства, а также архитектурные сооружения.

Промышленная собственность

1. Патент представляет собой исключительное право, предоставленное на изобретение, которое может быть продуктом или способом, позволяющим сделать что-либо по-новому или предлагающим новое техническое решение задачи. Патент дает своему владельцу охрану на изобретение, предоставляемую на ограниченный срок, как правило, составляющий 20 лет.

Патентная охрана означает, что изобретение не может быть изготовлено, использовано, распространено или продано в коммерческих масштабах без согласия патентовладельца. Все патентовладельцы в обмен на предоставление патентной охраны обязаны публично раскрывать информацию об их изобретениях для того, чтобы обогатить общую мировую сокровищницу технических знаний.

2. Под товарным знаком понимается отличительное обозначение, идентифицирующее определенные товары или услуги, производимые или предоставляемые конкретным лицом или предприятием. Система помогает потребителям идентифицировать товар, приобретать изделия или услуги, происхождение и качество которых, удостоверяемые отличительным товарным знаком, наилучшим образом отвечают их потребностям.

3. Под промышленным образцом понимается оформительский или эстетический аспект изделия.

4. Географическое указание — это обозначение, используемое на товарах, которые имеют конкретное географическое происхождение и обладают качествами или репутацией, определяемыми местом происхождения. Чаще всего географическое указание состоит из названия места происхождения товаров. Вопрос о том, действует ли какой-либо знак в качестве географического указания, относится к компетенции национального законодательства и восприятия потребителя.

Авторское право — это юридический термин, обозначающий права, предоставляемые авторам литературных и художественных произведений. Непосредственным авторам произведений, охраняемых авторским правом, а также их наследникам предоставляются определенные базовые права. Они являются владельцами исключительного права на использование произведения либо на предоставление права на использование произведения другим лицам на согласованных условиях.

Срок охраны этих имущественных прав, по условиям соответствующих договоров ВОИС, ограничен сроком в 50 лет после смерти автора. Национальным законодательством могут быть предусмотрены более длительные сроки, предоставляющие авторам и их наследникам возможность получать экономическую выгоду в течение разумного периода времени. В рамках авторского права также предусмотрена охрана личных неимущественных прав, в частности, права требовать признания авторства, а также права не допускать внесения в произведение изменений, которые могут нанести ущерб репутации автора.

Нет сомнений в том, что наличие всемирно признанного автора и глобальных патентов на технологические новинки и изобретения явля-

ется залогом лидерства в масштабах планеты как конкретной компании, так и страны, которой данная компания принадлежит. С другой стороны, сам международный рынок информационных технологий, появление которого стало логичным продолжением научно-технического прогресса, сама инфраструктура информатизации, направленная на обеспечение доступа к информационным ресурсам миллионов человек из различных государств мира, делают невозможным не только защиту прав интеллектуальной собственности, но и даже установление этого авторства.

Причины: сокращение асимметричности рынка информационных технологий; отсутствие преград в получении доступа к передовым ресурсам для огромного количества жителей планеты. Если в XIX веке было возможным совершение абсолютно одинаковых открытий различными учеными в различных регионах мира, при этом в силу информационной изоляции их друг от друга даже вопрос о возможном информационном сотрудничестве, как и банальном плагиате не ставился (так появились, например, законы Менделеева-Клайперона, Джоуля-Ленца и так далее), то в конце XX столетия определить новатора, а, следовательно, правомерность защиты его интеллектуальной собственности стало практически невозможно.

Инфраструктура глобальной информатизации по сути свела на нет само понятие авторства. Человек, который просто делится своими знаниями на сайте в Интернете, понимает, что в будущем он никогда не сможет ни доказать собственную принадлежность к высказанным соображениям, ни тем более — легитимность своих требований на признание права интеллектуальной собственности. Поделившись информацией, ее автор практически полностью утерел собственную связь с ней, отдал производственный ресурс в чужое пользование и распоряжение, причем на ничем не узаконенной основе.

Преградой для защиты интеллектуальной собственности стали также даваемые технологиями возможности для многократного и нерегулируемого скачивания и копирования в том числе и с целью дальнейшей модернизации и использования в последующих НИОКР полученной информации и знаний.

Не меньшим препятствием является также и то, что рынок информационных технологий давно перестал быть национальным и, следовательно, регулироваться национальной системой права. Правовая инфраструктура международной передачи информации в отличие от инфраструктуры информатизации развивается гораздо медленнее.

На карте мира все еще присутствуют полностью информатизированные и подключенные к глобальному информационному ресурсу страны, в национальной правовой системе которых практически полностью отсутствуют нормы, касающиеся защиты интеллектуальной собственности. Возникает весьма странная ситуация, в которой компании вынуждены углублять глобальные технологии передачи информации (ради достижения высоких финансовых показателей), одновременно с пониманием того, что защита этих самых технологий, их интеллектуальной собственности полностью отсутствует или развита в меньшей степени.

Асимметричность глобальных инфраструктур — технологичной и правовой — оказывает первоочередное воздействие на динамику мировой экономики, которая с каждым годом все сильнее зависит от информационной обеспеченности производственного процесса. В мире появляются несколько типов стран, различающихся по степени выраженности этой асимметричности (табл. 1).

Таблица 1

Типы стран в зависимости от степени асимметричности развития технологической и правовой инфраструктур

Уровень развития информационных технологий	Уровень защиты интеллектуальной собственности	
	Высокий	Низкий
Высокий	1 тип: США, Западная Европа, Япония	3 тип: Китай, Индия, Россия, Малайзия
Низкий	2 тип: Восточная Европа, Канада	4 тип: Развивающиеся страны

В странах первого типа сформированы отличные условия для дальнейшего прогресса информационных технологий — наличие высоко-развитой технологической платформы для НИОКР, равно как и отлаженные, максимально эффективные (в сравнении с другими странами) инструменты для защиты интеллектуальной собственности. В условиях стран первого типа углубление информатизации — обязательное условие дальнейшего прогресса, но с каждым годом этот процесс становится все более дорогостоящим. Наличие эффективных механизмов защиты права изобретателя, во-первых, ограничивает возможности для скорейшего распространения новой технологии, увеличивает стоимость новинки, лишает внедряющие корпорации перспектив скорейшего получения экономической отдачи в виде эффекта масштаба.

Во-вторых, существенно увеличивается доход автора, а следовательно, стоимость квалифицированной рабочей силы. При этом доходы изобретателя сохраняются на весьма высоком уровне даже спустя годы после внедрения в производственный процесс его творений. Автор может также налагать запрет на усовершенствование собственной технологии от имени других ученых или компаний, чем искусственно затягивать темпы технологического прогресса и инноваций, для которого важна преемственность.

Следовательно, развитие технологической инфраструктуры может конфликтовать с правовой защищенностью самих изобретателей. С одной стороны, жестко регламентированное право интеллектуальной собственности стимулирует НИОКР, гарантируя авторам получение интеллектуальной ренты, а с другой — способно вызвать замедление темпов инновационного развития, превратить прогресс в погоню за грантами и интеллектуальной рентой, нарушить логику поступательного развития науки и технологий, извратить цели научно-технического прогресса от стремлений к прорывным инновациям к перманентному усовершенствованию растиражированных, широко известных, и следовательно, прибыльных.

Страны третьего типа отличаются весьма высоким уровнем развития технологической платформы, но практически лишены развитых институтов правовой защиты интеллектуальной собственности. В таких условиях, казалось бы, инновационный рост невозможен. В подтверждение чего можно привести слова Билла Гейтса, «чтобы двигать инновационный процесс нужен капитализм. И если движение говорит, что инновации не заслуживают экономического поощрения, — это идет вразрез с вектором глобального развития»¹. Однако, с другой стороны, в условиях таких государств существуют возможности использования разработок и технологий авторов из других стран, инфраструктура для чего уже создана и весьма эффективно функционирует.

И вот тут у квалифицированного населения стран третьего типа возникает новый мотив, толкающий его к тому, чтобы модернизировать технологический продукт, импортированный из передовых держав, разрабатывать принципиально новый вид технологий, даже не рассчитывая в дальнейшем на какое то экономическое поощрение и компенсацию затраченного умственного ресурса. Выше приведенные особенности развития информационной сферы в государствах раз-

¹ Фридман Т. Плоский мир. М.: АСТ, 2005. С. 132.

личных типов позволяют объяснить данный «не экономический» мотив поведения, прежде всего, жителей стран третьего типа.

Квалифицированные кадры из этих государств, имеющие уровень подготовки, не уступающий аналогичным показателям развитых государств, но при этом не имеющие возможностей трудоустройства в технологических компаниях ни национальные, ни иностранные, обладающие амбициями, не позволяющими им искать место в жизни, работая в нетехнологических, а следовательно, в низкодоходных сферах, толкают выпускников индийских, китайских и российских вузов в Интернет, который в силу своего глобального значения, общепланетарной распространенности пока еще дает возможности для получения сравнительно высокого дохода, основывающегося на высокой квалификации, знаниях и в целом недорогой технической инфраструктуре в виде общающегося с мировой сетью компьютера.

С точки зрения предпринимательства, самый доходный вид работы в Сети связан с перманентным совершенствованием существующего программного обеспечения, поиском ключей к запатентованным программам, мониторингом мирового технологического прогресса, продвижением информационных и развлекательных порталов, высокая посещаемость которых со стороны глобального пользователя увеличивает в тысячи раз его стоимость как носителя рекламы и прочей коммерческой информации. Возможность заработать в Интернете напрямую связывается уже не с патентами на изобретения, а с возможностью привлечь миллионы пользователей на свой сайт или сервер.

Популярные Интернет-страницы приносят большой доход, получаемый, прежде всего, с владельцев других Интернет-ресурсов, желающих быть представленными на данных сайтах. Причем этот доход максимально защищен, в отличие от становящегося все более мифическим (особенно в условиях стран третьего типа) институтом защиты права интеллектуальной собственности.

Разработчику уникальной программы, до которой еще «не доросли» лидеры глобальной информатизации, гораздо выгоднее разместить эту новинку на собственном сайте в бесплатном (или за символическую плату) доступе, чем бежать в ближайшее патентное бюро и пытаться пройти длительную процедуру узаконивания права интеллектуальной собственности. Так бюрократизм и высокая стоимость этой процедуры, например в России, может привести к тому, что к ее окончанию изобретение будет либо кем-то уже повторено, либо просто потеряет свою актуальность.

Если разработанная программа действительно станет конкурентной и на нее появится глобальный спрос, то уже спустя несколько дней, сайт автора превратится в посещаемый Интернет-ресурс, стоимость рекламной площади на котором вырастет в десятки и сотни раз, дав его владельцу необходимый доход, быть может, даже более высокий, чем в случае использования права интеллектуальной собственности.

Эта тенденция, связанная с наличием у информационного продукта некой «мета-стоимости», основанной не столько на реальной потребительской ценности продукта, сколько на его возможности привлекать внимание пользователей, формировать устойчивое лояльное отношение, в целом соответствует известным новым концепциям продукта, и способна существенным образом трансформировать традиционные рыночные отношения вокруг производственного процесса.

Производство в инновационной экономике предполагает в основном бесплатное пользование так называемым информационным сырьем, то есть результатами чужих НИОКР, с дальнейшим бесплатным распространением готового продукта среди всех заинтересованных пользователей. При этом производственный процесс представляет собой огромное количество «мозговых» узлов, терминалов, подключенных к одним и тем же информационным ресурсам.

Эти информационные ресурсы являются сферой предпринимательской жизнедеятельности разработчиков — в них черпается необходимое для НИОКР сырье, посредством их налаживаются внутренние взаимодействия (процесс информационного производства), в них выкладывается готовый продукт, через них происходит доведение готового продукта до конечного пользователя либо дальнейшего модернизатора. Виртуальная среда деятельности компании — разработчика информационного продукта отличается более высокой степенью привлекательности, чем реальная. В ней нет высоких входных барьеров, она практически не регулируется со стороны государства, в ней возможны любые, даже запрещенные законом преграды от конкурентного вмешательства, в ней возможно установить индивидуальные коммуникации с каждым потребителем или поставщиком.

Но возникает другой вопрос. Если разработчик продукта практически бесплатно пользуется результатами чужих НИОКР, сам бесплатно обменивается готовым продуктом, то не прав ли Билл Гейтс, точка зрения которого состоит в отсутствии у разработчика причин активизироваться в изобретательской сфере из-за отсутствия в ней капиталистического начала? Создает ли производитель добавочную стоимость, участвуя в разработке нового информационного продукта, и пользуется ли он сам этой добавочной стоимостью?

Если рассмотреть информационные технологии согласно информационной концепции, то напрашивается положительный ответ. Технологический продукт, как было показано выше, имеет весьма ограниченную полезность или ценность. Это объясняется колоссальной конкурентной борьбой на рынке информационных технологий, коротким сроком актуальности изобретения, отсутствием действенного механизма защиты права интеллектуальной собственности. Однако новый продукт создает некую «мета-стоимость», которая заключается в его возможности оказывать влияние на дальнейший технологический прогресс, создавать собственные правила игры на поле разработки и внедрения информационных технологий. Формирование «мета-стоимости» и ее дальнейшего коммерческого использования можно рассмотреть на условном примере.

Пусть молодой предприниматель — выпускник Московского государственного университета изобрел новый формат передачи видеофайлов, ранее неизвестный никому. Для своего изобретения он пользовался информационными ресурсами Интернет, благодаря которым он и стал программистом, получил необходимую квалификацию и опыт. Там же, в Интернете программист распространил свой формат, который получил глобальную популярность, прежде всего, и потому, что доступ к этой программе был очень дешев или вообще бесплатен.

Когда большинство пользователей Интернет оценили изобретение по достоинству, от программиста начнут требовать дальнейших разработок, связанных, например, с адаптацией данной программы к мобильным телефонам, существующему программному обеспечению и так далее. На какое-то короткое время изобретатель получит блага «мета-стоимости» изобретения, он сможет непосредственно воздействовать на дальнейший ход технологического прогресса, корректировать его согласно собственным умственным возможностям и амбициям. Им заинтересуются крупные компании, занимающиеся производством высокотехнологичной продукции. Но авторитетность изобретателя может и весьма быстро исчезнуть, как только популярность формата пропадет ввиду изобретения чего-то более совершенного. Следовательно, современных производителей информационного продукта в производство толкает желание конвертировать стоимость собственного квалифицированного труда в «мета-стоимость» готового продукта, находящую собственное выражение в потенции оказания воздействия на весь технологический прогресс.

Если ранее «мета-стоимость» целиком и полностью концентрировалась в руках крупных транснациональных корпораций, имевших финансовые возможности для НИОКР, то в настоящее время практи-

чески каждый подключенный к Интернету программист может существенно трансформировать научно-технологический прогресс, задать ему новую траекторию развития.

Таким образом, современные технологии и инновации привели к созданию инновационной экономики, изменили капиталистическое производство, а традиционные капиталистические отношения в границах инновационного производства практически перестали применяться.

Сам рынок информационных технологий по сути лишен рыночных механизмов, его «провалы» и входные барьеры противоречат требованиям информационного прогресса, а требования к его развитию подрывают классические производственные отношения. Глобальная информатизация, которая остается основным условием жизнедеятельности высокотехнологичных компаний, создает непреодолимую преграду для самих корпораций, которые в условиях глобального рынка знаний и информации теряют возможность контролировать дальнейший прогресс и даже интеллектуальную собственность на изобретения и продукцию.

По нашему мнению, универсализация рынка информационных технологий стерла преимущества отдельных стран и корпораций, создала единые для всех пользователей условия для дальнейшей модификации инновационного продукта. Попытки западных инновационных корпораций выстроить новые платформы для сохранения контроля за технологическим прогрессом, вступают в конфликт с интересами самих лидеров в данном сегменте экономики. Стоит отметить, что инфраструктуры для насаждения традиционного капитализма в виртуальной среде жизнедеятельности компаний и частных лиц на сегодняшний момент не существует, а попытки ее искусственного возрождения изначально нецелесообразны — против них «глобальная квалификация» или «глобальный мозг» обязательно придумает новые ключи и обходные пути.

Отметим, что будущее многих крупных корпораций представляется в практически полном их отказе от физической инфраструктуры, переходе в виртуальную сферу жизнедеятельности, лишенной законов рынка. При этом эти корпорации должны будут активно задействовать самых квалифицированных работников мира в едином производственном процессе, разрабатывать новые продукты и в дальнейшем обеспечивать свободный доступ к новинкам всем желающим, рассчитывая только на получение мета-стоимостных выгод. В инновационной экономике к ним можно отнести, возможности дальнейшего воздействия современных технологий и инноваций на научно-технический прогресс, более эффективное обслуживание пользователей высокотехнологичными изобретениями, а также на эксплуатацию сформированных коммуникаций миллионами потребителей, в том числе в предпринимательских целях.

А. З. Гусов,
зав. кафедрой Российской Академии предпринимательства,
к.ф.н., доцент

Управление предприятием как социально-экономической системой

Любое предприятие, как специфическая форма организации и как хозяйствующий субъект, обладает всеми признаками, присущими социально-экономическим системам. В частности, оно, во-первых, всегда обеспечивает определенные общественные потребности в товарах или услугах, включаясь, таким образом, в систему многообразных социальных отношений. Во-вторых, предприятие по определению является управляемым субъектом хозяйственной деятельности и потому относится к системам экономическим. Наконец, в-третьих, предприятие как любая другая система состоит из взаимодополняющих друг друга элементов и связей (основных фондов, оборотных средств, персонала и проч.). Являясь самостоятельной целостной системой, предприятие одновременно выступает в качестве подсистемы социально-экономической системы более высокого порядка. Вследствие этого любое предприятие подвержено многообразным воздействиям со стороны внешней среды, которые необходимо учитывать при анализе его системных связей.

Признавая существенную роль внешних факторов и внутренних материально-производственных условий для социально-экономического развития предприятия, мы одновременно исходим из того, что основное содержание процессов социально-экономического развития в рамках конкретного предприятия определяется содержанием и особенностями внутриорганизационных социальных отношений, носителем которых выступают отдельные работники, их группы и персонал в целом.

Персонал предприятия — это социальная группа, разновидность коллектива как относительно устойчивой общности людей, формирующейся на основе их совместной деятельности в процессе производства. Обобщая его основные признаки, персонал предприятия можно определить как вид социальной группы, представляющей собой организованное и целеустремленное объединение, складывающееся на основе совместной деятельности людей, общности их интересов и целей, носящих общественно значимый характер, и обладающее определенным ценностным, культурным и социально-психологическим единством.

Для выполнения своих функций персоналу предприятия необходимы определенные предпосылки, условия, которые определяют возможность самой трудовой деятельности. В самом общем виде в качестве таких предпосылок можно выделить, во-первых, наличие соответствующих производственно-экономических факторов деятельности персонала и, во-вторых, собственно социальные факторы его развития. Совокупность этих двух сторон деятельности персонала, образующих социально-экономическую систему предприятия можно представить в виде схемы (см. рис. 1).

К производственно-экономическим факторам относится вся сумма материально-производственных условий деятельности коллектива предприятия, куда входят техника, технология производства, физические условия осуществления производственной деятельности (то есть, характер помещения, уровень шума, загрязненность и т.д.), материально-техническое снабжение, сбыт продукции, финансирование и т.п. Социальную сторону жизни персонала предприятия составляет сумма его внешних социальных связей и внутренняя социальная организация, то есть взаимоотношения между людьми в системе внутриколлективных социальных отношений.

Первая совокупность факторов деятельности персонала образует такие важнейшие компоненты социально-экономической системы предприятия, как:

- социальное содержание труда, определяемое особенностями техники и технологии, а также функциональными характеристиками труда на различных рабочих местах;
- организация рабочего места;
- социально-производственная инфраструктура предприятия, включающая совокупность социально-гигиенических, психофизиологических, социально-бытовых и других условий на предприятии;



Рис. 1. Структура социально-экономической системы предприятия

- внепроизводственная социальная инфраструктура предприятия, обеспечивающая условия для воспроизводства трудового потенциала персонала в свободное от работы время (жилищно-коммунальное хозяйство, учреждения здравоохранения, детские дошкольные учреждения, спортивные и другие учреждения);
- система стимулирования и оплаты труда на предприятии.

Вторая, собственно социальная составляющая жизни персонала предприятия включает в себя всю сумму его внешних и внутренних социальных отношений и связей, имеющих сложное внутреннее строение и определяющих место каждого работника в социальной структуре персонала.

Вся совокупность этих социальных отношений определяет, с одной стороны, место персонала предприятия в целостной организации общественной жизни, социальной структуре общества, а, с дру-

гой стороны, выражает целостность его собственной внутренней жизни. Все многообразие социальных отношений, присущих производственному коллективу, можно разбить на три группы:

1. Социальные связи типа «персонал предприятия» ↔ «макросреда», которые выражают связь коллектива предприятия как социально-экономической общности с обществом в целом и регионом и через которые осуществляется влияние общества на жизнь персонала предприятия.

2. Социальные межгрупповые отношения типа «коллектив ↔ коллектив». Такую форму приобретают социальные отношения между персоналом разных предприятий, а также между персоналом различных подразделений внутри предприятия (например, между коллективами цехов, между бригадами и т.д.). Конкретным выражением этих отношений между коллективами могут служить отношения производственной кооперации и разделения труда, конкуренции, обмена опытом, организация совместного обучения, проведение совместных мероприятий в рамках развития корпоративной культуры и др.

3. Социальные внутригрупповые (внутриколлективные) отношения, которые складываются из связей двух типов: «персонал ↔ работник» и «работник ↔ работник». Благодаря внутригрупповым социальным связям персонал предприятия становится относительно устойчивым и внутренне целостным социальным объединением людей, осуществляющих процесс совместной трудовой деятельности в сфере материального производства. Именно данный тип социальных связей и составляет сущность социальной организации предприятия, отражая наиболее существенные особенности персонала конкретного предприятия. Поэтому необходимо этот тип связей рассмотреть более детально.

Социальные отношения, образующие персонал как социальную организацию предприятия, так же, как и любой другой вид социальных отношений, представляет собой вид связей, целостных по своей природе. Социальные отношения выражают целостность деятельности персонала, являясь формой совокупного проявления всех видов общественных отношений, которые складываются между отдельными структурными образованиями внутри предприятия. Содержанием социальных отношений персонала выступает сумма отношений между различными подразделениями предприятия и отдельными его работниками в сфере производства, отношений управления, духовной жизни и т.д. Совокупность внутренних социальных отношений производственного коллектива и образует собственно социальную организацию коллектива. Личность, группа или группы личностей с системой их отношений являются элементами социальной организации предприятия.

Для того чтобы раскрыть содержание целостности социальных отношений, из которых складывается социальная организация предприятия, необходимо рассмотреть те элементы, части, из которых состоят, в свою очередь, отдельные социальные отношения персонала, производственного коллектива. Элементами, образующими персонал как целостное социальное образование, выступает ряд структур, которые при наложении друг на друга и дают целостное представление об общей структуре интегральных по своей природе социальных отношений.

Самым нижним «слоем» социальных отношений в рамках предприятия является *производственно-функциональная структура* связей. Ее особенности непосредственно вытекают из требований технологического процесса, который диктует необходимость разделения производственных операций между отдельными работниками, бригадами, участками, цехами и другими подразделениями по функциям, и определяет зависимость между ними. В производственно-функциональной структуре находит свое непосредственное проявление существующая на предприятии система разделения труда, являющаяся главным дифференцирующим признаком персонала предприятия. В отличие от общего разделения труда в масштабах всего общества процесс дробления производственного цикла в рамках предприятия К.Маркс называл единичным разделением труда. Общее и единичное разделение труда тесно связаны друг с другом, «однако, несмотря на многочисленные аналогии и связи между разделением труда внутри общества и разделением труда внутри мастерской, оба эти типа различны между собой не только по степени, но и по существу»¹. Общественное разделение труда является необходимым фактором развития материального общественного производства на всех этапах исторического процесса приобретая специфическую форму и характер в зависимости от особенностей общественно-исторических условий, в которых оно осуществляется.

Необходимость разделения труда в рамках современного предприятия определяется самим технологическим процессом производства. И с этой стороны оно выступает как характеристика вещной стороны производительных сил — средств производства, как связи технического и технологического порядка. Совокупность этих технических связей задает определенные функции работникам, выполняющим конкретные операции, то есть определяет связи между человеческими элементами производительных сил, между отдельными

работниками, осуществляющими данный производственный процесс. Совокупность этих взаимосвязанных между собой функций и составляет производственно-функциональную структуру коллектива, являющуюся уже структурой не технических связей между отдельными звеньями производства, а суммой связей между людьми по поводу производства, входящих как один из важнейших элементов в содержание внутригрупповых и межгрупповых отношений персонала предприятия. В данном случае происходит превращение заданных технологией функций в *содержание труда* работников. Таким образом, разделение труда, определяемое уровнем развития производительных сил, формирует функциональную структуру коллектива, проявляющуюся как совокупность функций, составляющих конкретное содержание труда каждого отдельного работника. При анализе содержания труда работников учитывается ряд характеристик¹:

- Количество и содержание трудовых функций, предъявляемых местом работника в технико-организационной структуре предприятия и обусловливаемых техникой, технологией, предметом труда и организацией производства.
- Соотношение в выполнении данных трудовых функций умственных и физических усилий, степень развития интеллекта и творческих сил работника.
- Степень овладения человеком законами материальных явлений, применяемых в данном производственном процессе, находящее свое выражение в том, в какой мере наука превращается в непосредственную производительную силу, насколько процесс труда насыщен средствами компьютеризации, механизации и автоматизации.
- Степень развития у работников способности к перемене труда.

Для выполнения своих производственных функций, заданных самим технологическим процессом, работник должен обладать определенной подготовкой и знаниями, то есть профессией. Профессию можно определить как род деятельности, требующий специальных знаний и подготовки в достаточно широкой области материального или духовного производства и накладывающий на представителей этого рода деятельности ответственность за эффективное выполнение обязанностей в системе общественного разделения труда. Из пред-

¹ Маркс К. и Энгельс Ф. Соч. Т. 23. С. 336–337.

¹ См.: Экономика труда: (социально-трудовые отношения) / Под ред. Н.А. Волгина, Ю.Г. Одегова. М.: Экзамен, 2002. С. 228–230; Кулинцев И.И. Экономика и социология труда. М.: Центр экономики и маркетинга, 2003. С. 5–7.

ставителей различных групп профессий складывается *профессиональная структура* персонала.

Распределение работников предприятия по профессиям характеризует не столько содержание и характер труда, сколько навыки и подготовку работников, необходимую для выполнения тех или иных трудовых функций. То есть, особенности профессиональной структуры являются уже не свойствами производственно-технологического процесса, а особенностями отдельных работников и их групп в соответствии с их подготовкой и навыками. Отдельный работник, благодаря наличию соответствующих профессиональных характеристик, выполнению соответствующих требований и форм поведения, выступает как персональное воплощение условий производства. Профессия, следовательно, имеет две стороны своего проявления: объективную, как результат действия объективной потребности производственного процесса, проявляющейся в наличии определенных трудовых функций, и субъективную, как наличие определенных знаний, навыков, умения работника реализовать эти функции. На предприятии профессиональная структура принимает официальную форму штатного расписания, определяющего количество представителей соответствующих профессиональных групп и их место в общей организации предприятия.

Важнейшей задачей в руководстве развитием профессиональной структуры персонала предприятия является поддержание ее соответствия с производственно-функциональной структурой. Необходимым условием правильного функционирования производства является соответствие знаний, навыков и способностей работника тем функциям, которые определяются данным рабочим местом. В связи с этим становятся понятной важность проблемы профессионального отбора и подбора персонала, профессиональной ориентации, общая проблема нахождения оптимального места человека в профессиональной структуре персонала предприятия.

Данная структура, хоть и предполагает социально-экономические различия между работниками различных профессий, выражает, однако, в первую очередь специфику технологического процесса и взаимосвязь между людьми в соответствии с ним. Социально-экономические различия между отдельными группами персонала начинают выступать на первый план лишь при рассмотрении неоднородности труда работников, различий в сложности труда отдельных работников. В качестве деления коллектива по сложности труда отдельных работников, по социально-экономическому признаку выступает подструктура персонала, основывающаяся на различиях между работниками по уровню их

квалификации, т.е. *квалификационная структура*. Так как квалификационные различия существуют не только внутри каждой профессии, но и между отдельными профессиями, то правомерно в качестве основного социально-экономического деления на предприятии рассматривать *профессионально-квалификационную структуру* персонала.

Квалификация отражает, в первую очередь, степень овладения работником своей профессией, являясь мерой развития способности человека к труду. «Квалификация — степень профессиональной подготовленности индивида, наличие у него знаний умений и навыков, необходимых для выполнения им определенной работы»¹. Квалификация определяет качество труда работника. Следовательно, данное понятие является характеристикой человека, мерой его трудовых качеств. В то же время, необходимо отметить, что основы квалификационных различий между людьми заложены уже в самом характере современного производства, предполагающего применение различных по своей сложности трудовых операций, разделенных между отдельными производителями. Квалификационные различия, таким образом, вытекают из недостаточного развития производительных сил, что ведет к сохранению определенного неравенства в социально-экономическом содержании труда работников различной квалификации, к различиям в соотношении творческих и механических, интеллектуальных и физических усилий в отдельных, различающихся по своей сложности видах труда.

Квалификация работника характеризуется рядом составляющих ее показателей. Основными среди них в современных условиях являются общие и специальные знания работника. Знание — это необходимое условие формирования квалификации современного рабочего, служащего, специалиста в подавляющем большинстве сфер материального производства.

Профессиональная подготовка, включающая в себя теоретические специальные знания, умения и навыки — это главный и непосредственный критерий разделения работников предприятия по квалификационным группам. На основе этого критерия производится классификация работников в рамках предприятия и в масштабах всей страны. На характер и качество профессиональной подготовки оказывают большое влияние такие факторы как форма, место и продолжительность обучения, а также уровень и качество преподавания в тех учебных заведениях, где работники получили специальность.

¹ Социологическая энциклопедия: В 2-х т. Т.1. М.: Мысль, 2003. С. 428.

Среди форм получения рабочей квалификации наибольшее предпочтение отдается системе профессионально-технического обучения, особенно лицам и средним ПТУ, в которых молодежь наряду с профессиональными знаниями и навыками получает среднее общее образование. Как было доказано еще в условиях советской экономики, выпускники профтехучилищ значительно быстрее достигают высших квалификационных разрядов, чаще овладевают смежными профессиями, участвуют в рационализаторском и изобретательском движении и т.п., чем рабочие, получившие специальность путем индивидуального или бригадного ученичества на предприятии. Этим объясняется увеличение внимания в последние годы к проблемам восстановления и совершенствования системы профессионально-технического образования, к увеличению числа рабочих, подготавливаемых в системе ПТУ и лицеев, к усилению их материально-учебной базы, повышению их престижности среди молодежи.

Сочетание всех показателей квалификации дает соответствующий уровень квалификации, то есть количественное выражение способности человека к выполнению труда той или иной степени сложности. Мерилом квалификации работника выступает его квалификационный разряд, определяемый в соответствии с требованиями тарифно-квалификационных справочников. При этом необходимо учитывать, что тарифные разряды в различных отраслях производства имеют разное значение (один и тот же разряд в разных отраслях может быть показателем низкой и средней квалификации) и поэтому отражают процессы в профессионально-квалификационной группировке рабочих приблизительно, в их тенденции. В соответствии с уровнем квалификации в персонале можно выделить ряд относительно однородных групп работников. Совокупность этих групп внутри предприятия и представляет собой профессионально-квалификационную структуру персонала. В экономической и социологической литературе обычно выделяется четыре основные группы работников в соответствии с характером их подготовки, практическими навыками, стажем работы и т.д.:

- группа работников высококвалифицированного труда;
- группа работников квалифицированного труда;
- группа работников малоквалифицированного труда;
- группа работников неквалифицированного труда.

Основой развития профессионально-квалификационной структуры персонала являются изменения в характере и содержании труда, зависящие, в свою очередь, от совершенствования техники, технологии и организации производства на предприятии. Эта зависимость выдвигает

требование соответствия квалификации работника уровню сложности выполняемых им работ, для того, чтобы, с одной стороны, соответствующую работу выполняли работники, способные выполнить ее качественно и быстро, и, с другой стороны, чтобы работники высокой квалификации не были заняты работой, требующей небольшой подготовки.

Существенной проблемой экономического роста России на современном этапе является то, что недостаточный уровень квалификации значительной части рабочих предприятий страны уже начинает тормозить дальнейший технический прогресс, затрудняет освоение нового оборудования. Такое положение в состоянии профессионально-квалификационной структуры предприятия указывает на необходимость совершенствования не только профессионального обучения, но и улучшения деятельности системы переподготовки и повышения квалификации работников предприятия.

Совершенствование профессионально-квалификационной структуры персонала приводит к изменениям между отдельными группами работников не только по характеру и сложности труда, но и по уровню доходов, так как оплата труда в условиях рыночной экономики должна быть увязана, прежде всего, с эффективностью труда, то есть с количеством и качеством труда работников. Уровень доходов является важнейшим показателем следующего «слоя» социальных отношений, складывающихся на предприятии, а именно — *подструктуры доходов и потребления*. Данная подструктура характеризует персонал предприятия по признаку участия его членов во всех формах материального стимулирования, среди которых в качестве основной выделяется оплата труда. Помимо нее существенную роль в формировании доходов и потребления работников предприятия играют различные формы дополнительного поощрения работников, социальные льготы и выплаты, обязательный и дополнительный социальный пакет, предоставляемый работникам предприятия, участие персонала в прибылях предприятия.

Важным основанием для группировки членов персонала предприятия являются демографические показатели, то есть распределение работников по возрасту и полу. Совокупность половозрастных групп образует еще один «слой» общей социальной организации коллектива — *социально-демографическую подструктуру*. Среди социально-демографических проблем предприятия большую роль играют, например, вопросы использования женского труда на отдельных участках, совмещение материнства с успешной работой, проблемы, связанные с возрастными особенностями работников, в частности, рабочей молодежи, лиц предпенсионного и пенсионного возраста, соблюдения оптимальных пропорций между различ-

ными возрастными и половыми группами в коллективах подразделений и предприятия в целом. Важность этих сторон социальной организации предприятия определяется тем, что различия по полу и возрасту самым тесным образом связаны с другими социальными показателями: уровнем квалификации, интересами отдельных демографических групп, ценностными ориентациями, психологическими особенностями и т.п. Так, ряд отраслей производства и отдельные профессии характеризуются преимущественным использованием специфического или женского труда, что существенно влияет на формирование специфических интересов и запросов у персонала данных предприятий. Например, на предприятиях с преобладающей долей женщин в составе персонала наблюдаются более высокие, в сравнении с мужскими коллективами, требования к условиям труда, организации бытового обслуживания и детских учреждений, социально-психологическим и моральным отношениям в коллективе. Наличие женщин на производстве выдвигает необходимость проведения мероприятий по охране женского труда, материнства и другие специфические требования.

Возрастные различия в коллективе находят свое выражение в различиях трудового стажа, производственной квалификации, уровня общего образования, в специфике интересов и устремлений различных возрастных групп. Важно при исследовании демографических показателей учитывать связь возраста с особенностью интересов и ценностных ориентации работников. Анализ этой связи применительно к профессии менеджера дается в коллективной работе «Управление персоналом организации» (см. табл. 1) ¹.

Наряду с социально-демографическими признаками для развития персонала предприятия важно учитывать показатели здоровья и заболеваемости работников, в связи с чем необходимо выделить в качестве одного из «слоев» социальных отношений подструктуру *состояния здоровья персонала*, в которой отражается уровень трудоспособности различных групп работников. Безусловно, для того, чтобы исследовать данные о здоровье и заболеваемости персонала, необходимо не только анализировать документы о временной нетрудоспособности работников, но и проводить систематические медицинские обследования персонала предприятия, что позволило бы вовремя осуществлять соответствующие превентивные профилактические мероприятия, сокращая таким образом экономические издержки производственной организации.

¹ Управление персоналом организации: учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. М.: ИНФРА-М, 2005. С. 430–433.

Этапы карьеры менеджера и потребности

Этапы карьеры	Возраст, лет	Потребности достижения целей	Моральные ценности	Физиологические и материальные потребности
Предварительный	До 25	Учеба, испытания на разных работах	Начало самоутверждения	Безопасность существования
Становления	До 30	Освоение работы, развитие навыков, формирование квалифицированного специалиста или руководителя	Самоутверждение, начало достижения независимости	Безопасность существования, здоровье, нормальный уровень оплаты труда
Продвижения	До 45	Продвижение по служебной лестнице, приобретение новых навыков и опыта, рост квалификации	Рост самоутверждения, достижение большей независимости, начало самовыражения	Здоровье, высокий уровень оплаты
Сохранения	До 60	Пик совершенствования квалификации специалиста или руководителя. Повышение своей квалификации. Обучение молодежи	Стабилизация независимости, рост самовыражения, начало уважения	Повышение уровня оплаты труда, интерес к другим источникам дохода
Завершения	После 60	Приготовление к уходу на пенсию. Подготовка себе смены и к новому виду деятельности на пенсии	Стабилизация самовыражения, рост уважения	Сохранение уровня оплаты труда и повышение интереса к другим источникам дохода
Пенсионный	После 65	Занятие новым видом деятельности	Самовыражение в новой сфере деятельности, стабилизация уважения	Размер пенсии, другие источники дохода, здоровье

Существенное место в социальной организации предприятия занимает распределение работников по их роли и месту в системе управления. Очевидно, что любое предприятие в условиях рыночного хозяйства имеет иерархическую структуру управления, которую в упрощенном виде можно представить в виде пирамиды, на вершине которой располагается высшее руководство организации во главе с руководителем предприятия, осуществляющее через посредство промежуточных звеньев (руководители и управленческий аппарат линей-

ных и функциональных подразделений различного уровня) воздействие на непосредственных исполнителей (специалисты, служащие и рабочие). Структуру управления можно по этому признаку представить в виде следующей схемы (см. рис. 2).



Рис. 2. Упрощенная схема управления предприятием

Данная схема представляется условной, так как реальная структура отношений управления значительно богаче и более многообразна. Причем важно учитывать, что связь между всеми этапами управления имеет направленность как сверху вниз, так и снизу вверх. При этом мера участия в управлении делами предприятия выступает в качестве одного из важнейших оснований для деления персонала на соответствующие группы, образующие в своей совокупности *социально-управленческую подструктуру* предприятия. По степени включенности работников в систему управления делами предприятия на наш взгляд можно выделить четыре основные группы работников:

- Работники, для которых основным профессиональным занятием на предприятии является управление.
- Работники, совмещающие производственную деятельность с активным прямым участием в принятии управленческих решений через систему общественных организаций (профсоюзы, СТК и проч.).
- Активные члены персонала, косвенно воздействующие на принятие решений (через участие в работе собраний, в забастовочном движении, в обсуждении коллективных договоров и т.д.).

- Индифферентные к проблемам предприятия работники, (составляющие, как правило, абсолютное большинство персонала).

Участие в управлении, трудовая и социальная активность, степень интеграции работников в социальную организацию предприятия в значительной мере определяется тем, насколько они усвоили и воспринимают в качестве «своих» ценности и нормы, составляющие основы корпоративной культуры данного предприятия. В этом контексте для социально-экономического развития персонала становится важным распределение работников по группам, различающимся своим отношением к базовым ценностям и идеалам организационной культуры, что позволяет выделить *социально-культурную подструктуру* в системе социальных отношений предприятия.

По нашему мнению, в персонале предприятия можно выделить несколько групп, различающихся по уровню восприятия и усвоения норм корпоративной культуры. Для первой группы работников характерен высокий уровень ориентации на ценности, стандарты и нормы организационной культуры предприятия, которые данные работники не только усвоили, но и стремятся осознанно им следовать в своей деятельности. Вторая группа характеризуется сочетанием достаточно высокого уровня знания основ корпоративной культуры с частичным соблюдением ее норм в своей производственной жизни. Третью группу составляют лица, для которых присуще лишь фрагментарное знание ценностей организационной культуры своего предприятия, которые при этом в реальной жизни практически не учитываются. И, наконец, четвертая группа отличается отсутствием знания и восприятия основных элементов и ценностных ориентаций организационной культуры предприятия, которые практически игнорируются в повседневной жизни работника, а иногда и противоречат его жизненным установкам и ценностям.

Самым верхним «слоем» социальных отношений персонала предприятия выступает *социально-психологическая подструктура*. Социально-психологические отношения являются одной из форм общественного сознания в рамках предприятия наряду с организационной культурой. В них все отношения между людьми приобретают наиболее конкретное выражение как отношения между живыми личностями, обладающими соответствующими эмоциями, привычками, нормами поведения, волей и т.д. Эта структура коллектива выступает как совокупность групп работников, основанных на общности идейных устремлений и ценностных ориентаций, что проявляется в общности интересов, привычек, настроений, идеалов, личных связей. Без наличия социально-психологической общности персонала нельзя гово-

ритель о формировании единой и сплоченной команды, коллектива предприятия или его отдельных подразделений. Эта структура как бы «достраивает» все социальные отношения персонала, превращая последний в целостную социальную организацию.

Особая роль социально-психологических отношений объясняется тем, что они непосредственно определяют характер и форму поведения людей, взаимоотношения между ними. Наиболее общей характеристикой социально-психологической структуры коллектива является психологический климат. Это относительно устойчивое умонастроение людей данного коллектива, которое выражает особенности взаимоотношений как между руководителями и подчиненными, так и между равными членами коллектива. Психологический климат коллектива оказывает сильное влияние на протекание всех социальных и производственных процессов. Так, ухудшение психологического климата может привести к резкому повышению текучести кадров, нарушению стабильности коллектива, росту конфликтов и т.д. В то же время благоприятный климат является одним из факторов повышения производительности труда, улучшения отношения работников к труду, укрепления стабильности персонала. Высокий уровень развития социально-психологической структуры является одним из важнейших показателей эффективности всей системы управления персоналом.

Итак, персонал как социальная организация предприятия представляет собой совокупность подструктур, которые при наложении друг на друга дают представление о целостности его социально-экономической жизни. Отношения, составляющие эти подструктуры и складывающиеся между отдельными работниками, бригадами, цехами, различными группами и всем коллективом, в своей совокупности и создают целостные социальные отношения персонала. Совокупность всех этих отношений характеризует место людей или их групп в общей социальной организации предприятия.

В свою очередь, социальные отношения, образующие социальную организацию предприятия, в значительной степени определяются внутренними производственно-экономическими факторами, складывающимися на предприятии, к которым мы относим систему оплаты труда, социально-производственные особенности труда, социально-производственную инфраструктуру и внепроизводственную социально-бытовую инфраструктуру предприятия. Рассмотрение в единстве социальной организации предприятия и производственно-экономических факторов ее развития позволяет рассмотреть предприятие как целостную социально-экономическую систему.

С. В. Абляев,

Российская Академия предпринимательства, к.э.н.

Проблемы совершенствования механизма функционирования финансово-кредитных учреждений

Система организационных структур управления денежными фондами и финансовыми отношениями направлена на формирование целостной системы финансовых потоков в производственно-хозяйственном процессе. В понятие финансово-кредитного обеспечения организации необходимо включить всю совокупность условий и принципов, обеспечивающих финансовую устойчивость предприятия и его стратегическую конкурентоспособность.

Сущность финансово-кредитного механизма отражается в реализации практической деятельности основных функций, это — распределительная, образование доходов, осуществление расходов, контроль эффективности и др.¹ Необходимо отметить, что многие банкротства почти всегда связаны с финансовым механизмом, поэтому особое внимание необходимо уделять проблемам, связанным с финансовым риском².

Подобный риск, в первую очередь, связан со специфической деятельностью финансовых менеджеров в условиях напряженности, сложного выбора вариантов деятельности. Наличие риска неизбежно в ры-

¹ Финансовый анализ деятельности фирмы. М.: Крокус Интернешнл, 1998. С. 45.

² Цой Т.Н., Грбовой П.К. Конкуренция и управление рисками на предприятиями в условиях рынка. М.: Алас, 1997. С. 134.

ночном хозяйствовании, причем, чем выше уровень риска, тем больше прибыль. С этим связаны и проблемы, связанные с банкротством предприятий. Кроме того, причиной банкротства предприятий является неправильная оценка руководителями ожидаемых темпов роста бизнеса, под которые намечены источники дополнительного кредитного финансирования.

Совершенствование механизма функционирования финансово-кредитных учреждений в основном зависит от их организационно-структурного развития¹.

Формы концентрации производства, такие как ФПГ и холдинги являются корпоративными формами интеграции. Их объединение осуществляется по технологическому или финансовому принципу. Примерами такой кооперации могут служить японские фирмы «Honda» и «Canon».

Следует отметить, что коммерческие банки вне зависимости от их принадлежности к ФПГ или холдингу, одновременно являются элементами банковской системы страны.

В последние годы наблюдается некоторое доверие к банковской системе страны, о чем свидетельствует рост объемов вкладов, привлеченных банками от населения – на 38,1% (в Сбербанке России – на 35,1%, в остальных КБ – на 62,9%), в иностранной валюте – на 31,1% (в СБ РФ – на 39,4% в остальных КБ – на 24,6%). Так, например, число прибыльных банков на 01.10.2000 года составило 1 212, или 91,7% от числа действующих банков страны.

Каждый КБ имеет свою, ярков выраженную специфику, построения взаимоотношений с субъектами внешней и внутренней среды бизнеса.

На стратегическое направление планирования банка влияют ключевые переменные, такие как: сегментация рынка, изменение широты охвата обсуживаемого рынка, изменение методов реализации банковских услуг и др. В этом случае банку необходимо осуществлять постоянный контроль, чтобы во время отреагировать на нежелательный ход событий и внести соответствующие коррективы в стратегию банка. Необходимо отметить, что в банковском стратегическом плане находят отражение различные факторы, включая приоритеты рынка, исходные условия и т.д.

Важным элементом является процесс разработки стратегии коммуникации, так как банк контактирует со своей клиентурой, различными финансовыми институтами, ЦБ РФ и др. Несомненно, что в работе банка большое значение имеет его ценовая стратегия.

Привлечение новых клиентов и потенциальных партнеров во многом зависит от квалифицированных действий персонала банка во внешней среде бизнеса. Все это накладывает свой отпечаток на формировании и реализацию кадровой политики банка.

Кадровая политика является важнейшим организационно-экономическим инструментом, применение которого обеспечивает ту или иную степень эффективности работы финансово-кредитного учреждения в целом. При разработке кадровой политики важное внимание уделяется наиболее приоритетным направлениям, в частности, эффективному использованию интеллектуального потенциала работников в деле повышения престижа учреждения, создания условий и гарантий для проявления каждым работником своих творческих возможностей¹.

В целях дальнейшего совершенствования деятельности кадровых служб ФПГ, других финансово-кредитных учреждений необходимо сосредоточить внимание на важнейших направлениях реализации кадровой политики, включая планирование деловой карьеры работников, создание и использование банка кадровой информации.

¹ Горчаков А.А. и др. Тенденция развития кредитного рынка в России. М.: Банковское дело, 1998.

¹ Журавлев П.В., Карташов С.А. и др. Технология управления персоналом. Настольная книга менеджера. М.: Экзамен, 2000. С. 53.

Е. Ю. Браулов,
аспирант Московского института экономики, политики и права

Влияние кризиса на ипотечном рынке США на развитие ипотеки в России

Ипотечный кризис в Соединенных Штатах Америки начался еще в 2006 году. Его главной его причиной явился рост невозвратов жилищных кредитов заемщиками. Летом 2006 года стремительно выросло число непроданной недвижимости, как на первичном, так и на вторичном рынках. В большинстве штатов снизилась средняя цена квадратного метра, начался рост процентных ставок и ежемесячных выплат. Весной 2007 года кризис начал приобретать международные масштабы: крупнейшая ипотечная компания США «New Century Financial Corporation» ушла с Нью-Йоркской фондовой биржи. В течение следующих месяцев ряд аналогичных компаний понесли значительные убытки и оказались банкротами. Кризис затронул инвестиционные фонды крупнейших мировых финансовых компаний таких как «Goldman Sachs», «BNP Paribas», «Bear Stearns» и другие. Намечающийся на мировых рынках, кризис ликвидности стал все более очевиден.

По мнению аналитиков, американский ипотечный кризис сильнее фондового, случившегося в начале 2000-х годов. Несмотря на обвальное падение котировок, американский банковский сектор не проводил колоссальных списаний, как это происходит в данный момент. В начале 2000-х убытки банков достаточно быстро были компенсированы за счет роста цен на рынке недвижимости. К сожалению, на сегодняшний день такого «поддерживающего» механизма, у американской экономики нет.

На данный момент ипотечный кризис в США и его влияние на международные рынки является очень актуальной темой. На мировые рынки он уже оказал значительное влияние: замедлил экономический рост США, отчасти подорвав его банковский сектор, привел к удорожанию заимствований, к замедлению темпов роста мировой экономики и др.

На данный момент нет однозначного мнения о влиянии данного кризиса на российскую экономику. Большинство аналитиков высказываются, что кризис затронет страну в 2008 году, как напрямую через удорожание заимствований на международных рынках, так и косвенно: замедление темпов роста экономики США уже оказывает негативное воздействие на мировые рынки, что может привести к замедлению темпов роста мировой экономики и, как следствие, снижение спроса и цен на энергоносители в мире.

По мнению вице-премьера – министр финансов РФ Алексея Кудрина «Влияние последствий ипотечного кризиса в США на экономику России будет минимальным». «Если бы это (кризис) случилось 5 лет назад, то мы бы значительно сильнее почувствовали. На сегодня у нас есть «подушка безопасности» — золотовалютный резерв, Стабилизационный фонд. Если западные компании и инвесторы вынуждены будут часть своих денег из России взять и вывезти их, то у нас достаточно средств, чтобы наши предприятия расплатились, чтобы у Центрального банка хватило валюты провести любую конвертацию любого объема средств. Поэтому сегодня мы оказались готовыми к кризису, и любое влияние извне будет минимально»¹.

С точки зрения Первого вице-премьера Дмитрия Медведева, «...у России есть все возможности, чтобы минимизировать все «неприятные последствия» финансового кризиса в США на рынке ипотеки»².

Аналитики МФВ высказываются, что на Россию влияние ипотечного кризиса будет минимальным. Страны АТР, BRIC имеют устойчивый экономический рост, который должен позволить относительно безболезненно справиться с последствиями кризиса.

¹ Влияние ипотечного кризиса в США на экономику России будет минимальным // А. Кудрин. [Электронный ресурс] / РБК кредит. 01.10.2007. Режим доступа: <http://credit.rbc.ru/news/ipoteka/2007/10/01/30619.shtml>, свободный. Загл. с экрана.

² Россия может уменьшить влияние ипотечного кризиса в США. [Электронный ресурс] / Iprocredit. 26.09.2007. Режим доступа: <http://www.ipocredit.ru/news/278990/> Загл. с экрана

Очевидно, что ипотечный кризис в США будет иметь некое отрицательное влияние на российский ипотечный рынок:

- По итогам 2007 года темпы роста выдачи ипотечных кредитов в Москве сократились примерно в шесть-семь раз по сравнению с 2006 годом. Если темп прироста в 2006 году составлял более 100%, то в 2007 всего лишь 20%. Но данный факт нельзя однозначно трактовать только как следствие ипотечного кризиса в США.
- На данный момент в мире снижается ликвидность и происходит удорожание заимствований. Банки, активно привлекающие денежные средства за рубежом, будут вынуждены поднимать процентные ставки по кредитам.
- Ряд банков ужесточили условия выдачи кредитов.
- Происходит сокращение и ухудшение параметров предложения ипотечных кредитов для ряда категорий. Примерно на 10% было сокращено количество ипотечных программ.
- Сотрудники МЭРТ полагают, что американский кризис может в краткосрочной перспективе выразиться оттоке капитала и сокращению объемов международных резервов Российской Федерации.

Автор полагает, что данный кризис все-таки имеет и определенное положительное влияние:

- Американский ипотечный кризис может оказать «...положительное влияние на российские кредитные и рефинансирующие организации, которые при формировании своих ипотечных портфелей будут заинтересованы в достижении не только количественных, но и качественных результатов»¹. То есть это может привести к более качественной работе банков, более тщательному анализу заемщиков и, как следствие, снижению рисков.
- Американский ипотечный кризис может многому научить всех участников российского ипотечного рынка: кредиторов, заемщиков, а также регулирующие организации.

Существует несколько причин, по которым американский ипотечный кризис может оказать лишь незначительное влияние на развитие ипотечного рынка в России:

1. Первая и главная причина, почему аналогичный кризис невозможен в России — это развитие нашего ипотечного рынка. Данный рынок находится в зачаточном состоянии: лишь 5,7% активов банковской системы приходится на этот сегмент и менее 1% ВВП. Это очень незначительные цифры в сравнении с американскими или европейскими.

2. В России практически не развита секьюритизация, то есть продажа ипотечных кредитов на открытом рынке посредством выпуска ценных бумаг. В данной ситуации риски дефолтов не распространяются на всю финансовую систему, оставаясь только проблемой банковского сектора.

3. Большинство механизмов, усугубивших ипотечный кризис в США, не существуют в России.

С точки зрения автора статьи, на данный момент влияние американского ипотечного кризиса на российский рынок ипотеки и на экономику страны в целом оценить довольно сложно. Очевидно, что в долгосрочной перспективе кризис окажет негативное влияние на макроэкономические показатели страны и, следовательно, на рынок недвижимости. Также многие аналитики сходятся во мнении, что стабильное экономическое положение страны, большие золотовалютные резервы и грамотные действия экономического блока правительства и Центрального банка минимизируют влияние данного кризиса и российский рынок недвижимости будет активно развиваться.

¹ Ипотечный кризис в США окажет положительное влияние на Россию. [Электронный ресурс] / Guide to property. 03.04.2007. Режим доступа: <http://www.g2p.ru/publications/index.php?opn=38002>, свободный. Загл. с экрана.

М. Ю. Будников,
аспирант РАГС

Страхование инвестиционных рисков

Государственное страхование в СССР являлось важной составной частью социалистических финансов. Оно основывалось на началах государственной монополии, единых организационных и финансовых принципах. Страхование считалось экономическим инструментом мобилизации средств предприятий, колхозов и населения с целью их перераспределения для укрепления экономики и финансов страны.

Государственная страховая монополия имела свои положительные стороны, так максимальная концентрация денежных средств в руках государственных страховых компаний Госстраха и Ингосстраха давала им непоколебимую финансовую устойчивость, а также возможность осуществлять значительные отчисления в госбюджет и устанавливать невысокие тарифы.

Все это позволяло Госстраху СССР неоднократно возмещать значительные убытки как колхозам и совхозам, так и покрывать убытки по катастрофическим событиям в Армении, Таджикистане, Грузии и других регионах страны.

Наряду с отмеченными положительными сторонами государственная страховая монополия имела и недостатки:

- ограниченность видов страхования, осуществляемых Госстрахом;
- невозможность своевременного внесения изменений в регулирование страховых отношений;
- использование финансовых ресурсов Госстраха СССР в условиях неэффективного развития экономики государства для покрытия как дефицита бюджета государства, так и возмеще-

ния расходов нерентабельных государственных организаций, совхозов и колхозов.

Переход к рыночным отношениям в экономике государства привел к отказу от государственной монополии в страховании. Но в нынешних экономических условиях роль страхования для России стала еще более значительной. На данном этапе развития Российской экономики необходимо привлечение инвестиций, как внешних, так и внутренних в первую очередь в реальный сектор экономики. Нужно задействовать все возможные методы стимулирования инвестирования.

Представляются возможными два основных способа стимулирования привлечения инвестиций в Россию:

- 1) предоставление отдельным инвесторам выборочных льгот;
- 2) путем повышения общего инвестиционного климата страны.

Первый путь развития является явно тупиковым для страны. И у России есть негативный опыт в этом направлении — проект Сахалин-2. Соглашение о разделе продукции в данном проекте оказалось совсем не выгодным для государства, хотя, возможно, было выгодно для отдельных граждан. Также Российские власти долго не могли разобраться с нарушениями экологических норм.

Второй путь развития инвестиционной деятельности достаточно перспективный для экономики, но он требует определенных усилий, как от частных компаний, так и от государства. Процесс создания благоприятного инвестиционного климата — долгий трудоемкий процесс в условиях развития Российской экономики, характеризующейся наличием повышенных рисков. Существенную роль в данном направлении играет страхование инвестиционных рисков. В настоящее время у российских страховщиков закончился ажиотажный рост спроса по обязательным видам страхования, особенно по ОСАГО. Несмотря на то, что данный вид страхования приносит значительные доходы, при незначительных затратах, этот рынок уже достаточно развит. Конечно, у большинства Российских страховых компаний нет сильной заинтересованности в развитии новых и довольно рискованных видов страхования, требующих тщательного анализа и методологической проработки. Но, учитывая тенденцию экономического развития России, направленную на реализацию крупных национальных проектов и развитие инвестиционной деятельности, можно говорить о заинтересованности государства в снижении рисков проектов, а соответственно в развитии механизма страхования. Так и негосударственным страховым компаниям в связи с повышающимся спросом на страховые продукты, касающиеся инвестирования, придется все же расширять перечень оказываемых услуг.

В мировой практике развитых стран управление инвестиционными рисками путем их страхования — устоявшаяся норма, но в развивающихся странах обычно ему еще не уделяется должного внимания. Современная система страхования представляет собой комплекс эффективных решений в области риск-менеджмента и является экономическим средством повышения безопасности работы предприятий. Вопреки распространенному мнению, страхование не является дополнительным финансовым бременем, и часто позволяет экономить средства при реализации крупных проектов с повышенными рисками. Инвесторы, владеющие собственными и заемными средствами, заинтересованы в защите своих инвестиций, для этого и существует механизм страхования. Застраховав свои риски все участники инвестиционного проекта (инвестор, заказчик, подрядчик) получают гарантию защиты и оперативного возмещения своих вложенных средств. Теоретически страховая защита может быть предоставлена для каждого вида деятельности всей цепочки заинтересованных лиц, однако, на практике так бывает не всегда (например, не страхуется риск потери деловой репутации компании). Страховая защита — дополнительное конкурентное преимущество, оно служит своего рода гарантией для привлечения новых инвестиций, увеличивая финансовую устойчивость проекта, его стоимость и соответственно, стоимость компании. В 1998 году компания «British Aerospace» заплатила 70 млн. долл. за страховую полис, позволивший ей осуществить передачу рисков, связанных с лизинговыми операциями, на сумму приблизительно в 5 млрд. долл., что в течение последующих 6 недель привело к 15-процентному росту курса ее акций, поскольку означало, что теперь прибыли компании будут зависеть только от успехов в ее основной деятельности — производстве самолетов¹.

Проектной компании инструмент страхования позволяет упростить процесс получения кредита, а в некоторых случаях в отсутствие страхования получить кредит нереально. Но очень часто в Российских условиях банки указывают инвестору в какой компании следует застраховаться, причем часто не на самых выгодных для инвестора условиях. Антимонопольные органы уже занялись данным вопросом и банкам, судя по всему, придется отменить данную практику взаимодействия со страховыми компаниями. Застраховав свои риски, компания минимизирует также и риск банка-кредитора, в частности, риск неисполнения обязательств по погашению кредита в связи с неуспешной реализацией инвестиционного проекта.

Для страховой компании работа с инвестиционными рисками это целый рынок с большим количеством потенциальных клиентов и значи-

тельным объемом страховых премий, что обусловлено масштабным характером ИП. Однако, в настоящее время, данный рынок является для России недостаточно развитым. В целом затраты на страхование в РФ примерно в 10 раз меньше, чем в странах Западной Европы¹. В качестве примера организации страхования инвестиционных рисков можно рассмотреть страхование строительно-монтажных рисков (СМР). По оценкам экспертов, объем рынка страхования СМР в 2006 году составил 12 млрд. рублей. Однако потенциал этого рынка значительно выше: в среднем по России страхуется около 10–12% строительно-монтажных работ (в Москве и Санкт-Петербурге — около 30%), тогда как на западе этот показатель близок к ста процентам². В то же время российский строительный рынок бурно развивается, темпы роста объемов строительных работ близки к 15% в год, а запуск национального проекта «Доступное и комфортное жилье», строительство в рамках подготовки к Олимпиаде и инвестиции в развитие инфраструктуры могут еще увеличить этот показатель. Таким образом, рынок страхования СМР может расширяться как за счет увеличения уровня проникновения (доли застрахованных объектов), так и за счет роста самой строительной отрасли. Тем не менее, имеющийся потенциал в полной мере еще не реализован. Чаще всего страхуются проекты с участием государственного и иностранного капитала. Повышению уровня проникновения страхования на строительный рынок препятствует низкое качество риск-менеджмента в строительстве и слабое развитие законодательства, регулирующего данный вид страхования. Так, на сегодняшний день закон позволяет построить небоскреб, застраховав его на страховую сумму 100 рублей. Депутаты Госдумы РФ только планируют обязать российских строителей страховать гражданскую ответственность перед третьими лицами. Эта мера может стать выходом из тупиковой ситуации, создавшейся ввиду законодательного решения об отмене лицензирования строителей в России. Нелогичность такой отмены особенно заметна на фоне участвовавших происшествий в строительной сфере. Поэтому представители Росстроя, депутаты и страховщики обсуждают возможность создания альтернативной системы контроля качества строительных работ. Им предстоит разработать законодательные изменения, регулирующие порядок обязательного страхования ответственности строителей, а также законодательно обосновать создание в России саморегулируемого объединения строителей.

¹ Директор-Инфо. 2002. № 38.

² Комлева Н. Замороженный потенциал // Эксперт. 2007. № 38.

¹ The Economist. 1999. № 11. p. 77.

Страховщики хотят создать свой пул, так как появление законопроекта сулит расширение круга застрахованных по этому виду, потребует выработки новых технологий ведения бизнеса. Теоретически, пул мог бы также заниматься вопросами страхования всех видов инвестиционных рисков в строительстве, формировать и рекомендовать технические стандарты, а также определять подходы к оценке строительных рисков. Замена лицензирования строительной деятельности на механизм страхования, на наш взгляд, будет эффективной мерой по повышению финансовой устойчивости строительных организаций. Компании будут обязаны застраховаться, но они наряду с уплатой взносов они минимизируют как свои частные риски, так и риски в целом по отрасли. Введение обязательного страхования ответственности строителей опосредованно может повлиять на рост популярности добровольного страхования строительно-монтажных рисков. Так, появление ОСАГО стимулировало развитие имущественного автоКАСКО.

Применительно к страхованию инвестиционных рисков все операции можно разделить по фазам проектирования:

- страхование рисков деятельности на прединвестиционной фазе (например, страхование профессиональной ответственности разработчиков проектно-сметной документации);
- страхование рисков деятельности на инвестиционной фазе (страхование грузов, страхование разнообразных строительно-монтажных рисков, страхование рисков неплатежа по контракту и т.д.);
- страхование рисков деятельности на производственной фазе (разные виды имущественного страхования, страхование экологических рисков и другие виды страхования ответственности, страхования от простоя производства, прерывания производственной деятельности и т.д.);
- страхование рисков деятельности на фазе закрытия проекта (например, страхование рисков демонтажа платформ при добыче нефти на морском шельфе).

На отдельных этапах в рамках той или иной фазы проектного цикла могут применяться специфические виды страхования. Например, в рамках производственной фазы на протяжении 1–2 лет после пуска объекта может применяться страхование послепусковых гарантийных обязательств подрядчика.

Таким образом застраховать можно риски всего жизненного цикла проекта, начиная с момента его разработки и заканчивая его закрытием.

Страхование рисков инвестиционной деятельности одновременно входит в три существующие отрасли страхования: имущественное страхование, страхование ответственности и страхование экономических(финансовых) рисков. В соответствии с законодательством РФ допускается страхование объектов, относящихся к разным видам имущества и (или) личного страхования, — комбинированное страхование.

Различные виды страхования инвестиций могут осуществляться как в обязательной, так и в добровольной форме. Добровольное страхование основано на добровольно заключаемом договоре между страхователем и страховщиком, исходя из страхового интереса каждого из них. Принцип добровольности распространяется как на субъект экономики, так и на страховщика, позволяя последнему уклоняться от страхования, если он считает принятие риска на определенных условиях невыгодным для себя.

При реализации инвестиционного страхования страховым компаниям придется встретиться в разных проектах со сложными и, возможно, неодинаковыми системами рисков, представленными не во всем одинаковыми классификациями, включающими большое количество рисков. Это значит, что при подготовке к страхованию каких-либо рисков инвестиционных проектов необходимо тщательно исследовать реально существующую систему рисков и четко ее зафиксировать документально. Это важно сделать страховщикам не только для того, чтобы самим разобраться, но и для того, чтобы при переговорах со страхователем и заключении с ним договора обе стороны стояли на одинаковых позициях в отношении признания реально существующей системы рисков. Возможно, эту позицию будет полезно зафиксировать документально в качестве приложения к договору страхования. Тогда при возникновении проблем у участников реализации проекта или инвесторов можно будет объективно разобраться, был ли такой случай предусмотрен договором страхования, или нет.

При страховании инвестиционных рисков зарубежные страховые компании широко используют полное (комплексное) страхование рисков инвестиционных проектов. Данный вид страхования только начинает развиваться в России и пока не получил широкого развития. В отсутствие общепринятых российских типовых договоров комплексного страхования все чаще применяются на практике западные условия страхования. Так в страховании строительно-монтажных работ используются полисы CAR (Contractors All Risks) и EAR (Erection All Risks). Стандартный полис страхования CAR является комплексным страховым продуктом и включает три основные составляющие: страхование имущества (стоимости строительных работ, материалов, оборудования,

расходов на расчистку территории после страхового случая), страховые гражданской ответственности перед третьими лицами и страхования от потери дохода. Полис EAR является также комплексным, но используется когда предприятие в большей степени подвержено рискам, связанным с монтажом оборудования. Данным полисом обеспечивается покрытие рисков во время тестов и испытаний в конце срока монтажа до сдачи оборудования в эксплуатацию после успешно проведенного подробного испытания.

В рамках страхования CAR могут быть застрахованы все объекты гражданского и подземного строительства, например:

- жилые дома и конторские здания, больницы, школы, театры;
- промышленные сооружения, электростанции;
- дорожные и железнодорожные сооружения, аэропорты;
- мосты, дамбы плотины, туннели, ирригационные и дренажные сооружения, каналы, порты.

Страхование EAR охватывает монтаж и пробное испытание всех видов:

- машин, механизмов и конструкций, например: турбин, генераторов, паровых котлов, коммутационных устройств; станков, транспортеров; печатных и бумагодельных машин, воздушных линий, трубопроводов, емкостей;
- силовых установок и фабрик, в состав которых входят такие объекты, как электростанции, сталеплавильные заводы, химические установки, доменные печи, бумажные заводы, текстильные фабрики, а также установки для производства других потребительских товаров.

Распространение такого рода договоров обусловлено появлением западных инвестиционно-строительных компаний, которые заявляют российским страховщикам о своей потребности в страховых продуктах с неременным наличием условий и оговорок, исторически сложившихся в западной практике.

Сама идея покрытия нескольких видов риска в течение нескольких лет по одному договору страхования отнюдь не нова: возникнув в семидесятых, сегодня такие продукты стали очень популярными и востребованными. В рамках заключаемого договора происходит комбинирование нескольких направлений страхования, к примеру, огневое, от прерывания бизнеса и ответственности. Комплексный подход позволяет получить значительные (до 30%) скидки по сравнению с покупкой полисов отдельно по каждому виду страхования. Кроме того, комплексная защита дает возможность учитывать индивидуальные по-

требности страхователя и специфику страхуемых объектов. Лимит ответственности страховщика определяется в целом по всем видам застрахованных рисков, в отличие от традиционного страхования, где расчеты производятся на ежегодной основе по каждому риску в отдельности.

Если же заключать договор комплексного страхования рисков, то удастся не только сэкономить средства при страховании, но и выбрать оптимальный набор рисков, подлежащих передаче в страховую компанию. Каждый такой страховой продукт уникален и создается с учетом специфики того или иного клиента. Такой подход позволяет, с одной стороны, избежать излишнего страхования, а с другой — компенсировать потери по некоторым рискам, которые не включаются в договор при использовании набора традиционных страховых полисов.

Хотя подобные продукты сложнее продуктов традиционного страхования, но они являются выгодными и страхователю и страховщику.

Но, несмотря на все очевидные теоретические преимущества, комплексное страхование пока не получило широкого распространения на практике по следующим причинам:

- высокая стоимость подготовительного периода. Процесс создания уникального продукта требует тщательного изучения рискового профиля страхователя, что является достаточно дорогостоящей процедурой;
- высок кредитный риск. Концентрация рисков в руках одного страховщика повышает зависимость страхователя от кредитоспособности страховой компании;
- нежелание передавать значительное количество рисков на страхование. Для Российских предприятий это прежде всего связано с желанием сэкономить средства, а не с высоким развитием риск-менеджмента;
- отсутствие четкого регулирования в области налогообложения и бухгалтерского учета подобных операций.

В заключение хотелось бы отметить, что в России складываются в целом благоприятные условия для масштабной реализации инвестиционных проектов, но при этом нельзя забывать о грамотном современном управлении их рисками, которое включает как адаптацию зарубежных разработок, так и создание собственных моделей. Необходимо эффективно управлять данными рисками, создавая адекватные системы, и в этом деле на ведущую роль выходит страхование инвестиционных рисков. Чем быстрее и качественнее будет освоен этот сегмент российского страхового рынка, тем большую активность смогут развить отечественные и иностранные инвесторы.

А. В. Горделий, Н. Н. Грищенко, Е. В. Толстоброва,
Академия менеджмента инновации (институт)

Опыт разработки информационных автоматизированных систем для предприятий различных форм собственности

Разработку информационных автоматизированных систем рассмотрим на примере автоматизации административного управления. Проблемность, в данном случае, заключается в повышении эффективности и качестве труда работников, выполняющих управленческие функции. При этом разработка систем управления с использованием компьютерных средств имеет ряд особенностей. Одна из них связана с тем, что в подавляющем большинстве случаев автоматизации подлежат уже сложившиеся системы управления, и автоматизация не должна нарушать работниками выполнения функций. Для этого нужно определить операции, которые целесообразно выполнить с помощью ПЭАМ, то есть что оставить за человеком, а что возложить на компьютерные средства. Кроме того, необходимо определить состав подразделений системы управления, связи между ними, разделение ответственности между подразделениями и выполняемую ими работу.

Выборочный способ использования ЭВМ обусловит также организацию и состав работ по автоматизации, их масштаб, сроки, стоимость, количество участников, их квалификацию. Разработка новых информационных технологий на базе ПЭВМ, рассчитанных на человеко-машинную работу, требует больших усилий и несравненно более высокой квалификации работников.

Компьютерное выполнение работ требует, прежде всего, разработки алгоритмов и соответствующего программного обеспечения. Количество

необходимых алгоритмов и программ, их сложность опять-таки зависит от выбранного способа использования ПЭВМ. Но в любом случае алгоритмическое и программное обеспечение разрабатываются постепенно, в установленной очередности для решения конкретных задач управления. Постепенность, поочередное внедрение результатов разработки — особенность автоматизации управления. Переход «Ручной» системы в компьютерную определяется имеющимися ресурсами разработчиков.

Выбор очередности работ, переводимых на ПЭВМ, определяется рядом факторов, в первую очередь, автоматизируются не управленческие функции, которые дают необходимый эффект. Автоматизация выполнения функций и осуществляется переводом на компьютерное выполнение отдельных функциональных задач. Для них разрабатываются модели, программы, создаются информационные массивы и др. При автоматизации управления, с одной стороны, имеет место стремление создать единую законченную систему, а с другой — ограниченные возможности заставляют вести внедрение ПЭВМ постепенно, наращивая количество работ, выполняемых с помощью компьютерных средств.

Также необходимо отметить, что разработка методик и технологий сбора и переработки информации в ПЭВМ довольно длительный и трудоемкий процесс. Но в то же время специфика применения ПЭВМ в сфере управления такова, что использование их можно, не дожидаясь окончания разработки.

В процессе разработки информационных автоматизированных систем. В частности, это подготовка технического задания (ТЗ) на ее разработку. В ТЗ указываются конкретные цели, которые должны быть достигнуты в результате внедрения ПЭВМ и очередность решения отдельных задач управления. И, наконец, ТЗ должно учитывать возможности последующего развития системы управления в целом.

После утверждения ТЗ у заказчика следует приступить к разработке технического проекта (ТП), в ряде случаев разрабатывается непосредственно техно-рабочий проект.

На этапе ТП, как правило, производится окончательный выбор технических средств, даются формальные постановки решаемых задач, разрабатываются алгоритмы и программы их решения, инструкции для работы персонала. Кроме того, разрабатываются документы, наиболее подходящие для компьютерной обработки и схемы документооборота. Осуществляется расчет экономической эффективности, окончательно выбирается структура системы, методы работы и т.п.

Большое значение уделяется организации работ в информационно-вычислительном центре (ИВЦ), которому передаются спроект-

тированные и апробированные на демонстрационном массиве информации, та или другая функционирующая или в целом ряд функций. После чего осуществляется разработка рабочего проекта и внедрение в эксплуатацию.

Специфика разработки компьютерной системы обуславливает возможность совмещения по времени ее отдельных этапов. Так, например, решение одних задач может находиться на стадии рабочего проектирования и даже внедрения, а для других в тоже время только вести техническое проектирование.

Разработка компьютерной системы — длительный процесс, в котором участвуют специалисты, различного назначения, различной ответственности и даже имеющих свои цели, отличные от целей разработчиков.

Например, руководство организации — заказчика заинтересовано в дешевой разработке с получением скорейшего эффекта от автоматизации, а у разработчиков собственные научные и производственные интересы, а другие рассматривают необходимость взаимодействия как помеху, мешающую им выполнять свои прямые обязанности, третьи — беспокоятся, что в новых условиях они окажутся не у дел и т.п.

В любом случае для управленческого аппарата любая информационная система — дополнительная забота. Опыт показал, что во главе разработчиков подобных систем должен стоять руководитель организации — заказчик, либо один из его заместителей. Руководитель, занимающийся вопросами внедрения ПЭВМ, должны быть в курсе хода разработок и утверждать все основные принципиальные решения. Обычно в группу руководства разработкой, которая рассматривает все принципиальные вопросы, входит 5—7 ведущих работников организации заказчика и разработчика.

Для организации разработки компьютерной системы утверждаются планы, составляются списки сотрудников организации — заказчика, информация от которых будет полезна при разработке. Как правило, проблемные и другие функциональные подсистемы ведутся по согласованию со структурными и функциональными подразделениями организации. Во главе этих разработок также должны быть достаточно компетентные работники.

Разработка подсистем ведется по отдельным задачам, выбор которых и утверждение очередности их решения также входит в обязанности руководителей разработки. Следует особо подчеркнуть, что при разработке компьютерной подсистемы осуществляется четкое взаимодействие разработчиков и заказчиков на всех этапах создания ин-

формационных автоматизированных подсистем. Важное значение имеет фактор своевременного обучения персонала, которому предстоит работать в условиях информационных автоматизированных систем управления, основанных на современных компьютерных средствах и программном обеспечении.

При этом, важное значения придается разработке подсистем, обеспечивающих автоматизацию производственных процессов. Основным направлением совершенствования производственных процессов является разработка и внедрение компьютерных систем управления техническими процессами (КСУТП). Следует отметить, что КСУТП, как правило, управляют установками и агрегатами на предприятиях с непрерывным характером производства, то есть в таких отраслях как химия, нефтепереработка, энергетика и др.

Непрерывные технологические процессы отличаются тем, что сырье и полуфабрикаты подаются на переработку непрерывно и часто поступают без промежуточного хранения. При этом оптимизация управления в реальном масштабе времени, то есть в темпе технологического процесса, возможна только с помощью его моделирования на ПЭВМ.

В производстве также используются компьютерные системы управления технологическими процессами с дискретными производствами и серийным выпуском продукции. В этих системах применяются станки с числовым программным управлением (ЧПУ), которые позволяют без участия оператора переход на обработку, например, новой партии деталей. Однако замена инструмента, установка заготовки, снятие детали, уборка отходов и загрузка управляющей программы, пока ещё остаются за непосредственным работником.

В последние годы компьютеризация технологических процессов дискретного производства связана с внедрением промышленных роботов (ПР), обеспечивающих автоматизацию погрузочно-разгрузочных операций, и с созданием робототехнических комплексов (РТК), представляющих собой систему из одной или нескольких единиц технологического оборудования, обслуживаемую одним или несколькими ПР.

Комплекс обрабатывающего оборудования управляемого системой ЧПУ, как правило, на базе микро-ЭВМ и автоматизированных систем замены инструментов и др., способный долгое время автоматически вести обработку разной продукции, называется гибким производственным модулем (ГПМ) и является разновидностью компонентов автоматизации дискретного производства. Гибкость позволяет быстро переходить на выпуск новых изделий, что является фактором ускорения НТП, основанного на инновационных технологиях.

В последние годы, особенно в машиностроении, все большее распространение получают гибкие производственные системы (ГПС). При этом целью создания ГПС является обеспечение на автоматизированном оборудовании эффективного выпуска изделий мелкими партиями и возможности быстрого перехода на выпуск новых изделий. Достижение этой цели связано не только с возможностью программной перенастройки технологического оборудования, но и с обеспечением необходимой гибкой системы управления предприятием. ГПС, как правило, представляет трехуровневую систему организации производства. Верхний уровень — это подсистемы и задачи КС предприятий КСУТП в части организации и технической подготовки производства. При этом средний уровень ГПС представляет гибкие автоматизированные участки (ГАУ) и гибкие автоматизированные линии (ГАЛ). Гибкие автоматизированные участки (ГАУ) связаны материальными потоками со складами и производственными подразделениями предприятия, получая от них материалы, заготовки, оснастку и передавая им готовые изделия (полуфабрикаты), а также отходы и обработанный инструмент.

Нижний уровень ГПС представлен гибкими производственными модулями (ГПМ), основу которых составляет технологическое оборудование, входящее в состав ГАУ. Компоненты ГАУ имеют собственные локальные системы управления. Основными в составе ГАУ являются гибкие производственные модули, которые и определяют технологические возможности ГАУ.

Среди других типов КС основное место занимают компьютерные системы управления предприятием (КСУП), предназначенные для сбора, обработки и выдачи информации в процессе принятия управленческих решений. Взаимодействие руководителей в КСУП происходит в различных режимах. В первую очередь реализуется регламентный режим, то есть получение информации о выполнении плановых заданий, в основном в виде отклонений плана. При этом данные о состоянии производства поступают в ИВЦ непосредственно с объектов управления (цехов, складов и т.д.). Руководители получают информацию в виде значений строго регламентированных наборов показателей через установленные интервалы времени.

В целом КСУП участвует не только в формировании рекомендаций для принятия решений в организации управления, но и помогает выбрать наиболее рациональные технические и технологические решения. Известно, что основой проектирования является задание в виде первичного описания объекта, т.е. алгоритм его функционирования или алгоритм процесса. При этом взаимодействие работника и

ПЭВМ позволяет создать компьютерные системы автоматизированного проектирования (КСАПР), целями которых являются:

- повышение производительности и качества инженерно-технического труда при проектировании различного рода объектов и изделий;
- создание системной технологии процесса проектирования, включающей взаимосвязанные процессы проектирования;
- улучшение технико-экономических показателей последующей эксплуатации проектируемых объектов и процессов;
- сокращение сроков разработки проектов.

КСАПР можно рассматривать как инструмент для проектировщика, предназначенный для создания условий эффективного сочетания творческих способностей человека с возможностями, присущими ПЭВМ. КСАПР позволяет проектировщику использовать в процессе проектирования математические модели, реализовать синтез оптимальных решений, сформировать промежуточные проектные и конструкторские решения на видео устройствах, производить корректировку и анализ этих решений с помощью компьютерных методов, осуществить компьютерное изготовление документации, реализовать сбор, обработку и накопление необходимой информации для дальнейших работ.

Начиная с 70-х годов, производились технические комплексы на базе мини-ЭВМ, получивших название автоматизированных рабочих мест (АРМ) проектировщиков.

АРМ проектировщика, а КСАПР — это комплекс технических средств, состоящих из малой ЭВМ и внешних устройств, в том числе диалоговых и графических, находящихся в непосредственном распоряжении исследователей. При этом АРМ позволяет решать комплекс задач в автономном режиме или в режиме взаимодействия с центральной ПЭВМ.

В составе АРМ используются также адаптеры дистанционной связи и графопостроители для изготовления чертежей, схем, графиков на бумаге. Имеется в распоряжении ученых специальная техника, которая позволяет проводить научные исследования, опираясь на вычислительную технику, программные и математические средства. Для этой цели создаются различные классы АРМ исследователей, которые позволяют получить эффективные результаты.

Следует отметить, что всякая система управления фактически решает три основные задачи: сбор и передачу информации об управляемом объекте, переработку информации и, наконец, выдачу управляющих воздействий на объект управления.

Компьютерная система управления (КАСУ) осуществляет хранение нормативно-справочных и статистических данных. Весь процесс управления, от сбора информации до принятия решений, происходит с помощью ПЭВМ и других технических средств. Как известно КАСУ, в зависимости от них назначения, подразделяются на:

- системы управления технологическими процессами (КСУТА);
- системы организационного или административного управления.

Они различаются объектами управления и формой передачи сведений. В КСУТП основной формой передачи информации являются сигналы (электрические, оптические, механические и др.), а в системах организационного управления — документ.

Компьютерная система организационного или административного управления подразделяются на системы государственного назначения (плановых расчетов, госстатистики и др.), КСУ предприятиями (КСУП), КСУ территориальными организациями, отраслями КСУ и др.

КАСУ организационного управления позволяет обеспечить более эффективное выполнение функций управления на основе использования экономико-математических методов и технические средства, включая вычислительную технику, средства сбора, обработки, передачи и хранения информации.

Автоматизированные системы управления объединяет несколько позиций: организационно-экономическую, математическую, техническую. И управления. При этом определяющей является организационно-экономическая часть, которая включает структуру КСУ, её место в системе управления, функциональные связи. Обычно она состоит из подсистем, характерных для каждого конкретного предприятия. Они представляются экономико-математическими в формализованном виде процессы развития функционирования объекта управления. Это, например, подсистемы технической подготовки производства; экономическое планирование; управления материально-техническим снабжением; оперативного управления основным и вспомогательным производством, сбытом, кадрами, качеством продукции, финансами и т.д.

Например, подсистема технико-экономического планирования решает задачи перспективного и годового плана предприятия в соответствии с производственной программой, рассчитывает объем реализованной продукции, калькуляцию себестоимости и цен. При этом вариантов осуществления плана может быть много, и для выбора наиболее эффективного способа организации производства необходимы расчет и сравнение технико-экономических показателей для каждого из них. Подобные расчеты осуществляются и с помощью других подсистем компьютерных систем организационного управления.

С. В. Абляев,

Российская Академия предпринимательства, к.э.н.

Проблемы организации и расширения филиальной сети банка

Анализ состояния коммерческих банков показывает, что структуризация данного рынка, связанная с ориентацией его на снижение риска спекулятивной деятельности, идет по пути укрупнения банковских образований, причем в значительной степени за счет расширения их филиальной сети. В связи с этим особо актуальным является вопрос детальной проработки методологии создания, а также организационного и финансового управления этой сетью с тем, чтобы стремление к форсированному захвату рынка не обернулось для головного банка снижением его финансовой устойчивости и доходности.

С учетом специфики текущего момента при разработке данной методологии необходимо учитывать следующие обстоятельства¹:

- расширение филиальной сети происходит преимущественно не за счет организации новых филиалов, а за счет санации и реорганизации ранее действовавших кредитных организаций со всеми потенциальными издержками банкротства, присутствующими этому процессу;
- повышение рискованности портфельных операций на фоне ярко выраженной тенденции к снижению общей доходности традиционных банковских операций обуславливает необходимость корректировки структуры и принципов управления

¹ Д. Мак Нотой и др. Банки на развивающихся рынках. Т.1; пер. с англ. М.: Финансы и статистика, 1994.

финансами банка и его филиалов, целевых функций и продуктовой ориентации последних;

- неразвитость инфраструктуры рыночной экономики, особенно в части внутренних механизмов саморегулирования, порождает повышенную чувствительность финансовых рынков к изменению политической ситуации в стране и существенно повышает роль детерминированных /нечетких/ источников неопределенности по отношению к вероятностным, что затрудняет долгосрочное прогнозирование рисков в деятельности банков классическими статистическими методами.

Перечисленные выше особенности однозначно указывают на целесообразность развития филиальной сети при нынешней экономической ситуации только при условии обеспечения за счет этого:

- наращивания собственной устойчивой и дешевой ресурсной базы;
- возможности оперативной диверсификации рисков за счет повышения гибкости в реструктуризации активных и пассивных операций;
- возможности снижения общих издержек банка за счет эффекта масштаба.

Это требует от руководства головного банка взвешенного подхода к реализации программы расширения филиальной сети исходя, в первую очередь, из экономических, а не сиюминутных конъюнктурно-политических предпосылок.

Так, хотя у многих крупных российских банков, таких как наблюдалась в последние годы положительная динамика развития филиальной сети, это не только не защитило их на сегодняшний день от серьезных финансовых проблем, но и дополнительно усугубило эти проблемы за счет резкого роста убыточности крупных филиалов. Учитывая, что издержки по банкротству в среднем по международной практике составляют 30–60% от активов обанкротившегося кредитного учреждения /ценность действующего банка всегда выше чем его ликвидационная ценность/, а в условиях российского рынка они могут достигать и до 100%, для банков с разветвленной филиальной сетью риск возникновения убытков /риск децентрализации управления/ пропорционален размерам этой сети ¹.

¹ Тютюник А.В. Банковское дело. М.: Финансы и статистика, 2005.

С позиций общесистемного анализа рассмотренная выше ситуация иллюстрирует наличие потенциальной финансовой неустойчивости филиального банка, связанную с объективным противоречием между необходимостью усиления, исходя из текущей ситуации, централизации его управления и возникновением естественной децентрализации при переходе к двухуровневой филиальной структуре. В этой связи, кстати, многие банки отдают предпочтение расширению сети отделений, а не филиалов, хотя это и ограничивает возможности региональной экспансии и затрудняет привлечение перспективной крупной клиентуры. Для иерархически организованных систем, к которым относятся, в частности, и банковские образования, степень децентрализации в конечном итоге определяется объемом делегированных на низовой /филиальный/ уровень функций и полномочий, т.е. непосредственно связана с универсализацией деятельности филиала ¹.

Необходимость децентрализации, в первую очередь, обусловлена объективным процессом трансформации любой сферы финансовых услуг от изначальной специализации в направлении универсализации и большей однородности или даже слияния финансовых институтов и рынков. Большинство ведущих специалистов в области банковского менеджмента считают децентрализованную модель управления более эффективной и конкурентно-способной, однако, и более рискованной ².

Таким образом, чем выше размерность филиальной сети и универсальность ее элементов, тем выше рискность деятельности банка в целом. При этом, поскольку головной банк, как юридическое лицо, несет по существу всю полноту финансовой, юридической и моральной ответственности перед ЦБ России за выполнение филиалами /не являющимися юридическими лицами/ своих обязательств, синхронно с формированием филиальной сети для снижения риска децентрализации, необходимо ужесточать и систему контроля за ней, как методами внутрибанковского регулирования через институт доверенностей, так и информационно-технологическими способами, обеспечивая оперативный мониторинг текущей деятельности филиалов.

Исходя из простейшей 2-хуровневой модели управления филиальным банком управление «сверху вниз» традиционно осуществляется путем формирования установочных целевых функций по отдельным

¹ Месарович М., Такахара Я. Теория иерархических многоуровневых систем. М.: Мир, 1993.

² Д. Мак Натой и др. Банки на развивающихся рынках. Т.1; пер. с англ. М.: Финансы и статистика, 1999.

банковским продуктам /лимиты кредитования, операций с ценными бумагами и т.п./ и по их агрегативным характеристикам /ликвидность, достаточность и т.п./ посредством системы директивных нормативов¹.

Для осуществления более достоверного контроля эти характеристики необходимо дополнить рядом принятых в международной практике директивных коэффициентов, регламентирующих индивидуально для каждой группы филиалов относительный вклад привлеченных и собственных средств, размер имобилизации, долю межбанковского кредита, структуру доходов и процентной маржи и т.п. Это заставит филиалы провести детальный функциональный, структурный и операционно-стоимостной анализ собственных балансов как в статике, так и в динамике, без чего невозможен серьезный подход к их универсализации.

Представляемые филиалами в головной банк данные по обобщенному анализу балансов и структуры собственных ресурсов являются, в свою очередь, агрегированной информацией, поступающей «снизу-вверх» в внутрибанковской иерархии, на основе которой он может более объективно планировать собственную ресурсную базу с целью обеспечения максимальной доходности и минимизации риска ликвидности. При этом менеджер Департамента филиалов головного банка, курирующий группу однородных /по региональному или продуктовому признаку/ филиалов, имея о них достоверную оперативную информацию имеет с одной стороны, возможность, регулируя в индивидуальном порядке процентные ставки, лимиты, стоимость комиссионных услуг, целенаправленно подстраивать сложившуюся структуру баланса под оптимальный набор приоритетных /с учетом сложившейся клиентуры и опыта работы/ типов технологий, а с другой, обеспечить необходимую степень взаимодействия между филиалами по горизонтали, в плане обмена ресурсами, взаимного кредитования клиентов, сбалансированности налоговых льгот для прибыльных и убыточных филиалов и т.п. Однако это ставит на повестку дня так же и вопрос о концепции технического вооружения филиалов, которая на сегодняшний день в большинстве случаев не учитывает децентрализованность управления филиального банка.

Необходимо особо подчеркнуть, что при реализации системы контроля и управления филиальной сетью приоритетным должен быть принцип повышения за счет расширения универсальности филиалов доходности банка в целом, а не отдельных его структурных подразделений. Кроме того, соблюдение филиалами даже типовых нормати-

вов НИ – Н9 устранил проблемы головного банка по перекрытию за счет собственных ресурсов перекоса в консолидированных нормативах по банку в целом. Источник происхождения «условного» капитала филиала при этом роли не играет.

Необходимо отметить, что дополнительного снижения риска децентрализации одновременно с усилением системы контроля со стороны головного банка можно обеспечить повышение централизации управления на филиальном уровне. Для модели универсального филиала типична функциональная организационная структура, предполагающая декомпозицию банковской технологии на обособленные участки по функциональному признаку и централизованное управление ими по иерархическому принципу. При этом баланс приоритетов принятия решений по горизонтали всегда должен реализовываться в пользу оперативных отделов по отношению к штабным¹.

Исключить возможность трансформации функциональной организации в дивизиональную, при которой функции управления сосредоточены в руках специалистов по конкретным банковским продуктам, можно только при условии обязательного обеспечения высшим руководством филиала контроля:

- как формирование концепции развития филиала, его целей и задач; определение перспективных направлений деятельности;
- разработка нормативной документации по филиалам;
- принципы взаимодействия структурных подразделений;
- проведение обобщенного экономического анализа результатов деятельности филиалов;
- соблюдение требований головного банка к учету, отчетности и знания нормативов и коэффициентов.

Исходя из вышеизложенного, работу по организации и расширению филиальной сети можно осуществлять только основываясь на заблаговременно сформированном внутрибанковском меморандуме о филиальной политике, конкретизирующим детальный комплекс мероприятий стратегического и тактического характера, ориентированных на решение данной проблемы.

В первую очередь, он должен определить четкую позицию руководства банка по следующим направлениям:

1. Стратегические задачи банка в отношении развития филиальной сети, определяющие задачи, уровень полномочий и продуктовую

¹ Аствацатурянц Е.Р., Трушин. Многоуровневое иерархическое моделирование. М.: МИФИ, 2006.

¹ Поморина М.А. Планирование как основа управления деятельностью банка. М.: Финансы и статистика, 2005.

ориентацию филиалов в зависимости от доминирующего целевого рынка их региональной принадлежности;

2. Планируемые размеры и региональная структура филиальной сети исходя из реальных финансовых и организационно-технических возможностей головного банка с учетом необходимых издержек и сроков санации или реорганизации включаемых в систему новых кредитных учреждений;

3. Принципы построения и структуру организации системы централизованного управления филиалами, с детализацией обязанностей и полномочий подразделений головного банка в этой системе, включая вопросы регулирования межфилиальных взаимодействий;

4. Принципы организации и структуру системы мониторинга и контроля за деятельностью филиальной сети, с детализацией экономических критериев оценки эффективности ее функционирования в целом и по филиалам различной функциональной и региональной принадлежности;

5. Директивная регламентация базовых моделей внутрифилиальной организации по типовым /региональным и функциональным/ группам, включая индивидуальные экономические нормативы их деятельности, базовые банковские продукты, приоритетные для данной группы филиалов, размер «условного» капитала, которым головной банк наделяет филиал;

6. Принципы организации внутрибанковской системы информационного обмена в широком, а не только программно-техническом аспекте, ориентированной на создание единого информационного пространства для филиалов и подразделений головного банка и обеспечивающей, в первую очередь, оперативный доступ со всех уровней к экономической и текущей операционной базе данных;

7. Принципы, методы и мероприятия по санации и реорганизации убыточных кредитных учреждений, планируемых к включению в филиальную сеть.

В свою очередь каждый вновь организуемый филиал в строгом соответствии с обще банковским меморандумом обязан формировать собственные программы развития на аналогичный период.

Приведенный выше краткий обзор общеметодологических особенностей организации филиальной сети крупных банков на современном этапе, определяет исходные предпосылки для проведения последующего анализа возможности выявления типовых элементов прикладных унифицированных методик финансового менеджмента на уровне филиалов, которые можно было бы рекомендовать для включения в общебанковский меморандум.

М. Н. Дудин,

ст. преподаватель Российской Академии предпринимательства

Повышение эффективности процесса управления интеллектуальным капиталом — как одно из главных условий конкурентного преимущества экономики

Сегодня никто не оспаривает, что экономика России очень зависит от глобальной экономики. Если спрос и, соответственно, цены на нефть упадут, может оказаться, что текущих инструментов по стимулированию экономики России окажется недостаточно, именно, поэтому необходимо заранее обратить внимание на другие формы стимулирования.

Рассматривая пути выхода из создавшейся ситуации, необходимо обратить внимание на развитие инвестиции в И.К., так как они служат средством позволяющим странам участникам процесса глобализации экономических процессов, повышать производительность своих ресурсов и таким образом увеличивать объем производимых услуг и товаров, а также поднимать уровень благосостояние граждан.

В условиях перехода предприятий от принципов постиндустриальной экономики к практике экономики знаний, внимание топ-менеджмента обращено к таким сторонам работы компаний, как человеческий ресурс и интеллектуальный капитал. Эффективное использование и развитие знаний становится условием обеспечения конкурентоспособности компаний, а также является отправной точкой основы зарождения нового сильного Российского государства со стабильной экономикой, получающего суммы сопоставимой с бюджетом страны, не от продажи сырьевых ресурсов, а за счет внедрения инновационных технологий в экономику нашей страны.

Термин интеллектуальный капитал в современном понимании — это прежде всего, люди и знания, которыми они обладают. А также их навыки, связи и все то, что помогает эффективно использовать их. Из всех перечисленных составляющих интеллектуального капитала, вложения в знания являются наиболее приоритетными и в конечном результате дают большую прибыль. Согласно исследованиям, проведенным компанией <Моторола>, 1 долл., вложений в инновационные знания сегодня, приносит 33 долл. прибыли. Причем знания могут быть привлечены как от работников данной организации, так и от любых людей, в том числе и из внешнего окружения.

Отсюда можно сделать вывод, что главный источник дохода (прибыли) — это мозговая активность, активное использование интеллекта сотрудников компании или собственного интеллектуального капитала индивидуального предпринимателя. Интеллектуальный капитал представляет собой достаточно сложную категорию, сочетающую в себе различные нематериальные ресурсы организации. Многообразие различных подходов исследователей к определению понятия интеллектуального капитала привели к тому, что в научных кругах сформировано лишь общее представление об его составе, а единая точка зрения на взаимосвязь его состава, и их иерархия еще не оформилась. Как следствие данной проблемы в настоящее время не только отсутствует методика, позволяющая с должной степенью достоверности определить эффективность инвестиций в интеллектуальный капитал но, и не выработаны единые подходы к оценке этого вида вложений, а также к определению их финансового результата. Однако в настоящее время в научной литературе и прессе, принято различать три основных составляющих интеллектуального капитала:

1. **Человеческий капитал** — это, как правило персонал и рабочие кадры, а также совокупность знаний, практических навыков и творческих способностей этих категорий, приложенная к выполнению текущих задач.

Человеческий капитал не может быть собственностью компании. Можно купить патент, нанять высококлассного специалиста, но нельзя запретить изобретателю разрабатывать новые технологии для ваших конкурентов или использовать полученные знания, навыки и умения вне организационной структуры, в рамках которой они были получены.

К сожалению, многие российские руководители с упорством, достойным лучшего применения, пытаются наглухо замуровать человеческий капитал в рамки авторитарной корпоративной культуры.

Однако со всех точек зрения и, прежде всего, с точки зрения стратегического управления гораздо эффективнее направить эти усилия на оптимизацию структурного капитала. Сделать так, чтобы опыт и знания профессионалов становились достоянием организации, причем вне зависимости от того связывают ли эти люди свое будущее с ней или нет. Это намного более действенный способ создания зрелой корпоративной культуры, чем формальная регламентация и контроль за информационными потоками в ней.

В современных условиях и на ближайшее будущее единственный фактор, развитие который имеет достаточно обширный ресурс как по качественно-количественным параметрам, так и по временным — это человеческий капитал.

2. **Структурный капитал** — это организация труда в коллективе и то, что остается, когда сотрудники уходят домой. К структурному капиталу организации можно отнести корпоративную культуру организации; философию управления; управленческие процессы; систему обучения персонала организации. И это — далеко неполный перечень признаков структурного капитала, нельзя забывать о знаниях, которые именуются (молчаливыми) или (подразумеваемыми), они передаются от человека к человеку путем показа, демонстрации приемов.

С точки зрения практики управления большая значимость структурного капитала в сравнении с человеческим объясняется тем, что он значительно легче поддается капитализации.

3. **Клиентский капитал**, включая деловую репутацию и связи с потребителем — это наверное, самое непривычное словосочетание, так как, такой капитал не принято учитывать среди активов предприятий, хотя все хорошо понимают, что налаженные связи и хорошие отношения с постоянными покупателями стоят много и ради их получения стоит вкладывать средства. Просто настал момент, когда учет такого рода вложений многие фирмы пытаются поставить на четкую методическую основу и добиваются в этом деле определенных успехов.

Все три составляющих являются критическими для современной фирмы, работающей в рыночных условиях. Потеря одной из них грозит предпринимательству разорением.

Интеллектуальный капитал — это корни компании, скрытые условия развития, таящиеся за видимым фасадом ее зданий и товарного ассортимента, именно в этом и заключается особое понятие интеллектуального капитала.

Понятие интеллектуального капитала ввел в научный оборот Дж. Гэлбрейт, который употребил этот термин в письме экономисту М. Калека в 1969 г. Первым, кто подробно обосновал этот термин, был Т. Стюарт. В статье, вышедшей в 1991 г. «Сила интеллекта: как интеллектуальный капитал становится наиболее ценным активом Америки» он определил интеллектуальный капитал как сумму всего того, что знают работники компании и что дает конкурентное преимущество компании на рынке. В дальнейшем понятие интеллектуального капитала дополняли и уточняли другие авторы.

Для рождения интеллектуального капитала недостаточно одного творческого потенциала. Базой его формирования являются следующие характеристики рабочей силы: природные качества (здоровье, психофизиологическая устойчивость), соответствующее воспитание, давнее индивидуальное умение и желание упорно, дисциплинированно трудиться, систематически работая над собой; профессиональная подготовка, квалификационный уровень, сочетающийся с неуклонной работой над его повышением, поиск новых решений, постоянное повышение культурного уровня расширяющее горизонт знаний и мышления; чувство хозяина. В целом это формирует определенный творческий креативный менталитет, который является неотъемлемой движущей частью интеллектуального капитала. Это система характеристик, определяющих способность человека, то есть качество рабочей силы индивидуума, совокупного работника предприятия, фирмы корпорации, страны, материализуемое или проявляющееся в процессе труда, который создает товар, услуги, прибавочный продукт в целях их воспроизводства на основе персонифицированного экономического интереса каждого субъекта, их совокупности.

Рассматривая понятие интеллектуального капитала — необходимо понять, можно ли считать капиталом время, потраченное на получение образования, повышения квалификации, а также переподготовку кадров. Интеллектуальный капитал включает в себя понятия человеческого капитала, интеллектуальной собственности, рыночного актива и их составляющих.

Интеллектуальный капитал как объект управления должен рассматриваться в тесном функциональном взаимодействии с промышленным капиталом, так как в процессе превращений интеллектуальный капитал овеществляется в материальной продукции, создавая интеллектуальную составляющую рыночной ее стоимости, что предопределяет переход интеллектуального капитала в денежную форму. И как правило конечный результат от применения интеллектуально-

го капитала — это не что иное, как получение дополнительной прибыли для удовлетворения личных потребностей хозяина интеллектуального капитала.

Важен факт, что интеллектуальный капитал как экономическая категория может существовать только в рыночной экономике, в условиях рынка, как и другие формы капитала, когда способность к труду является товаром, приносящим не только стоимость, но и прибавочную стоимость. Рынок платит за то, что обладает ценностью. Именно в рыночном обществе неравенство людей в их интеллектуальных способностях наиболее резко бросается в глаза. Разрыв между тем, что на самом деле представляет собой человек и его имеющиеся успехи, с одной стороны, и тем, что он думает о своих возможностях и достижениях, с другой стороны, безжалостно обнажается.

Интеллектуальный капитал является ведущим капиталом и составляет основу любого предприятия на современном этапе развития рыночной экономики. Именно интеллектуальный капитал задает темп и характер обновления технологии производства и его продукции, которые затем становятся главным конкурентным преимуществом на рынке. Интеллектуальным капиталом в современных условиях могут обладать люди любых профессий, способные к творческому мышлению, так как их капиталом становится способность к неординарным поступкам и действиям.

В современной действительности руководители инновационных предприятий научились управлять интеллектуальным капиталом. Использование механизмов соционики, базирующейся на психологических типах взаимоотношений на стыке психологии, социологии и информатики, в решении проблем управления интеллектуальным капиталом дает в руки руководителям организаций эффективный инструмент формирования команд, способных предложить новую идею и успешно реализовать ее на практике. Современные руководители проводят и оплачивают для своих сотрудников тренинги и лекции, создают корпоративную библиотеку, или базу знаний. Не уступают им и многие родители, тратя на обучение и воспитание детей, большие суммы денег — зная, что расходы на обучение и воспитание — это инвестиции в светлое будущее и наращивание семейного капитала.

Таким образом, создается сообщество интеллектуального капитала двигаясь по пути прогресса, оно подталкивает экономику России в рамки жесткой конкуренции с мировой инновационной экономикой. Международная конкуренция стран требует постоянного пополнения свежего интеллектуального капитала.

Рассматривая пути выхода из создающейся ситуации — 5 сентября 2005 года Президент Российской Федерации Владимир Путин объявил о старте четырех приоритетных, инновационных, российских национальных проектов: «Образование», «Здоровье», «Доступное жилье» и «Развитие агропромышленного комплекса». По мнению главы государства, «во-первых, именно эти сферы призваны определить качество жизни людей и социальное самочувствие общества. И, во-вторых, непосредственно решение именно этих вопросов прямо влияет на демографическую ситуацию в стране и, сможет исправить последствия кризиса 90 гг., а также создать необходимые стартовые условия для развития, так называемого интеллектуального капитала».

Приоритетный, инновационный национальный проект «Образование» призван ускорить модернизацию российского образования, результатом которой станет доступность современного элитного образования, адекватного меняющимся запросам общества и социально-экономическим условиям нашего времени. В нацпроекте заложено два основных механизма стимулирования необходимых системных изменений в образовании. Во-первых, это выявление и приоритетная поддержка лидеров — «точек роста» нового качества образования. Во-вторых — внедрение в массовую практику элементов новых управленческих механизмов и подходов.

Благодаря принятию национальному проекту «Образование» — концепция модернизации Российского образования на период до 2010 г. — законно обрела вторую жизнь. Современная концепция основана на повышении интеллектуальных способностей россиян за счет внедрения новых инновационных форм обучения, а также создания и развитие на базе высшей школы новой инновационно-инвестиционной инфраструктуры, выполняющей функцию среды, соединяющей образование, науку и производство товаров и услуг.

Существующая российская концепция модернизации образования должна не только обеспечить становление экономики, основанной на знаниях, но и способствовать участию России в качестве равноправного партнера в мировом инновационном процессе интеллектуального капитала. Чем больше людей включено в программу модернизации, тем устойчивее и здоровее экономика России. В концепцию включено дошкольное обучение, начальное образование, среднее профессиональное и среднее полное образование, высшее профессиональное и послевузовское образование, а также аспирантура и докторантура.

В сложившейся ситуации для скорейшего решения поставленных задач необходимо искать новые формы обучения за счет коммерциализации образовательных учреждений. Поэтому не является странным тот факт, что каждый второй диплом высшего образования уже сейчас выдается негосударственными вузами на платной основе. Развитие интеллектуального капитала требует больших финансовых вложений, особенно для получения высшего образования. Россияне вынуждены платить за подготовку и поступление вузы и ежемесячно в течение всего времени обучения.

В связи с повышением спроса на образование высокого уровня, интеллектуальный капитал нашей страны пополняется, больше становится желающих и получающих несколько высших образований. Больше изучают иностранные языки и проходят профессиональную переподготовку.

Президент Российской Федерации В.В. Путин отвечая на вопросы заданные в прямом эфире, о значимости интеллектуального капитала страны заметил, что для повышения интеллекта молодых россиян необходимо ввести инновационные программы обучения по всем видам образования, в том числе и в подготовке будущих ученых — кандидатов, докторов наук.

Решение проблем экономики и судьба всей страны зависит от интеллектуальных способностей россиян основанных на знаниях, полученных в учебных заведениях нашей стран. В этом сегодня состоит главная миссия системы образования Российской Федерации.

Благодаря концепции модернизации образования на период до 2010 г. Россия в настоящий момент вошла в пятерку развитых стран мира по удельному весу лиц с высшим образованием в численности экономически активного населения.

В России имеется интеллектуальный капитал с хорошей общеобразовательной подготовкой и много специалистов с высшим образованием. Но парадокс российской действительности заключается в том, что значительное число таких специалистов с международным уровнем квалификации не находит себе применения в отечественной экономике. К большому сожалению даже высококвалифицированные работники чувствуют себя только ресурсами — многих из них сегодня еще заставляют (колоть орехи королевской печатью), поэтому мы видим эмиграцию из страны наиболее квалифицированных кадров. Действительно, стоимость труда¹ в России в

¹ Инновационный менеджмент. Справочное пособие / Под ред. П.Н. Завлина и др. М.: Центр исследований и статистики науки, 2003.

среднем составляет не более 1–2 долл. в час по сравнению, например, с 30 долл. в час в Германии — разрыв колоссальный, причина оттока интеллектуальных ресурсов на лицо.

Развитие экономической системы, то есть разрешение противоречий, обусловленных вероятностной духовной природой интеллектуальной деятельности человека, прямо зависит от движения интеллектуального капитала. Интеллектуальный капитал выступает как управляющая система для экономической системы.

Подводя итог всего вышесказанного, можно отметить, что исследование такого направления экономики, как повышение эффективности процесса управления интеллектуальным капиталом — как основы конкурентного преимущества экономики, чрезвычайно актуально для нашей страны. И в условиях рынка грамотное управление именно этой составляющей может значительно повысить эффективность бизнеса и обеспечить отрыв от конкурентов.

Литература

1. Приказ Министерства образования Российской Федерации «О Концепции модернизации российского образования на период до 2010 года» № 393 от 11.02.2002.
2. Анисимов А.Г. Становление инновационного уклада / Электронный журнал «Русский архипелаг» от 20.06.2002.
3. Громыко Ю.В. Искушение инновациями. Статья опубликована на сайте «Миссия России» от 18.09.2006.
4. Давыдов А.В. О некоторых социально-политических последствиях становления сетевой структуры общества // Юбилейный Аналитический вестник Совета Федераций Федерального Собрания РФ. апрель 2004. № 13.
5. Инновационный менеджмент / Под ред. С.Д. Ильенковой. М., 2007.
6. Инновационный менеджмент. Справочное пособие / Под ред. П.Н. Завлина и др. М.: Центр исследований и статистики науки, 2003.
7. Инновационная экономика / Под ред. А.А. Дынкина, Н.И. Ивановой. М.: Наука, 2001.
8. Маренков Н.Л. Инноватика: учебное пособие. М.: КомКнига, 2007. 304 с.
9. Модернизация региональных систем образования. Официальный сайт Министерства образования науки Российской Федерации. www.mon.gov.ru
10. Функционирование малого бизнеса материалы сайта <http://www.rcsme.ru/libArt.asp?id=4320>

Д. Г. Забелич,
аспирант Российской Академии предпринимательства

Совершенствование налогообложения иностранных юридических лиц

В условиях развития национальной экономики, неизбежно активизируются процессы по финансовой интеграции России в мировое сообщество. Россия, как и любая другая страна, борется за рост своей материально-финансовой базы, путем увеличения своего финансового и национального благосостояния. Нашей стране требуются огромные денежные средства для вливания в экономику и развитие производства. Наряду с национальными вложениями в экономику в условиях глобализации возрастает роль и иностранных инвестиций, которые в 2007 году выросли до \$49 млрд. Очевидно, что такой рост должен быть закреплен и стимулирован. Важнейшим фактором стимулирования является возможность иностранных компаний-инвесторов получать максимальную прибыль от вложений в российскую экономику, размер которой зависит от налоговой системы Российской Федерации в области налогообложения иностранных юридических лиц.

Актуальность исследования данной темы также обусловлена тем, что в условиях растущей экономической открытости ни одна страна мира не может больше уповать на неприкосновенность национального налогового суверенитета. Страны, продолжающие придерживаться традиционной трактовки неприкосновенно-суверенной роли государства и государственных финансов в своем национальном хозяйстве, сталкиваются с многочисленными финансовыми проблемами внутреннего и внешнего характера.

Таким образом, становится очевидным, что при анализе и исследовании налогообложения иностранных юридических лиц, следует

рассматривать не только внутреннюю систему налогообложения РФ, но и в целом оценивать зарубежный опыт, на основании которого впоследствии станет возможным выработать позиции и рекомендации, направленные на улучшение фискальных взаимоотношений иностранных организаций с налоговыми Службами Российской Федерации в области их налогообложения.

Среди наиболее значимых проблем в области налогообложения иностранных компаний можно выделить:

- *законодательные;*
- *административные;*
- *проблемы национального документооборота;*
- *интеграционные;*
- *проблемы офшорных операций.*

Рассмотрим более подробно каждую из них.

Законодательные

Как известно в соответствии с *НК часть II глава 25*, иностранные организации определяют свой статус и форму ведения бизнеса в РФ самостоятельно, руководствуясь лишь очень немногими разъяснениями. Естественно, для таких компаний на первом месте стоит лишь финансовый интерес, и поэтому, применяя различные методики и схемы оптимизации, они стараются выбрать такую форму ведения бизнеса, которая была бы для них выгодна. В большинстве случаев, *25 Глава НК* это позволяют.

Можно выделить следующие формы ведения бизнеса:

1. Деятельность иностранной организации без регистрации в налоговых органах РФ.

В данном случае имеется в виду:

- Деятельность иностранной организации, которая является подготовительной или вспомогательной по отношению к основной, (*ст. 306 п. 4 НК*), либо носит краткосрочный или разовый характер.
- Деятельность иностранной организации через брокера, комиссионера, профессионального участника российского рынка ценных бумаг или через любое другое лицо, действующее в рамках своей обычной профессиональной деятельности.
- Факт предоставления иностранной организацией персонала для работы на территории РФ в другой организации, если такой персонал действует от имени и в интересах организации, в которую он был направлен.

2. Деятельность иностранной организации через отделение, так называемое «постоянное представительство»

- Для целей налогообложения термин «постоянного представительства» раскрыт в *ст. 306 п. 2 НК*.

3. Деятельность иностранной организации через отделение в рамках единого технологического процесса.

Данная форма деятельности обладает всеми признаками «постоянного представительства». Такая организация имеет несколько постоянных представительств, деятельность которых представляет собой производственную цепочку, направленную на создания законченного товара или продукта. Деятельность постоянных представительств, участвующих в этой цепочке, согласовывается с федеральным органам исполнительной власти, уполномоченным по контролю и надзору в области налогов и сборов. При положительном согласовании, организация вправе рассчитывать налог на прибыль в целом по такой группе, при условии, что все отделения применяют единую учетную политику.

Сумма налога на прибыль, которая подлежит уплате, в данном случае распределяется между такими отделениями.

4. Иностранные организации, осуществляющие строительную деятельность и имеющие строительные площадки на территории Российской Федерации. Регулируется *Статьей 308 НК*.

5. Деятельность с регистрацией в налоговом органе, с целью уплаты налога на имущество.

Под данной деятельностью подразумевается, что иностранная организация не обладает признаками постоянного представительства, однако имеет в своей собственности имущество, находящееся на территории Российской Федерации. Согласно *ст. 374 п. 2 НК РФ* такое имущество является объектом налогообложения налога на имущество. Поскольку иностранная организация (юридическое лицо) зарегистрировано в стране инкорпорации, то *ст. 385 НК РФ* обязывает уплачивать налог на имущество по местонахождению каждого из них.

Проблемы возникают уже при выборе формы ведения бизнеса. Перечень видов деятельности, упомянутые в *Статье 306*, не отражает всей специфики деятельности иностранных организаций и допускает неоднозначную трактовку.

Такая ситуация не допустима, потому что от выбора формы ведения бизнеса зависит место уплаты налога данными компаниями.

Из определения термина «постоянное представительство» следует, что иностранная организация должна осуществлять свою коммерческую деятельность с определенной степенью постоянства и регулярности, при этом сроки регулярности и постоянства такой деятельности не оговорены.

Постоянное представительство не возникает, если деятельность подготовительного и вспомогательного характера. К данной деятельности в соответствии со *статьей 306 пункта 4* относится использова-

ние сооружений исключительно для целей хранения; содержание постоянного места деятельности исключительно для целей закупки товаров этой иностранной организацией; содержание постоянного места деятельности исключительно для сбора, обработки и (или) распространения информации, ведения бухгалтерского учета, маркетинга, рекламы или изучения рынка товаров; содержание постоянного места деятельности исключительно для целей простого подписания контрактов от имени этой организации, если подписание контрактов происходит в соответствии с детальными письменными инструкциями иностранной организации.

Таким образом, может возникнуть ситуация, когда иностранное юридическое лицо осуществляет деятельность, при этом получает доход, однако эта деятельность не будет приводить к возникновению постоянного представительства. Примером может послужить дело, выигранное юридической компанией «Пепеляев, Гольцблат и партнеры». Немецкая компания периодически организовывала выставки и получала от этой деятельности доход. Деятельность по организации выставок носила вспомогательный характер, однако у данной компании отсутствовала постоянная имущественная база. Соответственно, такая компания не подходит под определение постоянного представительства, это следует из определения, данного в *статье 306*.

Резюмируя вышесказанное, отметим, что *статья 306* нуждается в доработке, принципы по которым та или иная иностранная компания должна вести свою деятельность через постоянное представительство, необходимо сформулировать в полном объеме с учетом особенностей деятельности таких компаний на территории РФ. Во избежании разногласий с налоговыми органами постфактум, принятие решения о статусе налогоплательщика необходимо согласовывать в налоговой инспекции.

Администрирование

Налоговая система России в настоящее время находится на завершающем этапе своего реформирования. Основные меры по совершенствованию налоговой системы, направленные на ее упрощение, повышение справедливости и экономической обоснованности взимаемых налогов и сборов, а также на снижение налоговой нагрузки были осуществлены в 2001–2006 гг. В частности, за эти годы приняты и вступили в действие 17 глав второй части Налогового кодекса Российской Федерации, регулирующих порядок уплаты конкретных федеральных, региональных и местных налогов и сборов, а также специальных налоговых режимов.

Главное внимание в настоящее время должно быть уделено мерам по совершенствованию налогового **администрирования**, направленных, с

одной стороны, на пресечение имеющейся практики уклонения от налогообложения путем использования имеющихся недоработок в законодательстве о налогах и сборах, и, с другой стороны, на безусловное обеспечение законных прав налогоплательщиков, повышение их защищенности от неправомерных требований налоговых органов, а также создание для налогоплательщиков максимально комфортных условий для уплаты налогов и сборов.

Данная проблема актуальна не только в РФ. Ее решение требует комплексного подхода со стороны всех стран. Так, например, в рамках ОЭСР можно создать единый информационный банк данных, который бы содержал информацию о принадлежности компании к той или иной стране инкорпорации. Такой подход позволил бы в полной мере реализовывать права корпораций на однократное налогообложение.

В рамках всемирной глобализации в РФ следует создать возможность открытого доступа к законодательным нормам РФ на основных международных языках, с их периодическим обновлением. Как вариант, открыть интернет-ресурс, где были бы выложены все законодательные акты, касающиеся налогообложения в РФ, преимущества инвестиционной деятельности в РФ, основные макроэкономические показатели страны, обзор основных рынков. Такие интернет-ресурсы уже существуют в развитых странах, что демонстрирует открытость и выгодность иностранных вложений, при этом все преимущества экономически наглядно обоснованы.

В крупных городах России, где доля иностранных инвестиций наиболее очевидна, необходимо создать специализированные налоговые инспекции, или отделы, которые были бы ориентированы на иностранные организации. Такие инспекции должны владеть знаниями и спецификой налогообложения иностранных организаций. В качестве удачного примера можно привести московскую инспекцию № 47.

Проблемы национального документооборота

Другая немаловажная проблема это расхождения между российским налоговым и бухгалтерским документооборотом и налоговым законодательством применимым к иностранным юридическим лицам. Так, например, основной документ налогового учета счет-фактура, который служит основанием для принятия НДС к вычету, рассчитан на составление российскими организациями, а налоговый кодекс и *Постановление № 914* не учитывает специфики иностранных организаций. Отдельно взятое постоянное представительство не является юридическим лицом, а соответственно не ведет коммерческую деятельность, такую деятельность осуществляет головная организация. Исходя из этой формулировки в документе счет-фактура в графе «Покупатель» следует писать не наименование по-

стоянного представительства, а головную организацию, а в графе ИНН/КПП следует проставлять реквизиты постоянного представительства. Это мнение высказывают большинство специалистов и налоговых консультантов, руководствуясь письмами МНС № 03-04-11/127 от 9 августа 2004 года и УМНС РФ по г. Москве № 24-11/57126 от 2 сентября 2004. Однако, не все налоговые органы с этим согласны, полагая, что в графе «Покупатель» следует указывать наименование постоянного представительства, в адрес которого выписан данный документ. Российское законодательство относится довольно критично к составлению счет-фактуры и при возникновении сомнений в правильности составления этого документа, налоговые органы скорей всего откажут компании в вычете НДС.

В соответствии с *главой 21 НК РФ* для принятия НДС вычету, одним из необходимых условий является наличие «Акта выполненных работ», на основании которого выписывается счет-фактура. Данный документ подписывается покупателем и продавцом. Проблема возникает, если продавцом является иностранная компания, которая не имеет постоянного представительства. В соответствии с законом покупатель-резидент должен выступить в качестве налогового агента и удержать у продавца-нерезидента НДС и Налог на прибыль, с последующей уплатой этих налогов в бюджет. Однако у продавца-нерезидента нет обязанности подписывать «Акт выполненных работ». В случае его отказа, российская компания-покупатель не сможет принять НДС к вычету.

Следовательно, этот момент необходимо учесть в 21 главе, а документооборот, между компаниями-резидентами и нерезидентами должен быть упрощен.

Данные разногласия и отсутствия единого мнения по поводу налогового документооборота, ставят иностранные организации в довольно сложное положение, увеличивая судебные издержки. Ситуация усугубляется тем, что если компания имеет несколько постоянных представительств в разных регионах РФ, то возможно доказать свою позицию придется везде, так как нередко обстоятельства, когда Арбитражные суды разных регионов выносят разные решения.

Подводя итоги, отметим, что РФ необходимо выработать единую позицию в области налогового документооборота иностранных организаций, действующих через постоянные представительства, создать универсальные формы документов, заполнение которых не будет вызывать противоречивых суждений, разработать методические рекомендации по заполнению данных документов. Реализация этих мер позволит иностранным организациям сократить судебные и административные издержки.

Сотрудничество российских организаций с иностранными организациями, работа или оказываемые услуги которых носят разовый или краткосрочный характер, т.е. без образования постоянного представительства, тоже сопряжена с рядом трудностей. Как было описано выше, в ряде случаев такая работа или оказание услуг облагается российской организацией, которая выступает в качестве налогового агента. В данном случае проблемы появляются у российской организации, так как она в соответствии с *главой 21 и главой 25 НК части II*, несет фискальную ответственность перед РФ за удержание и уплату налога в бюджет. При этом если страна инкорпорации данной иностранной компании имеет договор об избежании двойного налогообложения, то в некоторых случаях доходы (при международных перевозках, роялти) не облагаются на территории РФ. В соответствии с типовым соглашением об избежании двойного налогообложения ОЭСР, такие доходы облагаются в стране, резидентом которой является данная компания. Однако национальное законодательство требует правильно оформленных документов, подтверждающих резидентство иностранной организации в стране постоянного местопребывания, с которой имеется Соглашение России. Такое подтверждение действительно в течении одного года и может быть оформлено в форме справки, в которой указывается полное наименование компании, срок постоянного местопребывания в каком-либо государстве и ссылка на соглашение об избежании двойного налогообложения между Российской Федерацией (СССР) и данным иностранным государством.

Данный документ должен быть легализован в установленном порядке, либо на нем должен быть проставлен апостиль. Легализация осуществляется за границей в консульском учреждении РФ, в РФ в Консульском управлении Министерства иностранных дел РФ и дипломатических агентствах МИД РФ. Консульская легализация подразумевает подтверждение подписей и печатей, стоящих на документе. Если данная страна является членом Гаагской конвенции 1961 г., то на документе достаточно поставить апостиль (штамп, удостоверяющий подлинность подписи, качество, в котором выступало лицо, подписавшее документ, и, в надлежащем случае, подлинность печати или штампа, которыми скреплен этот документ) (*ст. 5 Гаагской конвенции*).

Таким образом, перед оплатой за товары или услуги иностранной компании, следует требовать вышеупомянутый документ, в противном случае с иностранной компании придется удержать налоги. Как показывает практика, иностранные организации не всегда имеют возможность предоставить апостилированную справку вовремя. Чаще всего это может быть связано с особенностями местного законодательства, реже из-за платности получения данного документа.

В итоге, российская организация оказывается в весьма незавидном положении. С одной стороны, она нарушает Соглашение об избежании двойного налогообложения, с другой, если такой налог не будет удержан — национальное законодательство. В результате, если справка все-таки будет предоставлена в налоговый орган, российская организация сможет возратить этот налог и перечислить его иностранной компании, однако данная процедура требует времени и иностранному партнеру придется мириться с отсутствием денежных средств.

Проблемы офшорных операций

Как показывает мировая практика, создание ограничений на офшорные операции резидентов является необходимым условием для предотвращения отмыывания денег и сокрытия налогов.

В Российской Федерации эта проблема на данный момент стоит особенно остро. Как отмечалось выше, в США с 1962 г. существуют специальные ограничения на операции, проводимые резидентами США с использованием зарубежных компаний, направленные на минимизацию налогов. По мнению Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) к странам офшорам можно отнести любую страну, которая отвечает хотя бы одному из нижеперечисленных условий:

1. Не возможность контролировать финансовых операций хозяйствующих субъектов.

На Багамских островах информация по банковским операциям иностранных компаний является закрытой. Отсутствует контроль со стороны налоговых органов Багамских островов.

2. Отсутствия коммерческой деятельности на территории данной страны.

Примером может служить Кипр, который предоставляет льготные условия иностранным организациям при условии, что их деятельность будет происходить не на территории Кипра. Исходя из этого, по мнению ОЭСР Кипр подпадает под определение офшора.

3. Отказ от информационного обмена с другими странами.

В Панаме информация о владельцах, о зарегистрированных на ее территории компаний не разглашается.

4. Нулевое или номинальное налогообложение.

Если резидент Соединенных Штатов Америки является владельцем зарубежной компании, которая является его собственностью, по крайней мере на 50% или на 50% принадлежит нескольким американским компаниям, каждая из которых обладает более чем 10%-ным контролем над данной компанией, то доходы от деятельности такой компании облагаются в полной мере в не зависимости от источника возникновения таких доходов.

Такой подход, позволяет американской налоговой системе существенно уменьшить возможности злоупотреблений механизмами налоговой оптимизации, ограничивая деятельность зарубежных контролируемых компаний.

Подобный опыт широко применяется и в Великобритании. По законодательству этой страны, если доля участия резидента Великобритании в активах зарубежной компании превышает 10%, то доход такой иностранной компании может быть отождествлен с доходом резидента Великобритании и обложен английским налогом на прибыль. При этом действует следующее необходимое условие: налог в стране местонахождения данной иностранной организации должен быть более чем на 75% ниже соответствующего английского налога.

Такие меры направлены на предотвращение недобросовестной конкуренции. Другой негативной стороной вопроса является содействие офшорных стран «отмыыванию» денег. Данной проблемой в современном мире занимается Группа разработки финансовых мер борьбы с отмыыванием денег (ФАТФ). Данная организация опубликовала список недобросовестных офшорных стран. В данный перечень вошли Андорра, Вануату, Либерия, Лихтенштейн, Маршалловы острова, Монако, Науру, Панама, Самоа.

Основное направление деятельности ФАТФ направлено на раскрытие информации о компаниях зарегистрированных в офшорных зонах. Совместно с ОЭСР страны участницы все чаще настаивают на заключении отдельных международных договоров об раскрытии информации об этих компаниях и банковских операциях в офшорных зонах.

Россия прислушивается к мнению ФАТФ и ввела более жестокое наказание за «отмыывание» денег. Так 7 августа 2001 года был введен в действие Федеральный закон РФ о противодействии легализации (отмыыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма. Данный закон опирается на официальные источники информации ФАТФ.

Однако Россия не имеет договоров об обмене информацией с большинством налоговых зон, а, не будучи членом ОЭСР, не имеет реальных возможностей настоять на их заключении.

Современная ситуация с крупнейшими российскими компаниями наглядно показывает, что использовать офшорные юрисдикции в налоговом планировании на сегодняшний день весьма опасно. Россия, активно исполняет рекомендации ФАТФ — прежде всего ужесточает банковское законодательство и контроль в повышении прозрачности корпоративных структур, а также участвует в международном обмене налоговой информацией. Помимо этого принимаются рекомендован-

ные FATF поправки к действующему законодательству. В РФ создается федеральная база данных Комитета по финансовому мониторингу, которая уже через несколько лет позволит отследить все финансовые потоки той или иной компании за несколько лет подряд.

Подводя итоги, отметим, что в настоящее время вопрос о принятии Россией антиофшорного законодательства становится особенно остро. Инвестиции в российскую экономику растут с каждым годом, однако в одиночку справиться с растущей в современном мире недоброкачественной налоговой конкуренции не представляется возможным. Поэтому вступление в ОЭСР является необходимым условием на современном этапе развития нашей экономики. Данная организация уже несколько лет проявляет интерес к нашей стране, исследуя ее экономику и давая рекомендации по осуществлению налоговой и финансовой политики. По данным самой ОЭСР на работу с Россией тратится около 20% бюджета выделенного на работу со странами не участницами ОЭСР. Вступление в данный международный финансовый институт позволит совместно разрабатывать налоговую политику по недопущению развития губительной конкуренции, что позволит сократить объемы ухода капитала за границу, сделать деятельность иностранных компаний более прозрачной. Такой подход позволит усилить контроль над недобропорядочными компаниями и сомнительными сделками. Одновременно с этим, следует принять законодательство относительно национальных компаний и физических лиц-резидентов, которые регистрируют компании в зонах низкого налогообложения с целью минимизации налогообложения на территории РФ. Как показывает международный опыт, принятие такого законодательства позволит увеличить прозрачность денежных потоков в Российской Федерации, усилить фискальный и налоговый контроль. Как следствие таких мер, снизятся преступления в области налогообложения, и увеличится приток денежных средств в бюджет за счет налоговых поступлений. Данные меры в свою очередь должны повысить рейтинг инвестиционной привлекательности РФ в глазах мирового финансового сообщества.

Несомненно, Российская Федерация должна расширять свои внешнеэкономические связи, заключая новые Соглашения об избежании двойного налогообложения. Рекорд в данной области принадлежит Англии, которая имеет порядка 120 Соглашений. В России их менее 90. Заключение новых конвенций позволит России занять одно из ключевых мест в механизмах международного налогового планирования. Что, несомненно, является позитивным фактором в процессе международной глобализации.

С. В. Краснова,
аспирант Марийского государственного технического университета

Эффективность мясного животноводства в Республике Марий Эл

Период рыночных реформ, начавшийся в 1991 году и продолжающийся до настоящего времени, сопровождается устойчивым снижением уровня производства основных видов животноводческой продукции в Республике Марий Эл. К 2006 году производство скота и птицы в убойной массе в хозяйствах всех категорий сократилось до 39,4 тыс. тонн, что составляет 49,3% от уровня 1991 года¹. Основное снижение объемов производства скота и птицы в убойном весе произошло в сельскохозяйственных предприятиях. В РМЭ также сокращается производство скота и птицы в убойном весе на душу населения.

Факторами, сдерживающими увеличение производства скота и птицы на убой в Республике Марий Эл, являются: использование для выращивания на мясо скота немясного направления; сокращение поголовья скота и птицы; низкая продуктивность животных; неудовлетворительное использование маточного поголовья, падеж скота; низкий уровень развития кормопроизводства; недостаточное, несбалансированное кормление животных; незаинтересованность товаропроизводителей в реализации своей продукции государственным заказчиком, обусловленная низкими закупочными ценами, несвоевременными расчетами за проданную продукцию; убыточность про-

¹ Республика Марий Эл: Статистический ежегодник / Фед. служба гос. стат. РФ, Террит. орган Фед. службы гос. стат. по Республике Марий Эл. Йошкар-Ола, 2006. – 307 с.

изводства мяса; недостаток кредитных ресурсов; отсутствие развитой сбытовой инфраструктуры на селе; опережающие темпы роста цен на энергетические и материальные ресурсы по сравнению с темпами роста цен реализации продукции животноводства. Убыточность производства мяса не стимулирует приток инвестиций в животноводство, без чего невозможно провести технологическую и техническую модернизацию отрасли, обеспечить повышение конкурентоспособности продукции животноводства.

Для стимулирования развития животноводства, повышения его экономической эффективности и заинтересованности сельскохозяйственных товаропроизводителей в реализации сырья перерабатывающим предприятиям необходимо использовать систему регулирования закупочных, оптовых и розничных цен на основе равноправного долевого участия сельского хозяйства, перерабатывающей промышленности и торговли в общих издержках и прибыли от реализации конечной продукции.

С целью повышения инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности животноводства Министерство сельского хозяйства, продовольствия и природопользования РМЭ совместно с Министерством финансов РМЭ и Министерством экономического развития, промышленности и торговли РМЭ разработали региональный проект «Развитие агропромышленного комплекса Республики Марий Эл». Реализация регионального проекта должна привести к увеличению объема производства скота и птицы, а также позволит повысить объем реализации продукции сельского хозяйства в секторе малых форм хозяйствования путем налаженного гарантированного сбыта и переработки сельскохозяйственной продукции.

Уровень развития животноводства в РМЭ в настоящее время не позволяет удовлетворять потребности предприятий мясной промышленности в производстве сырья. В формировании ресурсов мяса и мясопродуктов в РМЭ велика доля ввоза. Доля ввоза в формировании ресурсов мяса и мясопродуктов республики достигла к 2006 году 19%¹. Однако, даже учитывая закупки сырья в других регионах Российской Федерации, производственные мощности предприятий мясной промышленности используются не эффективно. Доля хозяйств населения в производстве скота и птицы на убой в убойном весе остается значительной, однако

¹ Сельское хозяйство Республики Марий Эл: Статистический сборник / Федер. служба гос. стат. РФ, Террит. орган Фед. службы гос. стат. по Республике Марий Эл. Йошкар-Ола, 2006. — 324 с.: ил.

произведенная ими продукция направляется в основном на собственное потребление, реализуется здесь же на селе (соседям, дачникам) и лишь незначительная часть реализуется оптовым перекупщикам, заготовительным организациям и на розничных рынках.

Сокращение поступления скота и птицы на промышленную переработку вызвало спад производства основных продуктов питания животного происхождения. Еще одна важная причина сокращения производства продуктов питания — значительное снижение платежеспособности основной массы населения. Однако после кризиса 17 августа 1998 года произошло увеличение производства мясных продуктов питания. Если проанализировать результаты работы мясной промышленности республики за последние годы, то необходимо отметить, что предприятия мясной промышленности адаптировались к рыночным условиям хозяйствования и, начиная с 2000 года в промышленности, сохраняется устойчивая динамика развития с увеличением объемов производства мяса и мясопродуктов.

Мясная промышленность республики в настоящее время представлена тремя крупными мясоперерабатывающими предприятиями (ЗАО «Йошкар-Олинский мясокомбинат», ООО ТПК «Звениговский», ОАО «Марийская мясная компания»), восемнадцатью подсобными промышленными производствами, находящимися на балансе сельскохозяйственных предприятий, четырьмя подсобными производствами, находящимися на балансе промышленных предприятий иных сфер деятельности, и несколькими десятками малых предприятий и индивидуальных предпринимателей. С 1991 года по настоящее время существенно изменилась структура производства мяса и мясопродуктов по категориям предприятий: с 1991 по 2001 годы доля крупных и средних мясоперерабатывающих предприятий в общем объеме производства мясной продукции ежегодно сокращалась, с 2002 года отмечается увеличение доли мясоперерабатывающих предприятий в совокупном объеме производства мяса и субпродуктов 1 категории и колбасных изделий, продуктов из мяса и шпика, а с 2004 года увеличивается доля мясоперерабатывающих предприятий в общем объеме производства полуфабрикатов. Данную тенденцию можно объяснить образованием в 2004 году ООО ТПК «Звениговский».

ООО ТПК «Звениговский» было образовано путем выделения отрасли переработки из СПК «Звениговский». В настоящее время СПК «Звениговский» выращивает скот, который в дальнейшем направляется на переработку в ООО ТПК «Звениговский». На данное предприятие скот поступает в основном из сельскохозяйственных организаций

РМЭ. ЗАО «Йошкар-Олинский мясокомбинат» в 2006 году начало создавать собственную сырьевую базу. В рамках национального проекта ЗАО «Йошкар-Олинский мясокомбинат» приобрело ЗАО «Племзавод «Шойбулакский», на базе которого строится крупный свиноводческий комплекс с современным уровнем механизации на 30 тыс. голов. Однако, несмотря на высокую долю поступления скота от сельскохозяйственных товаропроизводителей РМЭ на мясоперерабатывающие предприятия, в последние годы наблюдается увеличение поступления скота от сельскохозяйственных товаропроизводителей из других регионов РФ.

Анализ информации о производстве мяса и субпродуктов I категории мясоперерабатывающими предприятиями, а также информации о производстве данными предприятиями пищевой продукции переработки продуктов убоя, позволяет сделать вывод, что значительная часть выработанных мясоперерабатывающими предприятиями колбасных изделий, продуктов из мяса и шпика, полуфабрикатов, консервов произведена из покупного мяса, в том числе из мяса зарубежных производителей, поступившего из других регионов РФ.

Для ослабления монополизма мясоперерабатывающих предприятий сельхозтоваропроизводители создают промышленные производства по переработке сельскохозяйственной продукции. Производство мясной продукции на предприятиях малой мощности (в перерабатывающих цехах хозяйств) вызывает отток сырья от крупных мясоперерабатывающих предприятий. Конкурировать с мясоперерабатывающими предприятиями могут хозяйства, имеющие производственные мощности, которые обеспечивают как значительные объемы, так и низкие затраты на переработку продукции. Одним из таких хозяйств до 2005 года был СПК «Звениговский», занимавшийся выращиванием скота и мясопереработкой. Однако с 2005 года СПК «Звениговский» занимается только выращиванием скота. Другим сельскохозяйственным предприятием, имеющим производственные мощности, позволяющие выпускать значительные объемы мяса и мясопродуктов, является ЗАО «Марийское». ЗАО «Марийское» – наиболее крупное птицеводческое предприятие Республики Марий Эл. Таким образом, в настоящее время из восемнадцати сельскохозяйственных предприятий, имеющих производственные мощности по переработке мяса и мясопродуктов, лишь одно из них может конкурировать с предприятиями мясной промышленности. В остальных случаях организация внутрихозяйственной переработки скота продиктована стремлением расширить диапазон возможностей в приобретении обо-

ротных средств на текущие хозяйственные нужды, выдачу продукции в счет оплаты труда.

Другие сельскохозяйственные предприятия, имеющие производственные мощности по переработке мяса и мясопродуктов, иные предприятия, индивидуальные предприниматели, несмотря на их значительную численность, не оказывают серьезного влияния на рыночную ситуацию.

Основными факторами, снижающими эффективность работы предприятий мясной промышленности, являются: необеспеченность предприятий качественным сырьем, постоянное повышение цен на энергоносители, увеличение транспортных расходов, неурегулированность вопросов платежей и взаимозадолженности между поставщиками сырья, перерабатывающими предприятиями и торговыми организациями, высокая плата за пользование кредитами, низкая платежеспособность населения. Все это вызывает увеличение затрат на производство продукции, что делает отечественную продукцию неконкурентоспособной по сравнению с более дешевой импортной.

В настоящее время в связи с ростом благосостояния населения увеличивается потребность в мясной продукции. Однако спрос населения на мясо и мясопродукты сдерживается тем, что цены на мясо и мясопродукты растут быстрее, чем цены на другие продукты питания. У наименее обеспеченных слоев населения большим спросом пользуется дешевая продукция, ее качество не имеет первостепенного значения. Обеспеченные слои населения наибольшее внимание уделяют качеству продукции. Рынок мяса и мясопродуктов в Республике Марий Эл насыщен продукцией, однако объем потребления населения мяса и мясопродуктов не достигает рациональных норм, велика доля вне рыночного потребления, велика доля ввезенной продукции. В сложившихся условиях предприятия мясной промышленности республики должны добиваться повышения конкурентоспособности производимой продукции. В связи с этим предприятия перерабатывающей промышленности предпочитают перерабатывать импортное сырье. Подобная отраслевая политика продиктована требованиями выживания, на ней нельзя основывать долгосрочную стратегию развития мясной промышленности.

Дальнейшее увеличение выработки мяса, мясных продуктов на предприятиях мясной промышленности должно базироваться на современной материально-технической базе, разработке и применении высокоэффективных и автоматизированных технологий, предполагающих рациональное использование сырья, снижение потерь, безот-

ходную переработку сопутствующих продуктов убоя. Решение проблем должно осуществляться комплексно по всему технологическому циклу, включая производство ското- и птицесырья необходимого качества, его поставку, убой, переработку, обработку продуктов убоя, выработку мясопродуктов и их подготовку к реализации.

Проведенный анализ убедительно свидетельствует, что в сложившихся условиях необходимо укреплять межотраслевые связи и совершенствовать экономические отношения между сельскохозяйственными, перерабатывающими и торговыми предприятиями. Необходимо исходя из региональных особенностей, желаний и намерений отдельных участников рынка мяса и мясопродуктов разрабатывать и внедрять научно обоснованные варианты интеграции и кооперации, в которых были бы отражены и экономически обоснованы основные моменты функционирования участников в новых условиях: ценообразование, взаиморасчеты, условия реализации конечной продукции, техническая и производственно-коммерческая взаимопомощь.

Литература

1. Боро И. Развитие животноводства в хозяйствах населения / И. Боро // АПК: экономика, управление. 2002. № 8. С. 44–49.
2. Ворожейкина Т.М. Основные направления развития отношений участников продовольственного рынка России / Т.М. Ворожейкина // Известия ТСХА. 2004. № 2. С. 115–122.
3. Грядов С.И. Организация региональных рынков мясных ресурсов / С.И. Грядов, В.В. Леоненко // Известия ТСХА. 2002. Выпуск 2. С. 3–21.
4. Кайшев В.Г. Мясная индустрия России в 2005 году: состояние и тенденции развития / В.Г. Кайшев, В.В. Дойков // Мясная индустрия. 2006. № 3. С. 10–16.
5. Республика Марий Эл: Статистический ежегодник / Фед. служба гос. стат. РФ, Террит. орган Фед. службы гос. стат. по Республике Марий Эл. Йошкар-Ола, 2006. 307 с.
6. Сельское хозяйство Республики Марий Эл: Статистический сборник / Федер. служба гос. стат. РФ, Террит. орган Фед. службы гос. стат. по Республике Марий Эл. Йошкар-Ола, 2006. 324 с.: ил.

Н. В. Колпакова,
магистр экономики, соискатель Российской Академии
предпринимательства

Проектное финансирование и страхование в строительстве

Когда та или иная организация планирует инвестировать деньги в крупный проект, в первую очередь встает проблема финансирования этого проекта. Финансирование возможно за счет собственных или заемных средств. Очевидно, что при осуществлении дорогостоящих проектов ни одна организация не сможет обойтись исключительно собственными средствами, поэтому возникает необходимость привлечения средств заемных. Здесь возможны несколько вариантов, наиболее распространенным является кредитование под залог того или иного имущества. Но существует и иной вариант привлечения заемных средств – проектное финансирование.

«Проектное финансирование – это метод привлечения долгосрочного заемного финансирования для крупных проектов посредством финансового инжиниринга, основанный на займе под денежный поток, создаваемый только самим проектом; он зависит от детальной оценки создания проекта, операционных рисков и рисков дохода и их распределения между инвесторами, заимодавцами, и другими участниками на основании контрактов и других договорных соглашений»¹.

Проектное финансирование является достаточно долгим и дорогостоящим процессом, т.к. для привлечения средств необходима детальная разработка условий проекта, максимально точный прогноз

¹ Йескомб Э.Р. Принципы проектного финансирования. М.; СПб.: Вершина, 2008.

сроков его выполнения, анализ рисков и доходности. Кроме того, деятельность проектной компании, отслеживается заимодавцами на всем протяжении реализации проекта, привлекаются дополнительные эксперты, инжиниринговые компании и т.п. Несмотря на эти обстоятельства, в последние 20 лет проектное финансирование активно развивается практически во всем мире.

В настоящее время проектное финансирование используется компаниями и в России. Хотя оно пока не приобрело таких масштабов, как в западных странах, очевидно, что такой способ привлечения денежных средств будет востребован. Именно поэтому, по нашему мнению, необходимо создавать инструменты, которые будут способствовать его развитию. Одним из таких инструментов является разработка страховых продуктов, востребованных при управлении рисками в проектном финансировании.

При использовании проектного финансирования анализ и контроль рисков, связанных с осуществлением проекта, являются основополагающими, важнейшими проблемами, ведь возврат заемных средств будет осуществляться за счет доходов, которые обеспечит реализуемый проект. Поэтому для всех участников проекта необходимо точное представление о том, как отдельные непредвиденные события, которые могут возникнуть в ходе реализации проекта, отразятся на его результате. Очень важным является также распределение рисков между различным участниками проекта: проектировщиками, подрядчиками, поставщиками, и т.д. Прежде чем говорить о возможностях страхования рисков проектного финансирования, необходимо сказать несколько слов о видах этих рисков. Их можно разделить следующим образом¹:

- Коммерческие риски — это риски связанные с самим проектом.
- Макроэкономические риски — это внешние экономические воздействия, не зависящие от особенностей проекта и его участников.
- Политические риски — это риски, связанные с результатами деятельности правительства или политическими форсмажорными обстоятельствами.

Основной и наиболее важной частью проекта является строительство нового объекта. Именно в возведение объекта, по оценкам специалистов, вкладывается около 70% всех финансовых средств, инвестируемых в проект. Поэтому риски, связанные со строительством, оказывают наибольшее влияние на успешное завершение проекта в целом. Суще-

ственная часть рисков, связанных со строительством, являясь случайными непредвиденными событиями, может страховаться.

Риски, связанные со строительством, можно разделить на две большие группы:

1. События, влияющие на успешное завершение строительства;
2. События, обусловленные процессом строительства, влияющие на дальнейшую успешную реализацию проекта.

К первой группе относятся:

- случайная гибель, утрата или повреждение строительного объекта (в том числе строительных материалов и оборудования на складах временного хранения);
- гибель или повреждение оборудования строительной площадки, строительной техники, машин и механизмов;
- повреждение действующего оборудования при реконструкции, модернизации или техническом перевооружении действующих объектов;
- возникновение гражданской ответственности перед третьими лицами;
- возникновение различных дополнительных непредвиденных расходов (более детально на этих рисках мы остановимся далее);
- удорожание строительства, по сравнению с запланированной стоимостью;
- необходимость замены подрядчика в ходе строительства;
- невыполнение обязательств контрагентами (субподрядчиками, поставщиками оборудования и строительных материалов), в том числе поставка оборудования и/или строительных материалов низкого качества;
- несвоевременное подключение объекта к коммуникациям, необходимым для его успешного функционирования.

Ко второй группе можно отнести:

- задержку сдачи объекта и ввода его в эксплуатацию;
- повреждения объекта после его сдачи в эксплуатацию в результате ошибок, допущенных в ходе строительства, а также низкого качества материалов или дефектов оборудования;
- невыход оборудования на проектную мощность.

Отдельно хотелось бы выделить ошибки проектирования, которые могут привести к весьма серьезным убыткам, как в ходе строительства, так и после его завершения.

¹ Йескомб Э.Р. Принципы проектного финансирования. М.; СПб.: Вершина, 2008.

Остановимся более подробно на возможности и особенностях страхования перечисленных выше рисков. Страховые компании во всем мире имеют большой опыт и традиции страхования многих рисков, отнесенных к первой группе. Это страхование строительных и монтажных рисков (CAR, EAR). В России данный вид страхования начал развиваться около 15 лет назад, и на сегодняшний день многие крупные страховые компании имеют большой опыт страхования строительно-монтажных рисков (СМР). Поэтому, по нашему мнению, нецелесообразно подробно останавливаться на описании данного вида страхования, а хотелось бы отметить некоторые условия, которым по нашему мнению должен отвечать договор страхования СМР при осуществлении крупных проектов. Основной принцип — это максимально широкое страховое покрытие. Страхование строительного объекта может осуществляться как от всех рисков, так и от определенных событий, указанных в страховом полисе. При страховании от всех рисков страховым случаем является ущерб в результате гибели или повреждения строительного объекта от любых случайных непредвиденных событий, не исключенных договором страхования. Стоит отметить, что при необходимости, многие страховые компании предоставляют страховую защиту в случае террористических актов и гражданских волнений, забастовок и беспорядков. Именно такое покрытие, по нашему мнению, наиболее отвечает потребностям проектной компании. Однако, заключая договор страхования от всех рисков, необходимо особое внимание обратить на перечень событий, которые не будут являться страховым случаем. В данной связи хотелось бы отметить несколько моментов. Страхование должно распространяться на ошибки проектирования (такой риск не редко стоит в числе исключений), потому что, как уже отмечалось выше, они могут обусловить весьма значительный ущерб. Далее существенное значение имеет возмещение ущерба в результате применения некачественных материалов и оборудования, или дефектов изготовления и проекта. При осуществлении дорогостоящих проектов, по нашему мнению, может быть целесообразным включить в страховое покрытие дефектную часть, обратив внимание на то, будут ли при этом возмещаться расходы по демонтажу и монтажу оборудования. Существенный недостаток такого расширенного страхового покрытия — его стоимость.

Особого внимания требует исключение, касающееся умышленных действий страхователя. Правилами и договором страхования должно быть предусмотрено возмещение ущерба в результате умысла рядовых рабочих, а исключаться лишь действия руководителей или иных ответственных представителей страхователя.

Еще один момент, характерный в основном для российского рынка, на который стоит обратить особое внимание инвесторам и заимодавцам, — это размер страховой суммы и принцип выплаты страхового возмещения. Если на Западе практически всегда осуществляется страхование на полную контрактную стоимость, то в России нередкой является ситуация, когда подрядчики (или заказчики) страхуют объект на сумму кредита. При этом страховая выплата производится в соответствии с ГК РФ пропорционально отношению страховой суммы и страховой стоимости.

Страховая защита необходима также строительным материалам и оборудованию на складах временного хранения.

В рамках полиса страхования СМР возможно страхование гражданской ответственности, про которую не стоит забывать, т.к. причинение вреда третьим лицам может обусловить серьезные убытки подрядчика.

Отдельное внимание хотелось бы уделить возможности страхования различных непредвиденных расходов (по сути, финансовых рисков, не связанных с материальным ущербом), возникающих в процессе строительства. К ним, в частности, можно отнести:

- расходы по расчистке территории после повреждения строительного объекта;
- расходы на оплату работ в ночные часы, в выходные и праздничные дни, расходы на услуги сюрвейеров, проектировщиков, инженеров, срочную доставку после наступления ущерба;
- расходы, связанные с причинением вреда окружающей природной среде;
- расходы на устранение загрязнения строительной площадки в результате предыдущего использования;
- расходы по переносу существующих принадлежащих третьим лицам объектов, представляющих препятствие для строительства;
- расходы в случае обнаружения археологических находок и окаменелостей;
- расходы на изменение предполагаемого месторасположения строительного объекта в результате неожиданных препятствий.

Все указанные выше дополнительные расходы могут возникнуть неожиданно и ощутимо увеличить стоимость проекта. Возмещение первых двух видов расходов в настоящее время может включаться в договор страхования СМР, это предусматривается стандартными международными условиями. Расходы, связанные с причинением вреда окружающей природной среде, могут возмещаться в рамках страхова-

ния гражданской ответственности перед третьими лицами, что должно быть отдельно предусмотрено договором страхования. Иначе обстоит дело с остальными расходами, указанными выше. По нашему мнению, они, теоретически, также могут являться объектами страхования, однако в каждом конкретном случае необходим детальный анализ, будут ли подобные расходы случайными и непредвиденными или могут ожидаться с достаточно большой долей вероятности. Страхование таких расходов может быть востребовано при строительстве так называемых линейных объектов, имеющих большую протяженность: дорог, трубопроводов, линий электропередач. При сооружении подобных объектов, даже качественный проект, наличие всех необходимых инженерных изысканий, а также разрешений и согласований, не может гарантировать отсутствие непредвиденных ситуаций, обуславливающих расходы. Разумеется, детальной проработки требует вопрос определения страховых случаев и принципов расчета размера страховой выплаты.

Еще одна проблема, характерная в большей степени, для российского рынка — это необходимость замены подрядчика в ходе строительства, нередко из-за низкого качества выполнения работ. Расходы, связанные с этим процессом, по нашему мнению, также могут служить объектами страхования при выполнении определенных условий. Основное требование состоит в том, что при выборе подрядчика должны быть соблюдены и подтверждены документами все процедуры проверки его финансовой надежности и опыта.

Страхование невыполнения обязательств контрагентами в настоящее время предлагается на российском рынке, однако стоит отметить, что даже крупные страховые компании относятся к этому виду страхования очень осторожно.

Риски, связанные со строительством и отнесенные ко второй группе, также могут быть застрахованы. Во всем мире существует страхование убытков в результате задержки ввода объекта в эксплуатацию (Principal's Advance Loss of Profits/Delay in start-up). Формат настоящей статьи не позволяет остановиться подробно на данном, достаточно сложном виде страхования. Хотелось бы отметить два момента. Во-первых, в России данный вид страхования предлагается очень редко, однако, на наш взгляд, имеет перспективы развития и будет пользоваться спросом в будущем. Во вторых, при страховании ALoP в мировой практике рассматриваются только случаи задержки ввода в эксплуатацию в результате физического ущерба, а остается открытым вопрос о задержке в результате других непредвиденных событий, не

зависящих от проектной компании, таких, например, как необходимость удаления скрытого загрязнения на строительной площадке, обнаружение археологических находок и т.п.

Повреждения объекта после его сдачи в эксплуатацию в результате ошибок, допущенных в ходе строительства, можно застраховать в рамках страхования расширенного технического обслуживания.

Последний риск, указанный в приведенном выше перечне (выход оборудования на проектную мощность), в настоящее время не страхуется, хотя среди проектных компаний (особенно, связанных с энергетикой), есть спрос на подобный вид страхования. На наш взгляд, теоретически такое страхование возможно, однако в договоре страхования должны быть четко определены причины недостижения оборудованием проектной мощности, а главное, срок действия покрытия и принципы возмещения ущерба в случаях, когда неполадки устранены и когда это экономически нецелесообразно.

В завершении хотелось бы отметить, что в данной статье лишь тезисно обозначены актуальные, на наш взгляд, вопросы страхования, связанные со строительством, которые особенно остро встают при использовании проектного финансирования, когда особую важность имеет своевременная эксплуатация вновь созданного объекта на заранее запланированных мощностях.

Р. В. Лаврентьев,
аспирант Российской Академии предпринимательства

Применение методики Activity based costing для определения себестоимости продукции на предприятиях с высоким уровнем косвенных затрат

В условиях жесткой конкуренции одним из главных преимуществ компании становится низкая себестоимость продукции. Ошибки при вычислении себестоимости могут привести к неправильным управленческим решениям: снятию с производства рентабельной продукции или, наоборот, увеличению выпуска неперспективного товара. Применение методики Activity based costing (функционально-ориентированный метод калькуляции себестоимости, сокращенно ABC) позволяет руководителю более точно определить себестоимость того или иного продукта, особенно в ситуации, когда косвенные расходы превышают прямые. Наиболее активно к методу ABC обращаются предприятия, которые ориентированы на создание стратегических конкурентных преимуществ. Если руководитель предприятия желает понять, как реально используются ресурсы и как эффективно управлять этими ресурсами, рано или поздно он придет к пониманию необходимости внедрения ABC у себя на предприятии.

Традиционный метод учета использует разделение затрат с точки зрения их происхождения (источников) — материалы, зарплата, амортизация и т.д. Именно по такому принципу строится аналитический учет затрат в рамках бухгалтерского плана счетов на большинстве предприятий. В традиционном методе учета накладные затраты делятся на производственные (для которых делается допущение, что они каким-то образом зависят от объема выпускаемой продукции) и

непроизводственные (предполагается, что они не зависят от масштабов производства). При этом для последующего расчета полной себестоимости может использоваться упрощенный механизм умножения прямых затрат на некий коэффициент, учитывающий производственные и общехозяйственные (т.е. непроизводственные) расходы.

Для определения стоимости готовой продукции, или объектов затрат (того, во что эти затраты трансформируются), предлагается разделять затраты на прямые и косвенные (или накладные). С учетом и анализом прямых расходов все более или менее ясно, но при обработке косвенных затрат возникают два вопроса:

- как распределить те или иные накладные расходы по различным видам готовой продукции (например, расходы по содержанию службы сбыта на заводе, имеющем широкую номенклатуру выпускаемой продукции)?
- как отразится на общих расходах предприятия изменение объема выпускаемой продукции (т.е. как накладные затраты зависят от масштабов производства)?

Ответы на эти вопросы важны не только для бухгалтера, но и для финансового аналитика, оценивающего эффективность того или иного направления деятельности компании, и для маркетолога, определяющего цену продукции и величину скидок, и для плановика, рассчитывающего бюджет, и для менеджеров, принимающих стратегическое решение о выпуске на рынок нового продукта или подготавливающих ценовое предложение для участия в тендере. Функционально-стоимостной анализ базируется на присущей только ему основе, на только ему свойственных принципах. К ним в первую очередь относятся: творческое новационное мышление, системность, комплексность, функциональность объектов анализа и затрат на их осуществление, сложение разума и опыта научных и практических работников разных отраслей знаний¹.

Базовым принципом расчета себестоимости в методике ABC является разделение затрат на прямые и косвенные и отнесение обоих видов затрат на готовую продукцию. Как правило, на практике с распределением прямых затрат проблем не возникает, поскольку они могут быть напрямую отнесены на себестоимость конкретного объекта затрат. С косвенными расходами сложнее. Традиционно они переносятся на объекты затрат пропорционально размеру трудозатрат, машинному времени, объему производства, продаж и т.д. Если доля косвенных расходов в себесто-

¹ Баканов М.И. Теория экономического анализа // Финансы и статистика. 2001. С. 212–213.

имости выпускаемой продукции (работ, услуг) невелика, применение традиционного подхода к себестоимости оправдывает себя ввиду его простоты и незначительной погрешности результата. Однако в современных условиях при совершенствовании технологии производства, снижении его трудоемкости и материалоемкости, а также автоматизации процессов доля прямых издержек снижается, а доля косвенных расходов (на общее управление, маркетинг, финансовое управление, управление персоналом и т.п.) увеличивается.

Традиционно методология ABC применялась производственными предприятиями. Однако в настоящее время она оказалась очень актуальной для динамично развивающихся компаний некоторых секторов сферы услуг (например, в торговле, банковской сфере, страховании, телекоммуникациях). Для таких отраслей экономики доля прямых расходов в общем объеме затрат традиционно небольшая, поэтому общепринятые подходы к распределению косвенных затрат могут привести к принятию неверных управленческих решений. Продукты, потребляющие меньше всего ресурса, пропорционально которому распределяются косвенные расходы (например, труда), при расчетах будут казаться более рентабельными по сравнению с продуктами, потребляющими больше ресурсов (например, с высокой трудоемкостью). Использование методики ABC для распределения косвенных затрат позволяет избежать этих ошибок.

Объектом затрат в таких компаниях бывает как тот или иной вид услуги, так и конкретный клиент. Согласно теории профессора Майкла Портера, для получения конкурентного преимущества в условиях современного рынка у компании есть два пути — снизить затраты или каким-то образом выделить свой продукт в глазах потенциальных покупателей. Это не просто сухая теория, телекоммуникационные компании и финансовые институты, активно работающие в ритейловом сегменте, часто испытывают сложности при обосновании стоимости той или иной услуги или при оперативном расчете показателей доходности работы с отдельными клиентами. Это и понятно: оперативно контролируя цены оказываемых услуг или разрывая отношения с клиентами, приносящими убытки, компания убивает сразу двух зайцев — прибыль компании растет, а ушедшие к конкурентам «убыточные» клиенты снижают эффективность их (конкурентов) бизнеса.

Методику ABC целесообразно применять, когда исчерпаны более простые инструменты. Чтобы точно рассчитать себестоимость продукции, на многих предприятиях достаточно навести порядок в учете. Поэтому данный метод получил широкое распространение на Западе, где период начальной оптимизации для большинства компаний уже в про-

шлом. Когда же наведение порядка уже позади, можно обращаться к более «тонким» инструментам, одним из которых является ABC.

Распределение затрат методом ABC

Методика ABC основана на том, что затраты образуются в результате выполнения определенных операций. Процесс расчета себестоимости производимой продукции (работ, услуг) с применением Activity based costing представлен на рис. 1 и предполагает калькуляцию затрат в три этапа.

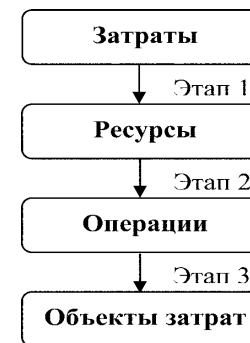


Рис. 1. Распределение косвенных затрат методом ABC

На первом этапе стоимость косвенных затрат на предприятии переносится на ресурсы пропорционально выбранным драйверам затрат. На втором этапе разрабатывается структура операций, необходимых для создания продукции (работ, услуг). После этого стоимость ресурсов, рассчитанная на предыдущем этапе, переносится на операции пропорционально выбранным драйверам ресурсов. На третьем этапе стоимость операций «поглощается» объектами затрат пропорционально драйверам операций. Результатом этого является рассчитанная себестоимость объектов затрат, например продукции.

Этап 1. Распределение затрат на ресурсы.

Для того, чтобы рассчитать стоимость ресурсов, рекомендуется, во-первых, определить структуру ресурсов, а также перечень затрат, направляемых на обеспечение деятельности каждого ресурса, а во-вторых, распределить затраты на ресурсы.

Как правило, выделяют следующие виды ресурсов: персонал, оборудование, транспорт и помещения (земля). Обязательным ресурсом является персонал. При определении его полной стоимости учитываются заработная плата сотрудников, налоговые отчисления из фонда оплаты труда, социальные выплаты, амортизация персонального

(офисного) оборудования, затраты на поддержание условий труда, доставка сотрудников к месту работы, расходы на обучение и т.д.

Оборудование и транспорт в перечень ресурсов могут не входить. Если при выполнении своих функций сотрудник всегда применяет только данное оборудование, которое используется только им, то целесообразно объединить стоимость ресурса «Оборудование» со стоимостью ресурса «Сотрудник». Например, если конкретный автомобиль использует только один водитель и все свое рабочее время этот водитель эксплуатирует только данный автомобиль, то стоимость ресурса «Водитель» целесообразно объединить со стоимостью ресурса «Автомобиль».

После того как перечень ресурсов составлен, нужно распределить на них косвенные затраты. В большинстве случаев затраты однозначно переносятся на ресурсы, например сумма заработной платы коммерческого директора относится на ресурс «Коммерческий директор». Однако часто один вид затрат может переноситься на несколько ресурсов. К примеру, арендная плата офисных помещений должна быть разнесена на стоимость ресурса «Сотрудники», чьи рабочие места находятся в данном помещении. Для переноса затрат на ресурсы используются драйверы затрат. Сначала определяется стоимость единицы драйвера затрат (например, для помещения — стоимость 1 кв. м), а затем сумма затрат, переносимая на данный ресурс, рассчитывается исходя из количества потребляемых единиц драйвера (например, площади помещения, занимаемой конкретным сотрудником).

Этап 2. Перенесение стоимости ресурсов на операции.

Как уже отмечалось, стоимость ресурсов переносится на операции пропорционально драйверам ресурсов. Чаще всего используют такие драйверы, как рабочие часы (для персонала), машинное время (для оборудования) и т.п. Определив стоимость использования единицы драйвера ресурсов (например, стоимость одного часа работы сотрудника, оборудования) и количество единиц драйвера, потребляемых каждой операцией, можно рассчитать стоимость данного ресурса, переносимую на конкретную операцию.

Чтобы выяснить, сколько времени (единиц драйвера) конкретный сотрудник тратит на ту или иную операцию, используются различные методы: хронометраж, фотография рабочего дня, опросы и т.п.

Следует отметить, что операция может выполняться не одним сотрудником, то есть на нее будет перенесена стоимость нескольких ресурсов. Однако впоследствии стоимость не всех операций возможно распределить между объектами затрат. Дальнейшее распределение операций зависит от их типа. В рамках метода ABC все операции классифицируются следующим образом:

- основные — операции, непосредственно создающие объекты затрат (обычно снабжение, производство, сбыт); их стоимость можно прямо отнести на объекты затрат;
- обслуживающие — операции, создающие условия для нормального функционирования ресурсов определенного вида (обеспечение информационными технологиями, управление персоналом и т.д.); их стоимость переносится на обслуживаемые ими ресурсы;
- управляющие — операции, осуществляющие управление как основными, так и обслуживающими операциями; их стоимость переносится на все операции участка управления.

Прежде чем переходить к третьему этапу — распределению стоимости операций на объекты затрат, — нужно разнести стоимость обслуживающих и управляющих операций. При этом на практике почти всегда возникают циклические зависимости, то есть ситуации, когда стоимость нескольких операций переносится друг на друга. Аналогичная ситуация может возникать в цепочке распределения «Операции — ресурсы».

Этап 3. Распределение стоимости основных операций на объекты затрат.

На последнем этапе стоимость основных операций распределяется на объекты затрат. По аналогии с предыдущими этапами это распределение осуществляется пропорционально драйверам. В качестве драйверов операций выступают количественные характеристики самих объектов затрат, например объем продаж или объем производства в денежном или натуральном выражении. Объекты затрат могут быть различными, так как каждая компания выбирает их самостоятельно исходя из своих целей. На практике наиболее распространенными объектами затрат являются «Покупатели» и «Продукты».

Как уже отмечалось, метод ABC позволяет предприятию с высокой степенью достоверности определять стоимость и производительность операций, оценивать эффективность использования ресурсов и вычислять себестоимость продукции (работ, услуг). Часто данные, полученные таким методом, радикально отличаются от результатов традиционных методов калькуляции.

На основании данных о реальной себестоимости выпускаемой продукции предприятие сможет принимать решения об изменении товарного ассортимента, снижении цены и др.

Таким образом, метод ABC позволяет принимать обоснованные решения в отношении:

- снижения издержек. Реальная картина издержек дает возможность точнее определять виды затрат, которые необходимо оптимизировать;

- ценовой политики. Точное отнесение издержек на объекты калькуляции позволяет определить нижнюю границу цен, дальнейшее снижение которых относительно такой границы ведет к убыточности продукта;
- товарно-ассортиментной политики. Реальная себестоимость позволяет разработать программу действий по отношению к тому или иному продукту — снять с производства, оптимизировать издержки или поддерживать на текущем уровне;
- оценки стоимости операций. Можно решить, целесообразно ли передавать те или иные операции подрядчикам или необходимо проводить организационные преобразования.

Моделирование бизнес-процессов позволяет сделать процессы, существующие на предприятии, прозрачными для руководства компании, а метод ABC дает возможность руководству подходить к вопросам управления с точки зрения стоимости, качества и производительности выполняемых действий, а также оценивать связанные с ними риски. На основании такой информации топ-менеджмент способен принимать обоснованные управленческие решения как стратегического, так и оперативного характера. Например, решения, касающиеся освоения новых продуктов/услуг и рынков, оптимизации организационной структуры и ассортиментной политики предприятия и т.д.

Кроме того, после внедрения на предприятии методики ABC можно быстро и с минимальными затратами внедрить операционно-ориентированную систему бюджетирования (Activity based budgeting, ABB). Если определение стоимости бизнес-процессов и себестоимости выпускаемой продукции (услуг) по методу ABC — это движение по цепочке «ресурсы — операции — объект затрат», то ABB — это движение по той же цепочке, только в обратном направлении.

При составлении бюджетов наиболее сложной частью является прогнозирование не прямых производственных затрат, напрямую зависящих от объема выпускаемой продукции, а именно накладных расходов, зависимость которых от объема производства непосредственно, как правило, не прослеживается. В этом случае для планирования косвенных затрат с помощью промежуточного прогнозирования показателей производственных операций методика ABC оказывается незаменимым помощником. Более того, планирование производственных операций позволяет добиться реального контроля над косвенными расходами, что чрезвычайно сложно сделать с помощью лишь традиционных методов бухгалтерского учета¹.

¹ Каплан Р., Купер Р. Функционально-стоимостной анализ: практическое применение // Вильямс. 2008.

Обычно в результате внедрения методики ABC удается выявить 30—40% затрат в общем объеме расходов, которых можно избежать. Это позволяет получить дополнительную прибыль. Однако стоит сказать и о проблемах, которые могут возникнуть при внедрении этой методики.

Во-первых, персонал не заинтересован в том, чтобы определялась стоимость выполняемых им операций и его загруженность. Во-вторых, на предприятиях чаще всего нет грамотных и актуальных описаний (моделей) бизнес-процессов, которые служат основой для внедрения ABC. К их созданию необходимо привлекать опытных экспертов, как правило, это владельцы процессов. При расчете стоимости описанных (смоделированных) бизнес-процессов обычно 30—40% всех процессов приходится пересматривать, так как, когда сотрудники осознают, что рассчитывается стоимость их работы, они кардинально меняют взгляд на свою деятельность. В такой ситуации они склонны приписывать себе дополнительные функции. В результате при суммировании данных о занятости сотрудника его рабочий день может превышать 24 часа. В-третьих, сложности возникают на этапе распределения затрат по категориям и центрам ответственности. Нередко на предприятии, на котором ведется очередной проект, не существует отлаженной системы управленческого учета, поэтому получить данные о затратах по требуемым разрезам деятельности зачастую просто невозможно, необходимо сначала выстроить эту систему.

Таким образом, только при взвешенной оценке, как преимуществ использования метода, так и проблем, с которыми может столкнуться компания, финансовый директор и руководитель могут решить, целесообразно ли внедрять этот метод в компании в настоящее время. Пока методика ABC до сих пор не получила широкого применения на российских предприятиях, это связано с тем, что несмотря на простоту основной идеи данного метода — «управлять не затратами, а действиями», — его не так просто внедрить. Даже первый этап постановки ABC — детальное описание бизнес-процессов (операций) — на практике представляет собой довольно сложную и трудоемкую задачу. К тому же многие руководители предприятий плохо представляют себе сущность и преимущества этого метода, а без инициативы руководства, как известно, ни о каком внедрении не может быть и речи. Методика ABC перспективна и со временем будет широко использоваться в России, так как она действительно позволяет не только добиться значительного снижения затрат на предприятии, но и определить верный стратегический путь.

нальных затрат», во Франции — «маржинальная бухгалтерия» или «маржинальный учет».

При описании этой системы в отечественной литературе по бухгалтерскому учету часто встречается термин «учет ограниченной, неполной или сокращенной себестоимости», но наиболее приемлемым названием является «маржинальный метод бухгалтерского учета». Это связано с тем, что основным показателем при системе «директ-костинг» служит маржинальный доход, с помощью которого определяется порог рентабельности производства, устанавливается цена безубыточной реализации продукции, строится ассортиментная политика предприятия и т.д. В этих условиях термин «маржинальный метод» для отечественных специалистов становится более понятным и значимым, чем «директ-костинг», который имеет широкую популярность, но вошел в отечественную учетную теорию сравнительно недавно.

На первых этапах фактического применения системы учета «директ-костинг» в себестоимость включались лишь прямые расходы, а все виды косвенных расходов списывались непосредственно на финансовые результаты. Об этом говорит и название системы: Direct Costing System (Система учета прямых затрат). Позднее система «директ-костинг» трансформировалась в такую учетную систему, когда себестоимость рассчитывается не только в части прямых переменных расходов, но и в части переменных косвенных затрат. Отсюда следует некоторая условность в названии.

Современный «директ-костинг» имеет два варианта:

- 1) простой «директ-костинг», основанный на использовании в учете данных только о переменных (оперативных) затратах;
- 2) развитой «директ-костинг» («верибл-костинг»), при котором в себестоимость наряду с переменными затратами включаются и прямые постоянные затраты на производство и реализацию продукции.

Обобщенно сущность этой системы состоит в подразделении затрат на постоянные и переменные в зависимости от изменения объема производства, причем себестоимость продукции планируется и учитывается только в части переменных затрат. Разница между выручкой от продажи продукции и переменными затратами представляет собой маржинальный доход. При этой системе постоянные расходы в расчет себестоимости продукции не включают и списывают непосредственно на уменьшение прибыли предприятия.

Другими словами, смысл системы «директ-костинг» в том, что при определении себестоимости продукции отсекаются условно-постоянные расходы, то есть расходы периода, которые не зависят от эффективности менеджмента и от объемов производства. Эти расходы учитывают-

Е. Ю. Лебедева,

преподаватель кафедры Российской Академии предпринимательства

Метод бухгалтерского учета затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции «директ-костинг»

В условиях развивающихся рыночных отношений эффективное управление коммерческой деятельностью организации все более зависит от уровня ее информационного обеспечения. Существующая в настоящее время отечественная система бухгалтерского учета во многом еще остается учетом директивной экономики и выполняет функции расчета налогооблагаемой базы. До сих пор на наших предприятиях применяется затратный метод бухгалтерского учета, предусматривающий учет и исчисление полной фактической себестоимости единицы продукции (работ, услуг). Однако весь мировой опыт свидетельствует об эффективности использования маржинального метода бухгалтерского учета «директ-костинг», в основе которой лежит исчисление сокращенной себестоимости продукции и определение маржинального дохода.

Значительное развитие система «директ-костинг» получила после Второй мировой войны. Усиление контроля за производственными затратами стало стимулировать дальнейшие исследования в области себестоимости, при этом широкое распространение получили расчеты, связанные с нахождением точки критического объема производства.

В настоящее время система «директ-костинг» широко распространена во всех экономически развитых странах. В Германии и Австрии она получила наименование «учет частичных затрат» или «учет суммы покрытия», в Великобритании ее называют «учетом маржи-

ся по смете. В рамках сметы выделяются отдельные их виды: заработная плата, канцтовары, персональные автомобили, аренда офиса и т.д. И на основании сметы ищут пути снижения таких затрат. То есть затраты снижаются вообще, а не на единицу продукции: надо бы снять более дешевый офис, надо бы сократить количество персональных автомобилей и т.д. — эти решения никак не связаны с себестоимостью единицы продукции. То есть управление офисными (общехозяйственными) затратами отделяется от управления производственными затратами, которое реализуется совсем другими методами и совсем другими людьми.

Производственная себестоимость, которая управляется совершенно другими методами, калькулируется отдельно. Каковы методы управления производственной себестоимостью? Например, увеличение объемов производства влечет уменьшение доли косвенных расходов и снижение себестоимости. Замена одного вида сырья другим, более дешевым, экономия на заработной плате и т.д. То есть это свои методы, уже никак не связанные с экономией затрат по смете на управленческие расходы.

Схема построения отчетов о прибылях и убытках при системе учета «директ-костинг» в наиболее общем виде представлена в табл. 1.

Таблица 1

Схема определения финансового результата по системе учета «директ-костинг», руб.

№ п/п	Показатели	Сумма
1	Выручка от продажи продукции	1 000 000
2	Переменные затраты	600 000
3	Маржинальный доход (убыток) (стр. 1 – стр. 2)	400 000
4	Постоянные затраты	300 000
5	Прибыль (убыток) от продаж	100 000

В представленном отчете имеются две ступени: верхняя — маржинальный доход; нижняя — чистый доход, которые заполняются при поэтапном процессе учета. Если переменные затраты разделить на производственные и непроизводственные, то данный отчет будет составлен в три этапа. На первом этапе рассчитывается производственный маржинальный доход как разница между выручкой от реализации продукции и переменными производственными затратами. На втором этапе определяется совокупный маржинальный доход в целом по предприятию как разность между производственным маржинальным доходом и внепроизводственными переменными затратами. На третьем этапе исчисляются прибыль (убыток) от продаж путем сопос-

тавления совокупного маржинального дохода и суммы постоянных затрат. Далее ступенчатость отчета можно увеличить делением постоянных затрат на условно-постоянные и условно-переменные. В некоторых случаях ступени могут предусматривать другие признаки группировки затрат или доходов. Например, подразделение постоянных затрат по территориям, сегментам сбыта или каналам распределения.

Анализируя таблицу, можно прийти к выводу, что для системы учета «директ-костинг» характерны такие черты, как:

- 1) постоянная направленность учета в первую очередь на определение промежуточного результата маржинального дохода;
- 2) учет продукции только в части переменных затрат и определение ее производственной себестоимости;
- 3) учет постоянных затрат в целом по предприятию и их отнесение на уменьшение операционной прибыли для определения конечного финансового результата;
- 4) определение маржинального дохода как базы процесса оперативного управления ценами и ценообразованием;
- 5) определение взаимосвязи и взаимозависимости между объемом продажи, себестоимостью и прибылью;
- 6) установление точки безубыточности, при которой величина выручки от продажи продукции равняется ее полной себестоимости.

Основные преимущества системы учета «директ-костинг» можно свести к следующему:

1. Упрощение и точность исчисления себестоимости продукции, так как себестоимость планируется и учитывается в части только производственных затрат.
2. Отсутствие процедур по составлению сложных расчетов для условного распределения постоянных затрат между видами продукции. Их в состав себестоимости продукции не включают и списывают непосредственно на уменьшение финансового результата.
3. Возможность определения порога рентабельности (точки безубыточности, порогового объема продаж), запаса прочности предприятия и нижней границы цены продукции или заказа.
4. Возможность проведения сравнительного анализа рентабельности различных видов продукции.
5. Возможность определения оптимальной программы выпуска и реализации продукции.
6. Возможность выбора между собственным производством продукции или услуг и их закупкой на стороне.

Система «директ-костинг» позволяет руководству заострить внимание на изменение маржинального дохода как по предприятию в це-

лом, так и по различным изделиям: выявить продукцию с большой рентабельностью, чтобы перейти в основном на выпуск, так как разница между продажной ценой и суммой переменных затрат не скрывается в результате списания постоянных затрат на себестоимость отдельных изделий. Система обеспечивает возможность быстрого реагирования производства на меняющиеся условия рынка. Она также становится составной частью маркетинга — системы управления предприятием в условиях рынка и свободной конкуренции.

Еще одно достоинство системы «директ-костинг» состоит в том, что ограничение себестоимости лишь переменными расходами позволяет упростить процессы нормирования, планирования, учета и контроля затрат, так как себестоимость становится более прозрачной, а отдельные затраты — лучше контролируемы.

Кроме того, эта система учета способствует осуществлению оперативного контроля за постоянными затратами, так как в процессе контроля за себестоимостью используются стандартные (нормативные) затраты (т.е. «директ-костинг» организуется в сочетании с системой «стандарт-кост») или гибкие сметы. Применяя стандарты в системе директ-костинг, устанавливают нормы как на переменные, так и на постоянные затраты. При осуществлении же контроля на основе гибких смет руководствуются в первую очередь разделением затрат на постоянные и переменные. Наряду с этим необходимо иметь в виду, что при системе учета полной себестоимости часть нераспределенной суммы накладных расходов переходит от одного периода к другому, поэтому контроль за ними ослабевает. В этих условиях «директ-костинг» помогает снизить трудоемкость распределения накладных расходов.

Вместе с тем теоретические и практические исследования системы «директ-костинг» позволяют выделить присущие ей недостатки:

1. В случае использования в конкурентной борьбе демпинга — продажи товаров по заведомо заниженным ценам для достижения привилегированного положения на рынке по отдельным изделиям — возникает опасность, что масса неделимых постоянных затрат не сможет быть покрыта маржинальным доходом, т.е. предприятие попадает в зону убытков.

2. Противники системы «директ-костинг» утверждают, что в практической деятельности возникают трудности при разделении затрат на постоянные и переменные. Во многом это зависит от длительности рассматриваемого периода и от анализируемого диапазона объемов выпуска. Кроме того, утверждается, что постоянные затраты также участвуют при производстве продукции и, следовательно, должны быть включены в ее себестоимость. Они также считают, что «директ-костинг» не дает ответа на вопрос, сколько стоит произведенный продукт и какова его полная себестоимость. Поэтому требуется дополнительное распределение условно-постоянных затрат, когда необходимо знать полную себестоимость готовой продукции или незавершенного производства. В противном случае их стоимость снижается.

3. Ведение учета с точки зрения только производственной себестоимости, т.е. по сокращенной номенклатуре статей, не отвечает требованиям отечественной системы учета, так как отсутствует расчет полной себестоимости продукции, необходимой согласно законодательству.

Традиционным для отечественного учета является калькуляционный вариант, при котором учет направлен на получение данных о полной себестоимости продукции. В этом случае в себестоимость продукции включаются все расходы предприятия независимо от их деления на постоянные и переменные, основные и накладные, прямые и косвенные, производственные и периодические. Затраты, которые невозможно отнести непосредственно к продукции, в течение месяца накапливаются на собирательно-распределительных счетах, а затем переносятся на себестоимость продукции пропорционально выбранной базе. Однако при этом варианте не учитывается одно важное обстоятельство: себестоимость единицы изделия изменяется при изменении объема выпуска продукции. Если предприятие расширяет производство и продажу, то себестоимость единицы продукции снижается, если же предприятие сокращает объем выпуска — себестоимость растет.

В этих условиях становится необходимым и целесообразным применение системы «директ-костинг» на отечественных предприятиях. Тем более что новый план счетов для этого предоставляет все возможности. Применение данной системы способствовало бы повышению эффективности производственной и коммерческой деятельности предприятий, усилению контроля, аналитичности и достоверности исчисляемых показателей и более полному выявлению и использованию резервов снижения себестоимости продукции.

Литература

1. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет: учебник для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям/ М.А. Вахрушина. 4-е изд., стер. М.: Омега-Л, 2006. 576 с.
2. Ефремова А.А. Себестоимость: от управленческого учета затрат до бухгалтерского учета расходов / Ефремова Анна Алексеевна. М.: Вершина, 2007. 208 с.
3. Керимов В.Э. Современные системы и методы учета и анализа затрат в коммерческих организациях: учебное пособие. М.: Эксмо, 2005. 144 с.

Н. В. Лясников,
 зав. кафедрой Российской Академии предпринимательства,
 к.с.н., доцент

Конкурентное преимущество как фактор стратегической устойчивости предприятия

Современные тенденции глобализации бизнеса, развития международной конкуренции, телекоммуникаций и Интернета и другие формирующиеся особенности новой экономики в современной России обуславливают необходимость пересмотра взглядов отечественного менеджмента на проблемы эффективного управления предприятиями, их стратегической устойчивости в направлении обеспечения адекватности применяемых методов и инструментов принципам современной управленческой парадигмы путем непрерывного изучения динамически изменяющейся внешней среда. Без разработки соответствующей концепции эффективного менеджмента, в которой должны быть предложены конкретные научно-практические подходы к реальному преодолению несоответствий сложившейся российской модели управления требованиям новой экономики, невозможно решить данную задачу.

Возрастание динамичности и неопределенности внешней среды существенно повышают уровень требований к системам управления, менеджменту развитием промышленных предприятий. Устойчивость и целостность системы сохраняются в долгосрочном периоде при достаточной гибкости субъекта управления и сбалансированности альтернатив стратегий его развития. Между тем в настоящее время наблюдается низкое качество управления развитием, снижающее эффективность функционирования предприятий. Одной из причин такого положе-

ния является недостаточный анализ поведения потребителей как в области их реального поведения, так в его прогнозируемом периоде. Во время как поведение потребителей, тенденции его изменения выступают важной составляющей частью внешней среды предприятия, что надо учитывать в менеджменте.

Развитие эффективного менеджмента на отечественных промышленных предприятиях имеет первостепенное значение среди факторов и условий, обеспечивающих экономический рост в стране. Разработка современной методологической концепции эффективного менеджмента способна обеспечить позитивное развитие российских предприятий. Увеличение вклада качественной составляющей экономического роста на основе внедрения в практику работы промышленных предприятий инструментов эффективного управления становится актуальной задачей, поскольку применение эффективных управленческих инструментов является в настоящее время важным фактором развития любой организации.

Обеспечение производственной деятельности природными ресурсами заставляет предприятие, с одной стороны, иметь сильную позицию на рынке отраслевых поставок сырья и материалов, а с другой — искать и готовить альтернативные технологии с учетом запасов замещающих ресурсов и воздействия альтернативных технологий на среду обитания человека (проблема взаимодействия ноосферы и биосферы). Выраженный рынок покупателя требует от предприятия точной и гибкой производственной и маркетинговой политики, воплощение которой проходит в острой конкурентной борьбе на отраслевом рынке. Таким образом, достижение стратегической устойчивости требует от промышленного предприятия высокой и продолжительной конкурентоспособности. Вследствие этого устойчивое предприятие может достигать в своей деятельности экономических показателей не ниже средних по отрасли и способно удерживать эти показатели продолжительное время, что создает кумулятивный эффект, еще более укрепляющий положение предприятия на рынке. Такой подход согласуется с концепцией управления предприятием, направленного на максимизацию его стоимости, и, принимая то или иное управленческое решение, руководство предприятия должно соотносить его с изменением рыночной стоимости предприятия на больших горизонтах деятельности. Какие же факторы создают необходимые условия для возникновения и роста стратегической устойчивости компании? Основными ее составляющими являются финансовая и технологическая устойчивость предприятия, а

также эффективность персонала, в рамках которой следует особо выделить эффективность менеджмента.

Таким образом, достижение стратегической устойчивости требует от промышленного предприятия высокой и продолжительной конкурентоспособности. Вследствие этого устойчивое предприятие может достигать в своей деятельности экономических показателей не ниже средних по отрасли и способно удерживать эти показатели продолжительное время, что создает кумулятивный эффект, еще более укрепляющий положение предприятия на рынке. Такой подход согласуется с концепцией управления предприятием, направленного на максимизацию его стоимости, и, принимая то или иное управленческое решение, руководство предприятия должно соотносить его с изменением рыночной стоимости предприятия на больших горизонтах деятельности¹.

Проблема стратегической устойчивости компании сравнительно нова. При выпуске стандартизированной продукции, медленно изменяющейся под воздействием запросов потребителей, на первом месте стоят вопросы организации производства с минимальными издержками. Такая ситуация была характерна для первой половины XX века вследствие ненасыщенности товарных рынков. При гарантированном сбыте и производстве, защищенном эффектом масштаба, стратегическая устойчивость крупной фирмы обеспечивалась, в основном, реализацией условий для минимизации удельной стоимости факторов производства, а также стоимости производства и распределения для фирмы. В сфере маркетинга господствовала *концепция товара*, суть которой можно выразить как «производить товар хорошего качества и продавать его по умеренной цене». Основные направления деятельности менеджмента сводились к учету и контролю расхода ресурсов и выпуска продукции, построению системы мотивации персонала, операционному управлению производством и сбытом продукции, обеспечивающему заданные темпы выпуска и реализации продукции. В силу медленности изменения запросов пользователей, высоких входных барьеров, охранявших промышленное производство, схема наращивания стратегической устойчивости отличалась статичностью и поэтому задача об обеспечении стратегической устойчивости фирмы даже не осознавалась и, соответственно, не ставилась.

Область конкурентного превосходства включает область финансовой устойчивости, область превосходства обобщенного товара и условий его производства и распределения, область превосходства менеджмента.

Финансовая устойчивость означает способность фирмы сохранять устойчивую структуру активов как в ходе текущих операций, так и на всех этапах ее развития. Особую опасность представляет наращивание организационной структуры фирмы при слияниях, поглощениях, объединениях и т.п., при которых нарушается эволюционное развитие фирмы, и изменение ее характеристик происходит скачкообразно. Известно, что скачкообразное изменение свойств управляемого объекта всегда сопровождается переходными процессами различной интенсивности, имеющими колебательный характер и затрагивающими разные области деятельности фирмы. Эти процессы взаимодействуют друг с другом, и в случае их резонансного сложения могут вызвать значительные отклонения параметров управляемого объекта от равновесного состояния, что может закончиться его разрушением. В рыночных условиях невозможно исчерпывающе определить состояние и тенденции развития как внутренней, так и внешней среды предприятия. Для факторов внешней среды косвенного воздействия такое положение является следствием их многочисленности и множественности связей между ними, а для факторов внешней среды прямого воздействия положение осложняется не только сокрытием конкурентами необходимой информации, но и преднамеренной дезинформацией. Эти обстоятельства делают невозможным формулирование условий стратегической устойчивости в терминах детерминированного подхода.

Сравнение периодов для различных циклов устойчивости предприятия — оперативных, тактических и стратегических — проясняет типовую тактику менеджмента предприятий, попавших в затруднительное положение. Например, широко распространенная практика исправлять положение некоторой группы показателей, временно жертвуя состоянием (за счет ухудшения значений) более медленно меняющихся групп показателей.

Хотя в тактическом смысле эти шаги могут принести временное облегчение, они наносят ущерб стратегическим ресурсам компании, который будет впоследствии проявляться в увеличении удельной стоимости факторов производства и снижении доходности от реализации продукции компании продолжительное время (крупномасштабные стратегические циклы). В качестве примера можно привести уже обсуждавшуюся ситуацию, в которой повышение рентабельности опе-

¹ Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Дж. Стоимость компаний. М.: Олимп-Бизнес, 1999. С. 25–51.

раций при относительном снижении качества продукции фирмы достигалось за счет агрессивной рекламной политики, что с неизбежностью наносит ущерб репутации фирмы. Правильное решение — своевременные меры по совершенствованию качества продукции, либо переадресация продукции (смещение в другой сегмент рынка, либо уточнение целевой потребительской группы фирмы в том же сегменте — фокусирование стратегии).

Для достижения стратегической устойчивости предприятия необходимо иметь активные управленческие процедуры, способные гасить нежелательные колебания.

Сравнение периодов для различных циклов устойчивости предприятия — оперативных, тактических и стратегических — проясняет типовую тактику менеджмента предприятий, попавших в затруднительное положение. Например, широко распространенная практика исправлять положение некоторой группы показателей, временно жертвуя состоянием (за счет ухудшения значений) более медленно меняющихся групп показателей.

Хотя в тактическом смысле эти шаги могут принести временное облегчение, они наносят ущерб стратегическим ресурсам компании, который будет впоследствии проявляться в увеличении удельной стоимости факторов производства и снижении доходности от реализации продукции компании продолжительное время (крупномасштабные стратегические циклы). В качестве примера можно привести уже обсуждавшуюся ситуацию, в которой повышение рентабельности операций при относительном снижении качества продукции фирмы достигалось за счет агрессивной рекламной политики, что с неизбежностью наносит ущерб репутации фирмы. Правильное решение — своевременные меры по совершенствованию качества продукции, либо переадресация продукции (смещение в другой сегмент рынка, либо уточнение целевой потребительской группы фирмы в том же сегменте — фокусирование стратегии).

Другую ошибку совершают менеджеры, которые пытаются исправить положение с рентабельностью за счет снижения ликвидности, как это часто бывает у российских предприятий, против которых возбуждаются дела о банкротстве. Хотя рентабельность и ликвидность активов представляют собой взаимно дополняющие показатели, т.е. при определенных условиях увеличение одного из них влечет за собой снижение другого, рентабельность является более инерционной характеристикой бизнеса: она принадлежит к тактическим циклам устойчивости, в то время как ликвидность принадлежит к оператив-

ным циклам. Поэтому при попытке исправить рентабельность операций за счет снижения ликвидности не может быть даже выигрыша во времени, который возникает в рассмотренном выше случае. Этот путь просто ведет к скорому и неизбежному проигрышу (если продолжение функционирования предприятия действительно является целью его менеджмента), что и подтверждает весь опыт дел о банкротстве. Следует отметить, что как первая, так и вторая рассмотренные ошибки были спровоцированы тем, что менеджмент предприятия упустил время для начала адекватной реакции на изменения во внешней среде в соответствующем цикле — тактическом или стратегическом, — в тщетных попытках реагировать на качественно новые явления и процессы традиционными для фирмы методами и потому уже неадекватными этим процессам. Таким образом, для эффективного подавления развития нежелательных процессов в организации недостаточно иметь адекватную противодействующую процедуру, большую роль играет и своевременный запуск этой процедуры.

Как правило, нарушение структуры активов фирмы наступает в следующих случаях. Во-первых, при резком изменении активов фирмы, например в случае поглощения ослабленного конкурента, что ведет к временному снижению средней рентабельности операций фирмы. Если в течение периода, величина которого зависит от резервов, выделенных на поглощение и адаптацию новых активов, не удастся выйти на среднеотраслевой уровень рентабельности совокупных активов, возможно снижение запаса финансовой устойчивости. Во-вторых, при попытках руководства фирмы поднять экономическую отдачу от ее операций хотя бы на короткий период, поскольку к этому времени у фирмы начались трудности с ресурсным обеспечением ее деятельности. Стремясь повысить рентабельность операций в этих условиях, руководство фирмы часто идет на снижение уровня текущей ликвидности, что угрожает утратой платежеспособности и, как следствие, банкротством предприятия. Эти трудности могут возникнуть либо в результате продолжительной недостаточной рентабельности активов фирмы («кризис успеха»), либо в результате прямых убытков, вызванных использованием активов предприятия при неоправданно высоких рисках. Как первая, так и вторая причины являются результатом стратегических и тактических ошибок менеджмента (за исключением случаев резкого изменения внешней среды, в том числе и в результате форс-мажорных обстоятельств), поэтому *эффективность менеджмента* является важным фактором достижения и укрепления стратегической устойчивости фирмы.

Управление крупным предприятием отличается сложностью производственных и экономических процессов, ответственностью менеджмента за результаты производственной и экономической деятельности предприятия, включающей оборот значительных материальных, технических, финансовых и трудовых ресурсов. Результаты управления крупным предприятием (корпорацией) проявляются в его положении на отраслевом рынке, на экономике страны и ее положении в мировой экономической системе, на социально-экономическом положении работников предприятия и их семей, а также его многочисленных предприятий-партнеров и всего общества. В этих условиях многократно возрастает роль субъекта управления — управленческих кадров предприятия. Чтобы менеджмент предприятия в полной мере соответствовал требованиям его стратегической устойчивости, на всех уровнях должна существовать эффективная система совершенствования менеджмента. Как известно, для совершенствования управления любым объектом необходимо иметь систему измеримых показателей, адекватных содержанию процессов управления. Формирование таких показателей зависит от глубины понимания субъектом существа как управляемых процессов, так и самого процесса управления, а также возможностей (инструментария и технологий), доступных менеджменту в процессе подготовки и реализации управленческих решений¹.

Область конкурентного превосходства включает область финансовой устойчивости как основы для продолжения деятельности предприятия, область превосходства обобщенного товара¹ и условий его производства и распределения, область превосходства менеджмента.

Результаты управления крупным предприятием (корпорацией) проявляются в его положении на отраслевом рынке, на экономике страны и ее положении в мировой экономической системе, на социально-экономическом положении работников предприятия и их семей, а также его многочисленных предприятий-партнеров и всего общества. В этих условиях многократно возрастает роль субъекта управления — управленческих кадров предприятия. Чтобы менеджмент предприятия в полной мере соответствовал требованиям его стратегической устойчивости, на всех уровнях должна существовать эффективная система совершенствования менеджмента. Как известно, для совершенствования управления любым объектом необходимо иметь систему измеримых показателей, адекватных содержанию про-

цессов управления. Формирование таких показателей зависит от глубины понимания субъектом существа как управляемых процессов, так и самого процесса управления, а также возможностей (инструментария и технологий), доступных менеджменту в процессе подготовки и реализации управленческих решений¹.

Исследования в области повышения эффективности управленческого труда относятся к «вечно актуальным». Основным побудительным мотивом к совершенствованию управления предприятием являются изменения во внешней среде — ее экономических, политико-правовых, социальных, технологических и конкурентных факторов. С другой стороны, непрерывно совершенствуются методы управления. Накопление научных знаний и практического опыта стимулирует их активное освоение и применение в практике управления, положительно влияет на качество решения типовых задач менеджмента, снижает вероятность ошибочных решений для новых, оригинальных задач. Следует подчеркнуть, что в условиях переходной экономики, характеризующейся нестабильностью правовой среды, а также многих экономических и социальных параметров, и, как следствие, высокими рисками для предпринимательства, умение менеджмента организации решать новые экономические и управленческие задачи является жизненно необходимым. Мощным резервом повышения эффективности управленческого труда является непрерывное совершенствование и внедрение на все уровни управления современных информационных технологий, а также новых систем поддержки управленческих решений, построенных на экономико-математических методах.

¹ Котлер Ф. и др. Основы маркетинга. Второе европейское издание. М.; СПб.: Киев, 2000.

¹ Шеметов В.В. Эффективность управленческого персонала промышленной компании // Кадровик. 2005. № 6.

А. Я. Матвеевко,
доцент кафедры Российской Академии предпринимательства

Развитие управления в негосударственных вузах — особенности и перспективы

Рассмотрение проблем совершенствования управления в негосударственных вузах невозможно проводить вне контекста общего развития российской системы подготовки кадров (в частности, системы высшего образования), а также без учета влияния на эти процессы интеграции российской экономики в мировую хозяйственную систему, которая, в свою очередь, глобализируется.

Переход от индустриальной эпохи к качественно новому, постиндустриальному (информационному) развитию способствует тому, что в настоящее время экономика развитых стран все больше базируется на интеллектуальном потенциале. На современном этапе развития человеческой цивилизации основными факторами прогресса становятся не столько капитал и средства производства, сколько знания и новые идеи, обеспечивающие выпуск конкурентоспособной продукции, основанной на новейших технологиях. В настоящее время только инновационный характер экономики обеспечивает динамичное развитие общества и высокое качество жизни населения.

В опубликованных в последние годы исследованиях, проведенных различными организациями системы ООН (таких, как ЮНЕСКО, Всемирный банк, ЮНИДО) представлен анализ реализации основных задач высшего образования, связанных с построением общества знания, а именно: как, с учетом текущих финансовых возможностей, расширить охват населения образовательными услугами, искоренить неравенство доступа различных групп, индивидов и повысить качество образования?

При этом определены и новые факторы, оказывающие существенное влияние на развитие высшего образования, действующие в глобальном масштабе.

Во-первых, в XXI в. наиболее значительной движущей силой экономического развития и наращивания конкурентоспособности страны становятся накопление и практическое применение знаний, что приводит к повышению роли особенно высшей школы в строительстве наукоемких экономических систем и демократических обществ.

Во-вторых, информационная, коммуникационная и технологическая революции способствовали ускорению развития различных составляющих производства и практическую применимость знаний.

В-третьих, в высшей школе идет процесс коммерциализации, возникает конкуренция между новыми провайдерами третичного образования и традиционными вузами, которым ранее принадлежала монополия в этой сфере. Новые провайдеры функционируют в «безграничной» образовательной среде и используют совершенно иные модели организации и доставки знаний, основанные на применении информационных компьютерных технологий.

В-четвертых, возникают новые глобальные рынки продвинутых кадров с высоким уровнем подготовки. Их образование сопровождается ростом международной конкуренции за привлечение квалифицированного персонала и влечет за собой перетекание интеллектуальных ресурсов между странами и отраслями, обеспечивающие более высокий уровень жизни и возможности личностного и профессионального роста [1].

Российское государство и общество уделяют все больше внимание проблеме развития интеллектуального потенциала страны, ее человеческого капитала, рассматривая их в качестве движущей силы экономики в целом. Для этого есть хорошая основа, созданная предыдущими поколениями. Население России по уровню грамотности уверенно занимает одно из первых мест в мире. При этом показатели по наличию среднего образования — самые высокие в мире. Образование выше среднего имеют около 85% населения (а если рассматривать соответствующие значения для экономически активного населения (до 60 лет), то они совершенно уникальные — почти 95%). Показатели по России значительно превышают аналогичные цифры по Германии, имеющей самый высокий уровень среднего образования в ЕС — 78%, и по Великобритании — 76%. Занимает Россия и одно из ведущих мест в мире по среднему уровню квалификации рабочих и специалистов, включая те сферы экономики, которые принято называть постиндустриальными [2].

Выступая на заседании Госсовета 8 февраля 2008 г. Президент Российской Федерации В. Путин заявил, что в настоящее время Минобразования и науки России работает над созданием образовательной системы нового поколения. «Образовательная система должна вобрать в себя все последние наработки по стандартам нового поколения», — подчеркнул он. «Уже в ближайшие годы необходимо обеспечить переход к образованию по стандартам нового поколения, отвечающим требованиям современной инновационной экономики» [4].

Развитие вузов в России определяется законодательной базой и общегосударственной политикой. Практическая деятельность вузов регулируется Министерством образования и науки Российской Федерации, Федеральным агентством по образованию, а также обеспечивающей единое образовательное пространство и качество образования Федеральной службой по надзору в сфере образования и науки, общественными объединениями.

Необходимо отметить, что после 2000 г. российское правительство и общество постоянно уделяют значительное внимание развитию высшего образования в стране. Об этом свидетельствует наличие целого ряда государственных решений и целеполагающих документов по данным вопросам. В качестве основных можно выделить Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2008 г., Программу социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2006–2008 гг.), Основы политики Российской Федерации в области развития науки и технологий на период до 2010 г. и дальнейшую перспективу (утверждены Президентом Российской Федерации 30 марта 2002 г.), законы Российской Федерации «Об образовании», «О высшем и послевузовском образовании», Концепцию модернизации российского образования на период до 2010 г., Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике», Приоритетные направления развития образования, одобренные Правительством Российской Федерации 9 декабря 2004 г., Стратегию Российской Федерации в области развития образования на период до 2010 г., приоритетный национальный проект «Образование» [6].

Профессионально-образовательный комплекс России состоит из трех основных элементов — начального профессионального образования, среднего профессионального образования и высшего профессионального образования. Очевидна взаимосвязь всех трех элементов при формировании интеллектуального потенциала и человеческого капитала нации.

При этом необходимо отметить целый ряд позитивных тенденций в развитии образовательного комплекса в минувшие годы. За период 1991–2005 гг. численность лиц с высшим профессиональным образованием выросла в 1.5 раза, студентов — в 2.5 раза [6], что во многом объясняется быстрым развитием платного образования и негосударственных вузов (табл. 1).

Таблица 1

Численность высших учебных заведений в РФ и студентов в них [3]

Показатели	Годы					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Число вузов в РФ всего	965	1008	1039	1044	1071	1068
Госвузы	607	621	655	652	662	655
Негосударственные вузы	358	387	384	392	409	413
Численность студентов всего (тыс. человек)	4741.4	5426.9	5947.5	6455.7	6884.2	7064.6
Численность студентов госвузов (тыс. человек)	4270.8	4797.4	5228.7	5596.2	5860.1	5985.3
Численность студентов негосударственных вузов (тыс. человек)	470.6	629.5	718.8	859.5	1024.1	1079.3

Приведенные выше цифры свидетельствуют о растущей популярности обучения в негосударственных вузах, т.е. увеличении числа обучающихся в них студентов. При этом за последние годы численность самих негосударственных вузов практически стабилизировалась, однако по-прежнему продолжается постепенный рост их числа и количества обучаемых в них студентов. По последним данным (2007 г.) число негосударственных вузов достигло 450, а количество обучающихся студентов — 1 млн 252,9 тыс. человек [3].

Является положительным тот факт, что по относительной численности студентов высших учебных заведений Россия продолжает занимать одно из первых мест в мире. К числу недостатков организации системы высшего образования за последние годы можно отнести растущую дифференциацию доступности качественного образования по территориальным, социально-экономическим и иным признакам. В частности, существует определенная неравномерность в территориальном распределении центров вузовской подготовки. Наибольшее количество студентов вузов сконцентрировано в федеральных образовательных центрах. Так в Москве сосредоточено 14,3% общего количества студентов и 15,1% от общей численности бюджетных студентов, в г. Санкт-Петербурге — 6,3% студентов России и 7,2% от числа бюджетных студентов.

По численности студентов наиболее крупными вузовскими центрами вслед за Москвой и Санкт-Петербургом являются Свердловская, Ростовская, Новосибирская, Нижегородская, Челябинская, Самарская области, Республика Татарстан и Красноярский край [5].

За последние годы Правительством Российской Федерации принят ряд шагов по развитию системы высшего образования в стране. В частности, основные приоритеты развития образования, одобренные Правительством Российской Федерации и доработанные в соответствии с протоколом заседания Правительства Российской Федерации от 9 декабря 2004 г. № 47, предусматривают:

1. Институциональную перестройку системы высшего образования, обеспечивающую качество образования на уровне лучших мировых образцов и развитие всех регионов России.

2. Формирование *многоуровневой* системы подготовки: бакалавр-магистр (при сохранении непрерывной подготовки специалистов по ряду специальностей), что потребует разработки *новой структуры и стандартов* направлений подготовки (переход от 670 специальностей к 50 направлениям подготовки по бакалавриату).

3. *Интеграцию* высшего образования, науки и «новой экономики», а также повышение международной конкурентоспособности российского высшего образования.

4. Повышение роли *нормативных и программно-целевых методов* финансирования образования и государственной поддержки программ развития учебных заведений.

5. Повышение *инвестиционной привлекательности* сферы образования.

При этом запланированы меры по предоставлению права *широкому кругу организаций* в реализации программ дополнительного профессионального образования, а также расширение участия работодателей в финансировании различных форм профессионального образования на условиях социального партнерства, что позволит привлечь дополнительные внебюджетные средства и снизить нагрузку на бюджет.

Основной целью реформ является обеспечение доступности качественного образования для всех слоев населения как основы социальной мобильности и снижения социально-экономической дифференциации в обществе.

При этом негосударственные вузы будут играть существенную роль в обеспечении доступности высшего образования, предоставляя возможность различным слоям населения получить его по собственному выбору и за собственный счет [6].

Перспективы развития высших учебных заведений страны, в том числе и негосударственных вузов, в значительной степени зависят от общей экономической ситуации, демографической ситуации, тенденций и процессов интеграции и глобализации.

Несмотря на укрепление российской экономики, по-прежнему существуют значительные проблемы в финансировании высшего образования. Уходят в прошлое финансирование высшего образования по остаточному принципу, хронический дефицит средств, задолженности по выплатам зарплат преподавателям и персоналу. Государство постоянно наращивает свои усилия в данной сфере. Однако до сих пор дефицит ресурсов серьезно ощущается и оказывает значительное влияние на качество подготовки студентов. Например, сравнение затрат на подготовку студентов в ряде стран мира и в России, а также выделяемых государством в бюджете средств на высшее образование показывает, что доля расходов на образование в государственных расходах в России в 2004 г. составила 12,7%, что сопоставимо с долей затрат на образование в Великобритании в 2002 г. — 12,7%, и больше, чем в том же году в Германии (9,8%), Италии (9,9%), Франции (11%) и Японии (11,1%). Постоянно растет и показатель отношения государственных расходов на образование в России в процентах к ВВП. В 2004 г. он достиг 3,5%, что в сравнении с аналогичным показателем в 2002 г. в ряде других экономически развитых государств мира — Германии (4,4%), Японии (3,5%) само по себе является уже определенным достижением.

В то же время, при рассмотрении абсолютных величин, в том числе и затрат на одного студента в высшем образовании, разница в объемах финансирования является разительной, что видно из табл. 2 [5].

Таблица 2

Государственные расходы на 1 студента вуза в 2002 г.

Страна	Абсолютное значение (долл. США)
США	20 545
Великобритания	11 621
Германия	10 996
Япония	10 395
Россия	523

Необходимо отметить, что благодаря усилиям общества и Правительства РФ наметилась устойчивая положительная тенденция постоянного роста расходов на 1 студента вуза в нашей стране. В 2004 г. этот показатель достиг значения в 880 долларов США на одного студента, т.е. с 2002 г. практически удвоился [5], а к концу 2007 г. вырос еще более, чем в 3 раза и достиг уровня почти в 3 100 долларов США [7].

В то же время разрыв с показателями затрат на одного студента вуза в экономически развитых странах все еще остается весьма значительным, а ведь эти величины влияют как на конкурентоспособность российских вузов (и государственных, и негосударственных), так и на качество подготовки выпускников, что играет немаловажную роль в условиях идущего интеллектуального и экономического соревнования стран в условиях глобализации.

Приведенные выше данные показывают общее состояние финансирования и затрат на одного студента в высшем образовании и характеризуют ту среду, в которой действуют негосударственные вузы. Естественно, что затраты на подготовку одного студента в них не может значительно отличаться от общих показателей, что ограничивается как общей платежеспособностью населения, так и конкуренцией со стороны государственных вузов и их платных отделений.

Не существует полной и достаточно доступной статистики о величине затрат на обучение одного студента в негосударственных вузах. Однако коммерциализация образовательных услуг в то же время не позволяет иметь высокую доходность как организаций, ведь они редко имеют другие источники доходов, кроме платы за обучение, получаемой от студентов, для рассмотрения вопроса о величине затрат на одного студента в негосударственных вузах можно сделать допущение, что затраты на одного студента в них примерно соответствуют величине оплаты студентами своего обучения. При таком допущении становится возможным хотя бы приблизительно оценить положение негосударственных вузов по параметрам затрат на одного студента в общей системе высшего образования.

Одним из косвенных показателей, свидетельствующим о качественном развитии негосударственных вузов и увеличении затрат на подготовку студентов, является численность их профессорско-преподавательского состава, в том числе привлекаемого и на условиях совместительства, которая увеличилась с 50,7 тыс. человек в 2004–2005 учебном году до 75 тыс. человек в 2006–2007 учебном году [3].

На ситуацию в высшем образовании, в частности, на объемы средств, поступающих в вузы и являющихся источником их дальней-

шего развития, существенное влияние оказывает и ряд других факторов, в том числе демографическая ситуация, которая для вузов значительно осложнится в ближайшие годы в связи с ожидаемым уменьшением количества выпускников средних школ: в 2008 г. количество одиннадцатиклассников составит еще более миллиона человек, а в 2009–м уже 930 тыс., в 2010 г. — 808 тыс. [8].

Позитивным фактором на этом фоне, который может несколько смягчить потенциальный ущерб объемам поступлений средств в вузы из-за уменьшения общего количества потенциальных студентов, может стать ожидаемый устойчивый рост доходов населения, уже наблюдающийся в РФ в последние годы. Увеличение благосостояния населения потенциально может привести к увеличению числа тех выпускников школ, семьи которых смогут оплатить их образование из собственных средств.

Одним из резервов увеличения расходов на образование, роста финансирования вузов, включая негосударственные, может стать активное вовлечение бизнес-сообщества в подготовку студентов, которые в будущем придут на предприятия, спонсировавшие их обучение. Однако, на сегодняшний день в этой области также остается много проблем, мешающих активизации данного процесса. В частности, представители компаний жалуются, что вузы готовят недостаточно квалифицированных специалистов, либо специалистов, обладающих слишком общетеоретической подготовкой, не умеющих применить свои знания на конкретном рабочем месте. Много претензий и представителей вузов к бизнес-сообществу. В частности, отмечается неумение бизнеса применить знания выпускников вузов, использование их на рабочих местах, требующих значительно более низкой квалификации, неконкретность заявок на подготовку специалистов со стороны предприятий, а при поступлении таких заявок — нерегулярное финансирование обучения, отсутствие у бизнеса долгосрочных заявок на подготовку специалистов и стремление «расхватать» наиболее талантливую молодежь уже на выходе из вуза. Более успешно данное сотрудничество осуществляется в тех городах, где существуют крупные компании, обладающие достаточными финансовыми ресурсами и работающие на перспективу, значительно более трудно — в регионах.

Положение также осложняется пробелами в законодательстве и налогообложении, в частности, отсутствие достаточных налоговых льгот для предприятий, финансирующих вузы, как государственные, так и негосударственные, слабость законодательства в области защиты прав на интеллектуальную собственность, неумением вузов эффек-

тивно и целенаправленно использовать средства, предоставляемые бизнесом.

Система управления в учреждениях и организациях, занятых в сфере производства и потребления образовательных услуг, обладает существенными особенностями по сравнению с традиционными системами управления, например, в промышленности и других сферах услуг. С последними вузы роднит то, что производство и потребление осуществляются одновременно, а потребители сами участвуют в процессе производства и потребления. Отличительной же чертой можно назвать длительный цикл производства и потребления, крайней сложностью процесса, высокий уровень кадрового состава с присущими его представителям чертами индивидуализма, самостоятельности, нежелания подчиняться «администрированию», традиции обособленности (замкнутости) и элитарности, консерватизм научно-образовательных учреждений. Организации, предоставляющие образовательные услуги, являются крайне сложными в управлении организациями. Они традиционно имеют линейно-функциональную организационную структуру управления, отличающуюся значительным числом структурных подразделений с нечетко структурированными взаимосвязями, что может в зависимости от поставленных задач и на определенных этапах деятельности дополняться элементами матричной организационной структуры, а это еще больше затрудняет управление.

Вопросы управления в высших учебных заведениях в рыночных условиях до сих пор остаются слабо исследованными в отечественной науке как в теоретическом, так и в практическом плане, а западные теории управления университетами и бизнес-школами мало подходят к существующим в нашей стране условиям из-за значительных различий в законодательстве и традициях. Что касается негосударственных образовательных организаций, то ситуация является еще более сложной. Если в государственных вузах существует централизованное финансирование и определенные стандарты управления, то негосударственные вузы вынуждены полностью полагаться только на свои собственные силы и самостоятельно выживать в сложных условиях конкурентной рыночной среды. Между тем, в составе их руководства зачастую по-прежнему доминирующую роль играют крупные специалисты в области науки и образования, которые на определенном этапе инициировали создание новых высших учебных заведений, базирующихся во многом на научном авторитете отцов-основателей, но очень мало профессиональных менеджеров, способных эффективно управлять в рыночных условиях. Как следствие — во многих негосударственных ву-

зах в управлении основное внимание уделяется «академическим» вопросам и недостаточно — оптимизации структуры управления, финансовых потоков, все еще слабо поставлена работа маркетинговых служб и данная функция зачастую по-прежнему выполняется приемными комиссиями, действующими по традиционным схемам, оставшимся с конца 80-х — начала 90-х годов. Структура многих негосударственных высших учебных заведений остается жесткой и иерархической, неспособной быстро реагировать на изменения во внешней среде. Лишь некоторые подобные вузы начинают применять открытые модели, гибко реагирующие на изменения внешних условий. Данные особенности российских вузов, в том числе и негосударственных, отмечается в большинстве отечественных научных исследований и публикаций по вопросам управления в высших учебных заведениях.

Ситуация может еще более усложниться в предстоящие несколько лет, когда в результате прогнозирующихся демографических изменений произойдет снижение числа потенциальных абитуриентов и резко усилится конкуренция между вузами, особенно негосударственными. Чтобы быть готовыми к таким изменениям и резкому обострению конкуренции на рынке высшего образования, вузы будут вынуждены перестроить свою деятельность — оптимизировать управление, резко повысить качество образовательных услуг, повысить эффективность их продвижения на рынке.

Основными мерами по совершенствованию деятельности негосударственных вузов в сложных конкурентных условиях в предстоящие годы могут быть следующие шаги:

- оптимизация структуры управления, применение новых форм и методов управления;
- обновление кадров руководящего состава, привлечение к управлению профессиональных менеджеров, которые смогут повысить эффективность деятельности образовательных организаций в условиях жесткой рыночной конкуренции;
- усиление внимания к вопросам улучшения качества предоставляемых образовательных услуг путем введения новых передовых систем контроля качества, с использованием методик, уже действующих в промышленности и сфере услуг, а также адаптированных к российским условиям передовых методик обеспечения качества образования;
- усиление внимания к работе маркетинговых служб, перестройку их в соответствии с самыми современными методами, ис-

пользующимися различными наиболее успешно действующих в своих отраслях бизнес-структурами;

- развитие работы негосударственных вузов в смежных с высшим образованием областях — расширение объемов консультационных услуг, программ переподготовки кадров, различных целевых исследований для предприятий, компаний, поскольку объемы заказов по данным направлениям не будут сокращаться из-за изменений в демографической ситуации.

Примеров успешной работы по повышению эффективности деятельности и совершенствованию управления в различных вузах страны накоплено уже немало. Тем более, что следует отметить готовность кадров российских вузов к переменам, если их целесообразность и необходимость вызвана объективными факторами и направлена на улучшение положения вузов. Так, согласно данным Экспертного опроса, проводящегося на постоянной основе на сайте Российского союза ректоров, 72,46% респондентов высказались за свободу выбора индивидуальной образовательной траектории (возможность выбора курсов и учебных единиц) в соответствии с положениями Болонской декларации, 82,28% — за внедрение системы зачетных баллов по типу ECTS (европейской системы перезачета зачетных баллов), 60,87% — за предоставление налоговых преференций юридическим и физическим лицам, вкладывающим свои средства в развитие системы образования, что свидетельствует о высокой готовности образовательного сообщества к переменам во имя развития высшего образования в стране и его поступательной интеграции в мировое образовательное пространство.

Литература

1. Сальми Д. Взгляд в будущее: высшее образование и общество знаний. Вашингтон: Всемирный Банк, 2002.
2. Громов А. Медведев и человеческий капитал // Эксперт. 09.04.2007. № 14 (555).
3. Социально-экономическое положение России. Федеральная служба государственной статистики. М., 2007.
4. Итар-ТАСС. М., 08.02.2008.
5. Рынок труда и рынок образовательных услуг в субъектах Российской Федерации. М.: Техносфера, 2006.
6. Министерство образования и науки РФ. Доклад о результатах и основных направлениях деятельности на 2007—2009 годы. М., 2006.
7. Росбизнесконсалтинг. М., 15.02.2008.
8. Львов М. Студентов станет меньше, а педагогов отправят учиться // Комсомольская правда. 11.01.2008.

А. В. Орлов,
аспирант Российской Академии предпринимательства

Инвестиционные риски: технология VAR в системе управления рыночными рисками

Инвестиции неразрывно связаны с риском. Одно из основных положений современной теории финансов состоит в том, что получение более высокой прибыли связано с более высоким риском. Определения риска известна каждому, но получение количественных оценок риска связано с серьезными трудностями.

Инвестор в своей деятельности сталкивается с различными рисками. Обычно выделяют следующие типы риска: рыночный риск, кредитный риск, риск ликвидности, системный риск.

В данной статье рассматривается методика оценки рыночного риска, и далее под риском мы будем понимать рыночный риск. Рыночный риск связан с возможными потерями из-за неблагоприятных для инвестора изменений цен, а точнее, с неопределенностью будущей динамики цен на рынках.

В течение последних двух десятилетий объем операций на мировых финансовых рынках увеличился в несколько раз. Структура рынков стала намного сложнее. Участникам предлагается постоянно расширяющееся множество финансовых инструментов. Финансовые рынки становятся все более взаимосвязанными. Финансовые институты на сегодняшний день имеют возможность вести фактически круглосуточную торговлю на товарных и валютных рынках. Волатильность этих рынков за последнее время значительно возросла. Все эти факторы вызвали повышенный интерес к оценке величины рыночного риска.

Альтернативные методы измерения и управления риском развивались параллельно с ростом финансовых рынков. Один из таких ме-

тодов измерения риска, известный как Value at risk1 (VAR), стал особенно широко применяться в последние несколько лет и сегодня используется в качестве основы международными банковскими организациями (BIS, например) при установлении нормативов величины капитала банка относительно риска его активов.

Метод VAR был разработан для того, чтобы с помощью одного единственного числа отобразить информацию о риске портфеля.

Определение VAR

VAR — это, согласно техническому документу RiskMetrics, Value-at-Risk — это мера максимального потенциального изменения стоимости портфеля финансовых инструментов с определенной вероятностью на заданном временном горизонте¹.

Определение VAR подразумевает знание функции распределения доходности портфеля за выбранный интервал времени. Если стандартное отклонение как мера риска определяет «ширину» плотности распределения доходности портфеля, то VAR определяет конкретное значение потерь в стоимости портфеля, соответствующее заданному весу «хвоста» распределения.

В общем случае, для получения этой величины необходимо ответить на 2 вопроса: 1 — какой объем активов потенциально рискован и 2 — каков этот риск в численном выражении (то есть, какие составляющие риска необходимо учесть и что является мерой этих рисков). Для простоты предположим, что инвестор заинтересован только в оценке рыночных рисков.

Как правило, интервал времени, для которого вычисляется значение VAR, составляет 1–10 дней, а уровень достоверности равен 95–99%. Например, значение VAR = –1 млн долл. для одного дня с уровнем достоверности 95% означает, что однодневные потери в стоимости портфеля в 95% случаев не превысят 1 млн долл. А значение VAR = –5 млн долл. для недельного интервала и уровня достоверности 95% означает, что ожидаемые потери в стоимости портфеля за неделю в 95% случаев не превысят 5 млн долл.

Введем формальное определение VAR. Пусть стоимость портфеля в момент t равна $V(P_t, X_t, t)$, где X_t — финансовые инструменты, составляющие портфель;

P_t — цены данных инструментов в момент времени t . Обозначим $JV(P_{t+1} - P_t, X_t, t)$ изменение стоимости портфеля за интервал вре-

мени между t и $t + 1$ (считаем, что структура портфеля остается неизменной). Пусть $G(k, X_t)$ — функция распределения вероятности стоимости портфеля:

$$G(k, X_t) \text{def} = \text{probability}[JV(P_{t+1} - P_t, X_t, t) < k].$$

Определим обратную функцию к функции распределения вероятности $G(k, X_t)$ как:

$$G^{-1}(a, X_t) \text{def} = \text{infinum}[k: G(k, X_t) = a],$$

где $\text{infinum } M$ — точная нижняя грань (проще говоря, минимальный из всех элементов) множества M .

Можно считать, что определенная таким образом обратная функция дает минимальное значение k , при котором выполняется равенство $G(k, X_t) = a$.

Значение VAR для заданного уровня достоверности $1 - a$ (a — вес «хвоста») определяется как:

$$\text{VAR} = (a, X_t) = G^{-1}(a, X_t).$$

Для вычисления VAR, как следует из определения, необходимо знать состав портфеля, интервал времени для которого вычисляется VAR, и функцию распределения изменения стоимости портфеля.

Получение информации о составе портфеля не является, как может показаться, примитивной задачей. Крупные компании, имеющие в своем портфеле тысячи торгуемых на различных рынках инструментов и ведущие активные торговые операции, сталкиваются с проблемой оперативного получения информации о текущей структуре портфеля.

Другая проблема состоит в выборе времени фиксации цен активов, образующих портфель. Торговые сессии на мировых рынках заканчиваются в разное время; это создает проблему: по каким ценам считать изменение стоимости портфеля? Обычно время фиксации выбирается как время закрытия торговли на рынке, где сосредоточены основные активы компании.

После того как определена структура портфеля и выбран желаемый интервал времени для подсчета риска, необходимо определить функцию распределения изменения стоимости портфеля.

Методы вычисления VaR

Value at Risk стал важной составляющей набора инструментов риск — менеджера и инвестора, так как он дает численную меру риска. На практике, как правило, задача ставится не только получить достаточно точную оценку риска, но и оптимизировать затраты на ее вычисление. Это подразумевает работу по выбору метода, который будет бо-

¹ RiskMetrics Technical Document — JPMorgan, 4th edition, December, 1996, С. 6–7.

лее подходящим для конкретного портфеля финансовых инструментов. В этой связи было разработано несколько подходов к оценке VaR.

Эти подходы к оценке VaR могут быть разделены на две группы. Первая группа использует локальные способы оценки. Эта группа измеряет риск через первоначальное определение стоимости в начальный момент времени, а затем использует производные для определения возможных изменений. Дельта-нормальный метод использует лишь линейную составляющую динамики через производную первого порядка или дельту (отсылаем читателя к греческим обозначениям в теории опционов) и подразумевает нормальность будущих распределений доходностей. Таким образом, метод дельта представляет собой аналитическую аппроксимацию производных первого и второго порядков и наиболее подходит для портфелей с ограниченным потенциалом риска.

Вторая группа методов использует так называемую полную оценку. Эти методы измеряют риск, полностью переоценивая портфель для каждого из широкого набора возможных сценариев. Методы полной оценки могут быть реализованы через метод исторического моделирования и метод моделирования Монте-Карло.

Эта классификация отражает фундаментальный баланс между скоростью, простотой реализации и точностью модели. Скорость становится очень важным параметром для больших портфелей из нескольких тысяч инструментов, подверженных многообразным рискам, обрабатывая также взаимодействие рисков через коэффициенты корреляций. В таких ситуациях, как правило, используется менее точный, но более быстрый дельта-нормальный метод. Точность, тем не менее, может быть более важным параметром, когда портфель содержит нелинейные компоненты.

Дельта-нормальная оценка

Методы локальных оценок обычно основываются на предположении о нормальности распределений доходностей. Это предположение особенно удобно, так как в этом случае сумма нормально распределенных переменных сама является нормально распределенной величиной.

Чтобы проиллюстрировать этот подход, необходимо выбрать инструмент, стоимость которого зависит лишь от единственного лежащего в основе фактора риска — цены S базового актива, входящего в портфель. Первый шаг состоит в оценке начальной стоимости портфеля:

$$V_0 = V(S_0)$$

Определим Δ_0 как частную производную первого порядка, или, иначе, как чувствительность портфеля к изменению цены актива. В финансовой литературе¹ эта производная называется модифицированной дюрацией для портфеля из инструментов с фиксированной доходностью или дельтой для деривативов². Таким образом, потенциальная потеря стоимости, dV , может быть вычислена следующим образом:

$$dV = \frac{dV}{dS} \Big|_{V=V_0} dS = \Delta_0 dS.$$

Если распределение доходностей нормальное, значение VaR для портфеля может быть получено как произведение размера актива на VaR базового актива портфеля:

$$VaR = |\Delta_0| \times (\alpha \sigma S_0),$$

где α — это коэффициент, соответствующий определенному уровню значимости (1.65 для 95%, 2.32 для 99%) и σ — среднее квадратическое отклонение возможных изменений стоимости базового актива. Этот метод оценки называется аналитическим. Для финансового инструмента с фиксированной доходностью, фактором риска является доходность y и соотношение цена/доходность. В этом случае, VaR (рисковая стоимость) инструмента находится следующим образом:

$$\begin{aligned} dV &= -D_m V dy \\ VaR &= \alpha S D_m V, \end{aligned}$$

где D_m — модифицированная дюрация облигации.

Среди достоинств дельта-нормальной оценки выделяется простота реализации и быстрота вычислений даже для очень большого количества финансовых активов, входящих в портфель, так как эта оценка заменяет каждую позицию в портфеле ее линейной аппроксимацией.

Основным недостатком этого метода является недооценка значений, которые не описываются нормальным распределением доходностей (толстых хвостов распределений Леви) и, в некоторых случаях, неадекватное описание поведения нелинейных финансовых инструментов, таких как ипотечные бумаги.

Дельта-гамма оценка (оценка через «греческие символы»)

Очевидным способом дополнения дельта-нормального подхода является рассмотрение в разложении Тейлора производных более вы-

¹ Sharpe W., et al, *Investments* — Prentice Hall International, Inc., 1997; Fabozzi F., *Bond markets, analysis and strategies* — 3rd edition, Prentice Hall International, 1996

² Wilmott P., *Derivatives: The theory and practice of financial engineering*, — John Wiley & Sons, 1999; Sharpe W., et al, *Investments* — Prentice Hall International, Inc., 1997

сокого порядка. С их помощью можно повысить точность аппроксимации:

$$dV(S, t) = \frac{dV}{dS} dS + \frac{dV}{dt} dt + \frac{1}{2} \frac{\partial^2 V}{\partial S^2} dS^2 + \dots$$

или, используя финансовые обозначения,

$$dV(S, t) = \Delta dS + \Theta dV + \frac{1}{2} \Gamma dS^2 + \dots$$

По аналогии с преобразованиями, которые были произведены в описании дельта-нормального подхода, можно получить формулу для соотношения цена-доходность для облигаций в терминах метода дельта-гамма оценки:

$$dV = -D_m V dy + \frac{1}{2} C V dy^2 + \dots$$

где D_m – модифицированная дюрация и C – коэффициент при производной второго порядка, называемая конвекцией. В предположении о нормальности, аналитическая формула для рискованной стоимости достаточно проста и для нелинейных инструментов (в частности, опционов), и для инструментов с фиксированной доходностью:

$$VaR = |\Delta| \alpha \sigma S - \frac{1}{2} \Gamma (\alpha \sigma S)^2$$

$$VaR = D_m \alpha \sigma V + \frac{1}{2} C (\alpha \sigma V)^2$$

Существует также большое количество дальнейших разработок аналитических методов, корректирующих значение рискованной стоимости (VaR) в соответствии со значениями производных более высокого порядка, таких, например, как метод Корниша-Фишера¹. Но эти подходы нивелируют основное преимущество аналитических методов, требуя все больших вычислительных ресурсов.

Еще одним способом улучшения точности оценки является так называемый дельта-гамма–Монте-Карло метод, в рамках которого генерируются случайные реализации риск – факторов S , с дальнейшей подстановкой полученных значений в приближение Тейлора для получения возможных сценариев движений исследуемого актива. Этот метод также известен как метод частичного моделирования². Эти изощренные методы могут быть использованы для более точной настройки параметров скорости и точности у системы оценки рискованной стоимости.

¹ Jorion Ph., *Value at risk: the new benchmark for managing financial risk* – 2nd edition, McGraw-Hill, 2001

² *RiskMetrics Technical Document* – JPMorgan, 4th edition, December, 1996; Jorion Ph., *Value at risk: the new benchmark for managing financial risk* – 2nd edition, McGraw-Hill, 2001

Преимущества и недостатки оценки методом дельта-гамма похожи на те, которые были отмечены выше для дельта-нормального метода. На самом деле, используя этот подход можно улучшить точность вычислений и учесть нелинейный вклад в приближение, но в то же время, значительно увеличивается трудоемкость вычислений.

Методы полной оценки (Монте-Карло)

В некоторых ситуациях способ аппроксимации через разложение в ряд Тейлора не подходит совсем. К примеру, в случае, когда наихудшие потери не могут быть получены при экстремальных изменениях базисных активов, как это происходит для длинного стрэддла (long straddle), когда покупаются одновременно опционы типа «пут» и типа «колл» с одинаковыми страйковыми ценами и сроками исполнения в расчете на неустойчивость конъюнктуры. Максимальная потеря, являющаяся суммой уплаченных премий по опционам, достигается в случае, когда цена базисного актива вообще не изменяется.

В этом случае используется метод полной оценки, рассматривающий стоимость портфеля для широкого значения возможных ценовых изменений:

$$dV = V(S_1) - V(S_0)$$

Новые значения S_1 могут быть сгенерированы с помощью методов статистического моделирования, в частности, метода Монте-Карло, который основывается на априорном задании распределения возможных приращений. Другим способом получения значений S_1 может стать метод исторического моделирования, который просто создает выборку из недавних исторических значений. А именно, возвращаясь к прошлым значениям, применяет определенные веса к временному ряду исторических значений доходности. Этот подход иначе называется бутстрэппингом, или использованием существующего варианта процесса для создания нового варианта, так как предусматривает использование распределения недавних исторических значений¹.

В обоих случаях формируется стоимость портфеля на заданную дату, используя метод полной оценки. Этот метод потенциально является самым точным, так как он учитывает все возможные нелинейности и даже всевозможные выплаты, которые обычно просто игнорируются при применении дельта-нормального подхода. Подход VaR в методе полной оценки вычисляется из требуемых перцентилей полного распределения возможных выплат. С точки зрения вычислитель-

¹ Jorion Ph., *Value at risk: the new benchmark for managing financial risk* – 2nd edition, McGraw-Hill, 2001

ных процессов, этот подход достаточно требователен к ресурсам, так как необходимо полностью рассчитывать рыночную стоимость позиции для большого количества возможных изменений базисных активов — факторов риска.

С целью уменьшения требуемой интенсивности вычислений, иногда используется сеточный метод Монте-Карло¹, когда вычисление стоимости портфеля происходит не на всем множестве значений, а лишь на ограниченном количестве узловых точек². Основным преимуществом метода исторического моделирования является возможность получения полной оценки достаточно простым методом в случае портфелей с большим количеством разнообразных инструментов и на короткие временные интервалы. Все, что требуется — это временной ряд агрегированных доходностей портфеля. Метод может учитывать все нюансы, также предоставляя возможность выбрать необходимый временной горизонт.

С другой стороны, метод исторического моделирования имеет ряд недостатков. Первый заключается в необходимости иметь достаточное количество исторических данных по динамике цен. Чтобы получить 1000 независимых значений моделирования 1-дневного изменения цены, требуются исторические данные за 4 года. В то же время, некоторые финансовые инструменты могут иметь более короткую историю. Вторым недостатком является тот факт, что используется только один из возможных вариантов развития событий. Другими словами, подразумевается, что прошлое полностью представляет будущее, что, вообще говоря, неверно. Если в окно не попали важные события, распределение будущих доходностей не будет хорошо представлено. И наоборот, выборка может содержать события, которые заведомо не повторятся в будущем.

Что касается метода Монте-Карло, то это наиболее мощный метод, который может, в принципе, учитывать широкий круг возможных рисков, включая, конечно, и нелинейные эффекты. Моделирование методом Монте-Карло может учитывать изменение волатильности во времени, толстые хвосты распределений и даже экстремальные сценарии развития событий. Моделирование восстанавливает полностью плотность вероятности данных и может быть использовано для проверки ожидаемых потерь после использования VaR.

¹ Picoult E., *Calculating Value at Risk with Monte Carlo simulation*, - Risk Management for Financial Institutions, 1997

² Nicosini, O. *Introduction to the Monte-Carlo Method*, - IUSS lectures, 2005

Важнейшим недостатком метода Монте-Карло является большое время вычислений. Скажем, для портфеля из 1000 ценных бумаг, для каждой из которых генерируются 1000 дневных данных, общее число моделируемых чисел уже составляет 106. Кроме того, если процесс оценки стоимости актива также требует моделирования, полный вычислительный процесс становится слишком сложным для его выполнения в on-line режиме. Более того, ежедневные оценки VaR должны быть получены до открытия рынка на следующий день, т.е. за несколько часов.

Метод моделирования Монте-Карло, кроме того, самый «затратный» в смысле требований к инфраструктуре и интеллектуальным ресурсам. Другим недостатком этого метода является зависимость от стохастического процесса при моделировании риска. В самом деле, метод Монте-Карло зависит от определенного стохастического процесса для базисных факторов риска также как модели ценообразования для опционов или ипотечных инструментов. Чтобы проверить, робастны ли полученные результаты к изменениям модели, результаты моделирования должны быть дополнены неким анализом чувствительности. Наконец, рисковая стоимость, оцененная через моделированные данные, зависит от дисперсии выборки. Например, это случай, когда риск-факторы совместно нормальны и все выплаты линейны. В этом случае дельта-нормальный метод даст корректную оценку за один шаг. Тем не менее, в целом этот метод, вероятно, является наиболее полным подходом к измерению рыночных рисков, если моделирование производится, в определенном смысле, корректно.

Роль VAR в системе управления рисками

Как следует из вышесказанного, концепция VAR очень проста, и у читателя может возникнуть вопрос: «Ради чего писалась эта статья? Ведь изложенные вещи просты и зачастую тривиальны». Да, действительно, концепция VAR проста и имеет свои недостатки; кроме того, не существует теории, доказывающей, что VAR является оптимальным средством измерения риска.

Главный и самый веский аргумент в пользу изучения VAR заключается в том, что VAR стала общепризнанным методом оценки риска и среди участников западной финансовой системы, и, что более важно, среди регулирующих органов (The Group of Thirty (G30 1993), The Bank for International Settlements (1994) and The European Union). Так, например, BIS определяет для банков требования к собственному капиталу на основе соотношения между значением VAR банка и размером капитала банка.

На основе VAR западные финансовые институты пытаются выработать единый унифицированный подход к измерению риска. Фактически методика VAR продвигается в качестве стандарта оценки риска.

Сторонники данной методики надеются, что в конечном итоге VAR позволит на общем языке обсуждать проблемы оценки риска аудиторам, бухгалтерам, акционерам, управленцам и регулирующим органам.

Заключение

Учитывая то обстоятельство, что Россия постепенно переходит на западные стандарты учета, автор предполагает, что российским компаниям и банкам, а также регулирующим органам и академическим структурам следовало бы скорее начать освоение данной методики и адаптировать ее для российского рынка. Что возможно приведет методологию Value-at-Risk к тому, что она станет одним из общепризнанных стандартов измерения риска в нашей стране.

А. П. Сычев,

Российская Академия предпринимательства

Жилищно-коммунальное хозяйство и местное самоуправление

В общем процессе реформирования экономики России проблема реформы жилищно-коммунального хозяйства занимает особое место. Во-первых, это одна из крупнейших отраслей народного хозяйства. Во-вторых, эта отрасль наиболее социально значима. Если ошибки в проведении реформы, к примеру, угольной отрасли, скажутся не напрямую, а опосредованно и через некоторый промежуток времени, то любая ошибка в реформе ЖКХ вызовет мгновенную негативную реакцию вплоть до социального взрыва.

Строительство и ЖКХ – это отрасли системообразующие, которые стимулируют развитие машиностроения, производство товаров народного потребления и различного инженерного оборудования. В связи с этим перед отраслью стоит задача коренной модернизации инженерной инфраструктуры, которая позволила бы значительно увеличить межремонтные периоды, срок службы отдельных систем и объектов и уменьшить затраты энергии на производство единицы продукции: тепла, воды, приема стоков, содержания жилого фонда и уменьшения его износа. Применение современных технологий и материалов, конструкций и оборудования в строительстве и ЖКХ должно обеспечить энергосбережение и, как следствие, снижение себестоимости жилья.

Таким образом, проведение Правительством Российской Федерации реформ в жилищно-коммунальном хозяйстве отвечает особой важности и значимости поставленных задач и соответственно должно отвечать высоким требованиям научно-технического и управленческого уровня ЖКХ.

Одной из главных проблем жилищно-коммунального хозяйства в современных условиях рыночной экономики является, наряду с его низкой технической оснащенностью, проблема повышения эффективности управления. Решением этой проблемы является разработка интегрированных автоматизированных систем управления предприятием (ИАСУП), позволяющих поднять на совершенно качественно новый уровень процесс принятия технических и управленческих решений.

Модернизация системы жилищно-коммунального хозяйства в условиях реформы местного самоуправления является насущной необходимостью. Реальные проблемы существуют на любом уровне развития отрасли: и в сфере финансирования строительства, и в сфере экологии, и в технологической сфере. Необходимо отметить, что указанные проблемы нужно рассматривать комплексно, системно.

Очевидно, что сегодняшний подход к жилищно-коммунальной проблематике действительно становится комплексным. Так уходит в прошлое порочная практика отечественного жилищного комплекса – когда усилия различных организаций, чья деятельность тем или иным образом соприкасается с ЖКХ, не направлены к единой цели и «левая рука не знает, что делает правая».

Еще один устаревший подход – нерациональное и хищническое использование природных ресурсов, – основанный на мифе об их «неисчерпаемости», также уступает место современным тенденциям. На наших глазах исчезло понятие «дешевых» воды, топлива и энергии. И в таком контексте важно, что деятельность социальных институтов, занимающихся реформой ЖКХ, как мы видим, проходит в нескольких направлениях. С одной стороны, кардинально изменился ряд требований к самим зданиям, а с другой – к тому, что делает эти здания пригодными для жизни: к тепло-, электро- и водоснабжению, использованию и сбережению ресурсов.

Важно, что интересы строительства рассматриваются вкуче с интересами инвесторов (притом, что большинство ученых и специалистов склоняются к необходимости перехода ЖКХ на негосударственные формы собственности) и потребителей. Реформа ЖКХ вовсе не заключается в росте цен на жилье и коммунальные услуги – этот путь, как ясно всем, ведет в тупик.

В число актуальных проблем ЖКХ необходимо поставить и экологический фактор. Дело не только в отходах, загрязняющих окружающую среду, но и в ресурсосбережении, а значит – в ресурсопользовании. Ведь существует огромная разница между тем, чтобы «расходовать» природные ресурсы и тем, чтобы их «растрчивать». Главным богатством страны

являются ее ресурсы, и именно этот фактор определяет престиж страны. Данная проблематика также связана с модернизацией комплекса ЖКХ.

Ясно, что модернизация ЖКХ и оптимизация потребления и расхода природных ресурсов побуждают к поиску наиболее экономичного оборудования, способного при функционировании ответить целому ряду требований. Устаревшее оборудование ТЭЦ и водопроводной сети приводит к ненужному расходу природных богатств, перебоям в водо-, электро- и теплоснабжении и в конечном счете бьет по карману и потребителя, и строителя, и монтажных организаций, и инвесторов. Напротив, экономия природных ресурсов, современное оборудование экономит и деньги – прежде всего средства потребителя, который, между тем, полностью удовлетворяет свои потребности.

Так, при организации водоснабжения необходимо снижать потери в сетях, вводить новые материалы и технологии, в частности – трубы из полимеров, эффективную теплоизоляцию и современное насосное оборудование. Однако вопрос о водоснабжении невозможно рассматривать вне вопроса энергопотребления. Поэтому оптимальным является применение насосов с частотно-регулируемым приводом (ЧРП), позволяющих значительно снизить энергопотребление. Использование ЧРП дает возможность сэкономить до 50% потребляемого насосами электричества. Опыт Дании показывает, что в результате использования современных энергосберегающих подходов к коммунальному хозяйству тарифы на тепло- и электроэнергию не только не растут, но часто снижаются, а экологическая обстановка в целом по стране явно улучшается.

Это касается и модернизации систем теплоснабжения. Главный вопрос на сегодня – вопрос энергоэффективности. Положительный опыт реконструкции систем центрального теплоснабжения существует и в России. В Ижевске на средства кредита МБРР провели санацию изношенных теплосетей.

Заметим, что основная часть сетей централизованного теплоснабжения была построена около 30 лет назад. Трубы отличались значительной длиной, а теплоизоляционные мероприятия проводились некачественно. На сегодняшний день возможности старых коммуникаций и оборудования практически полностью исчерпаны. Нужна организация систем, позволяющих оптимизировать теплоподачу конечному потребителю, снизить потери, минимизировать энергопотребление при повышении управляемости сетей и снижении трудозатрат. Ныне подобную систему можно организовать только с использованием современного оборудования и компьютерного обеспечения, способного максимально автоматизировать все процессы теплоснабжения. Одним

из возможных подходов — это частичная децентрализация отопительных сетей и создание индивидуальных тепловых пунктов (ИТП) с параллельной заменой устаревшего оборудования на современное. Создание ИТП, ко всему прочему, поможет избежать и прокладки длинных, а значит, дорогостоящих теплопроводов. Опыт показывает, что в этой ситуации снижение эксплуатационных расходов для вновь возводимых объектов может достигать 30–40%.

Модернизация ЖКХ невозможна без активного широкого использования информационно-компьютерных технологий (ИКТ) в жилищном хозяйстве. Информационные системы — это основа для расчета инвестиционных планов, эксплуатации и управления объектами, мониторинга и контроля над потреблением ресурсов, возможность планирования и дистанционного контроля над строительством. В то же время, на сегодняшний день сфера ЖКХ является одной из самых проблемных в стране. Ощутимых изменений в уровне обслуживания не происходит. При этом все попытки передать коммунальную сферу в частные руки наталкиваются на сопротивление большинства граждан, считающих, что это приведет к ухудшению ситуации и неограниченному росту цен на коммунальные услуги.

В настоящий момент никто не обладает достоверной информацией о реальном состоянии жилищно-коммунального хозяйства страны, поскольку не существует автоматизированных систем сбора и обработки необходимой информации. Тем не менее, широкое использование информационных технологий, сбор, обработка и анализ информации в жилищном хозяйстве просто необходимы, особенно в условиях формирования совершенно новых межбюджетных отношений в регионах и муниципальных образованиях.

Литература

1. Постановление Правительства РФ от 17.11.2001 № 797 «О подпрограмме «Реформирование и модернизация жилищно-коммунального комплекса РФ» Федеральной целевой программы «Жилище» на 2002–2010 гг.
2. Доклад Департамента жилищно-коммунального хозяйства Министерства регионального развития РФ «Характеристика жилищно-коммунального комплекса России». М.: Минрегион РФ, 2006. Август.
3. Федеральная целевая программа «Жилище» в ред. постановления Правительства РФ от 31.12.2005. № 865.
4. Ряховская А.Н. Предпринимательские риски в ЖКХ России. М.: Финансы и кредит, 2007. № 41, 52, 55.

Е. В. Толстоброва, Е. В. Троицкая, Н. А. Фомичева,
Академия менеджмента инновации (институт)

Учет и анализ персонала предприятия

Важным условием эффективной работы предприятия является обеспечение его персоналом. Основным показателем, характеризующим обеспеченность предприятия персоналом, является численность его работников¹. Так, например, среднесписочная численность персонала в 2004 г. составила 542 человек, в 2003 г. — 546 человек, а в 2000 г. — 527 человек. В табл.1 представлено изменение среднесписочного состава на протяжении трех лет с 2000 г. по 2004 г.

Таблица 1

Изменение среднесписочной численности работников

Наименование	2002 г.		2003 г.		2004 г.		Отклонение	
	Ср. спис. числен. (чел)	в % к итогу	Ср. спис. числен. (чел)	в % к итогу	Ср. спис. числен. (чел)	в % к итогу	Абс. +/-	Относит. %
Всего ППП	527	100	546	100	542	100	-4	-0,7
Рабочие	361	68	375	69	372	69	-3	-0,8
Руководители	78	15	72	13	72	13	0	0
Специалисты	81	16	91	17	89	16	-2	-2,2
Служащие	7	1	8	1	9	2	1	12,5

Увеличение численности персонала за последние два года произошло из-за наращивания объемов производства, требующих дополнительных рабочих мест, что также потребовало проведение анализа движения рабочей силы, включая 3 важнейших коэффициента, это:

¹ Условное название предприятия «Сатурн-5».

1. *Коэффициент оборота по приему персонала.* Определяется путем деления числа работников принятых за отчетный период на данное предприятие на число работников на конец этого периода или среднесписочную численность.

2. *Коэффициент оборота по выбытию персонала.* Определяется путем деления числа всех выбывших работников за отчетный период на число работников на начало периода или среднесписочную численность.

3. *Коэффициент текучести персонала.* Определяется путем деления выбывших работников, без уважительной для предприятия причины, за отчетный период на число работников на начало периода или среднесписочную численность:

$$K_t = U_p / P_o * 100\%, (1)$$

где K_t – коэффициент текучести персонала, %;

U_p – численность работников, уволенных по собственному желанию и по инициативе администрации, человек;

P_o – среднесписочная численность работников предприятия, человек.

Итак, рассмотрим движение персонала на предприятии за 2002, 2003, 2004 гг. (табл. 2).

Таблица 2

Движение кадров на предприятии

Показатели	2002 г., человек	2003 г., человек	2004 г., человек
Среднесписочная численность работников	527	546	542
Принято на работу	154	155	168
Уволено с работы по собственному желанию	112	104	135
Уволено по инициативе администрации	55	53	60
Призвано в армию	3	2	2

Рассчитаем коэффициенты движения рабочей силы за 2002 г.

Коэффициент оборота персонала по приему:

$$K_p = 154 : 527 \times 100\% = 29,2\%$$

Коэффициент оборотов персонала по выбытию:

$$K_v = (112 + 55 + 3) : 527 \times 100\% = 31,87\%$$

Коэффициент текучести персонала:

$$K_t = (112 + 55) : 527 \times 100\% = 31,5\%$$

Помимо выше перечисленных, трех основных показателей, характеризующих оборот персонала, существуют еще два показателя:

Коэффициент замещения – отношение разности числа принятых и выбывших работников к среднесписочному составу:

$$K_z = (154 - 167) : 527 \times 100\% = 2,47\%$$

Коэффициент постоянства персонала – отношение лиц, состоящих в списочном составе весь календарный год, к среднесписочной численности:

$$K_{пк} = (527 - (154 + 167)) : 527 \times 100\% = 39,09\%$$

За 2003г. коэффициенты рабочей силы составляют:

Коэффициент оборота персонала по приему:

$$K_p = 155 : 546 \times 100\% = 28,4\%$$

Коэффициент оборотов персонала по его выбытию:

$$K_v = (104 + 53 + 2) : 546 \times 100\% = 29,1\%$$

Коэффициент текучести персонала:

$$K_t = (104 + 53) : 546 \times 100\% = 28,8\%$$

Коэффициент замещения:

$$K_z = (155 - 159) : 546 \times 100\% = 0,73\%$$

Коэффициент постоянства персонала:

$$K_{пк} = (546 - (155 + 159)) : 546 \times 100\% = 42,5\%$$

За 2004 год коэффициенты рабочей силы составляют:

Коэффициент оборота персонала по приему:

$$K_p = 168 : 542 \times 100\% = 31\%$$

Коэффициент оборотов персонала по его выбытию:

$$K_v = (135 + 60 + 2) : 542 \times 100\% = 36,35\%$$

Коэффициент текучести кадров:

$$K_t = (135 + 60) : 542 \times 100\% = 35,98\%$$

Коэффициент замещения:

$$K_z = (168 - 195) : 542 \times 100\% = 4,98\%$$

Коэффициент постоянства персонала:

$$K_{пк} = (542 - (168 + 195)) : 542 \times 100\% = 33,03\%$$

Следовательно, в 2004г. на предприятии было принято новых работников 31 единицы на 100 работников и уволено 36,35 единицы на 100 работников, т. е. уволено больше, чем принято. Текучесть кадров составила 35,98%, коэффициент замещения – 4,98%, коэффициент постоянства персонала – 33,03%.

В 2003 г. на предприятии было принято новых работников 28,4 единицы на 100 работников и уволено 29,1 единицы на 100 работников. Текучесть персонала составила 28,8%, коэффициент замещения – 0,73%, коэффициент постоянства кадров – 42,5%.

В 2002 г. на предприятии было принято новых работников 29,2 единицы на 100 работников и уволено 31,87 единицы на 100 работни-

ков. Текучесть персонала составила 31,5%, коэффициент замещения – 2,47%, коэффициент постоянства персонала – 39,09%.

Таким образом, представленные данные и расчет показателей позволяет сделать вывод о нестабильности в целом персонала предприятия.

Основной причиной увольнения работников в 2002 г., 2003 г. и 2004 г. является по собственному желанию: 2002 г. – 112 человек, 2003 г. – 104 человек, 2004 – 135 человек. Работников предприятия не удовлетворяют размеры по оплате труда, удаленность от места жительства, тяжести условия труда, разногласия в коллективе, неблагоприятный микроклимат. За нарушение дисциплины в 2002 г. и в 2003 г. уволено – 21 человек, а в 2004 г. – 22 человека. В 2002 г. из общего числа уволенных 137 рабочих, 6 руководителей, 18 специалистов, 2 служащих, 10 учеников; в 2003 г. – 132 рабочих, 5 руководителей, 14 специалистов, 1 служащий, 7 учеников; в 2004 г. – 121 рабочих, 12 руководителей, 16 специалистов, 3 служащих, 5 учеников.

Численный состав работающих пенсионеров в 2002 г. составляет 128 человек, в 2003 г. – 130 человек, а в 2004 г. – 120 человек.

Средний возраст работающих на предприятии в 2002 г. составляет 45.8 лет, в 2003 г. – 45.9, а в 2004 г. возраст мужчин – 46 лет, причем средний возраст мужчин в течение трех лет не изменился и составил 45.2 лет, а женщин – увеличился с 45.9 лет до 46.2 лет. Наибольший удельный вес составляют работники 39–50 лет. В 2002 г. эта категория персонала составила 46.1%, в 2003 г. уменьшилась на 2.7% от общей численности (44.1%), а в 2004 г. – на 2.2% (41.9%). В 2002 г. по 22.9% и 14.9% соответственно составляют работники 26–36 лет и 51–60 лет. В 2003 г. удельный вес персонала в возрасте от 26 до 36 лет не изменился, а в возрасте от 51 до 60 лет – увеличился на 1.5% (до 16.4%). В 2004 г. удельный вес персонала от 51 до 60 лет не изменился, а в возрасте 26–36 лет уменьшился на 1% (до 21.9%).

По половому признаку работники предприятия распределяются следующим образом (табл. 3):

Таблица 3

Распределение персонала по половому признаку

Период	Мужчины, %	Женщины, %
2002 г.	56.1	43.9
2003 г.	53.3	46.7
2004 г.	55.2	44.8

В 2002 г. 56.1% составляют мужчины, соответственно женщины – 43.9%. В 2003 г. удельный вес мужчин увеличился незначительно – на 2.8% и составил 53.3%, а женщин 46.7%, а в 2004 г. произошло увеличение удельного веса мужчин на 1.9% и составил 55.2%, а женщин 44.8%.

Распределение работников комбината по стажу работы представлено в табл. 4.

Таблица 4

Распределение персонала по стажу работы на конец 2004 г.

Стаж работы	Мужчины	Женщины	Всего	Уд. вес в общей численности
Менее 2 лет	106	68	174	31.26
3–5 лет	36	25	61	11.02
6–10 лет	78	69	147	27.02
Более 10 лет	71	89	160	29.52
Всего	291	251	542	100

Можно сделать вывод, что среди работников предприятия в меньшей степени работников со стажем 3–5 лет. Это говорит о том, что значительный приток персонала на предприятиях был в 1999 и 2000 гг.

При исследовании показателя по половому признаку видно, что мужчин со стажем работы более 5 лет на 1.6% меньше, чем женщин; со стажем работы меньше 5 лет наоборот значительно преобладают мужчины (на 9% больше).

Проанализируем уровень образования на предприятии. Распределение работников по образованию в 2002 г., 2003 г., 2004 г. представлено в табл. 5.

Удельный вес работников со средним образованием в 2002 г. – составляет 63.6%, в 2003 г. – 62.8% (уменьшился на 0.8%), а в 2004 г. – составил 62.7% (уменьшился на 0.1%), т. е. наибольшую долю от общей численности работников. Удельный вес работников со средне-специальным образованием в 2002 г. – 18%, а в 2003 и в 2004 гг. соответственно 18.2% и 18.1%; с неполным средним в 2002 г. составил 10.6%, в 2003 и 2004 гг. увеличился на 0.1% и составил 10.7%; с высшим образованием в 2002 г. – 6.8%, а в 2003 и 2004 гг. – 7.2% (увеличение на 0.4%). В результате можно сделать вывод о низком уровне образования на предприятии. Надо заметить, что 2% специалистов и руководителей среднего звена работают не по специальности, не имея теоретической базы для реализации своих возможностей.

Таблица 5

Распределение персонала по образованию

Образование	2002 г.	Уд. вес в общей численности, %	2003 г.	Уд. вес в общей численности, %	2001 г.	Уд. вес в общей численности, %
Работающих всего	527	100	546	100	542	100
С высшим образованием	36	6.8	39	7.2	39	7.2
Со среднеспециальным образованием	95	18.0	99	18.2	99	18.3
С незаконченным высшим	5	0.9	6	1.1	6	1.1
Со средним образованием	335	63.6	342	62.8	340	62.7
С неполным средним	56	10.6	60	10.7	58	10.7

Литература

1. Антонов П.Ю., Пушкарев Н.Ф., Фомичев Ю.Ф. Стратегия развития предпринимательской фирмы. М.: АП «Наука и образование», 2007.
2. Пушкарев Н.Ф. Основы менеджмента персонала фирмы. М.: Хронограф, 2003.
3. Пушкарев Н.Ф., Троицкая Е.В., Пушкарев Н.Н. Инновационный менеджмент на предприятии: конспект лекций для студентов очно-заочной и заочной формам обучения. М.: АП «Наука и образование», 2007.

Е. В. Троицкая, Е. В. Толстоброва, Н. Н. Гриценко,
Академия менеджмента инновации (институт)

Развитие и становление инновационного управления персоналом предприятия

Проблема подготовки предприятий для работы в рыночных условиях связана со значительными трудностями перестройки управления, которая требует научного анализа и проведения необходимых экспериментов. Это достигается при длительном воздействии на систему управления, включая изменения целей системы, а также проведение организационных, технических, экономических и других мероприятий по внедрению различных инноваций¹.

В конечном итоге требуется детальное рассмотрение целого спектра связей и отношений в конкретных структурах и направлении их преобразования. Система сохраняется неизменной, если она не подвергается реформированию как изнутри, так и внешней среды. Рыночные отношения востребовали более интенсивное участие в реорганизации внешнего воздействия. Только в этом случае появляется возможность более эффективной реализации поставленных целей предприятием². А это, в свою очередь, означает введение инновационных процессов в производстве, создание современных товаров и услуг населению и их продвижение на новые рынки, а также более современные требования к персоналу.

Все это создает условия перестройки системы управления на совершенно новую «парадигму», основанную на управленческой философии,

¹ Будаев А.Н., Литувев В.Н., Степанов П.В. Стратегия развития предприятия. Монография. М.: Хронограф, 1999.

² Боков В.В., Забелин П.В., Федцов В.Г. Предпринимательские риски хеджирование в отечественной и зарубежной экономике. М.: АРП, 2003.

включая «миссию» организации и др. Такой подход к реформированию управления, в своей основе, базируется на системном и ситуационном подходах к управлению, как к технологическому процессу.

Сущность новой «парадигмы» управления состоит в том, что предприятия рассматриваются не как «закрытая система», а действующая как «открытая система». Успехи предприятия отражаются не внутри, а вне его, то есть насколько оно эффективно приспосабливается к внешней среде — экономической, правовой, социальной, научно-технической и др.¹ Важное значение уделяется и тому сумеет ли предприятие во время определить угрозы для производства собственных продуктов и услуг населению, а также в проявлении устойчивости к жесткой рыночной конкуренции. При этом главными критериями эффективности всей системы управления предприятием является то, сможет ли оно извлечь выгоду из имеющихся возможностей, как «открытой» системы управления.

В этих условиях проявляется ситуационный подход к управлению, согласно которому все внутрифирменное построение системы управления, как предприятия, так и персоналом есть ответ на различные воздействия со стороны внутренней и внешней среды. При таком подходе появляются в практике управления новые понятия и категории: организационное поведение, предпринимательский успех, стратегическое и оперативное управление и др. Предпринимательский тип поведения предприятия стремится к изменениям, предвосхищает его будущее, допускает риск, а решения принимаются на основе альтернативных подходов².

Что касается оперативного управления, то оно сосредоточено на обеспечение текущей рентабельности организации. Стратегические программы, а также финансовые планы и управление в целом, включает основу перспективной рентабельности, в частности за счет инновационной деятельности персонала в производстве новых товаров и услуг населению.

Следует отметить, что одним из главных конечных продуктов стратегического управления является имеющийся у предприятия управленческого потенциал для достижения поставленных целей. Другим важным фактором является структура организации и изменения, обеспечивающих чувствительность к возникающим изменениям внешней среды³.

¹ Райзберг Б.А. Основы бизнеса. М.: Россиане, 1995.

² Федцов В.Г. Предпринимательский прорыв экономики России в XXI веке. М.: АРП, 1999.

³ Бизнес и менеджер. М.: Азимут-центр, 1999.

Необходимо отметить, что успех стратегии во внешней среде зависит от внутренних организационных возможностей, в частности управленческих возможностей персонала, которые включают: квалификацию и кругозор руководителей; культуру взаимоотношений в трудовом коллективе; структуру властных полномочий (централизация и децентрализация); методы управления и организационную структуру; возможности персонала систематически повышать свою квалификацию и др.

Для проверки управленческих возможностей персонала многие предприятия используют различные тесты, как организационного, профессионального так и психологического характера.

Вышеизложенные требования ведут, как правило, к психологическим перегрузкам персонала, необходимости его переучивания, приобретению новых навыков, новых подходов к решению возникающих проблем и помнить, что будущее характеризуется все большей неопределенностью поведения на рынке. Известно, что неопределенность в будущем предприятию угрожает, в первую очередь, стабильному положению руководителей, требует на основе инновационных подходов работать и принимать более эффективные решения. В деятельности руководящего персонала первостепенное внимание обращается выбору стратегии развития организации.

Стратегия — это набор определенных правил для принятия соответствующих решений, которыми конкретное предприятие руководствуется в своей деятельности. Процесс выработки стратегии не завершается немедленными действиями, а заканчивается разработкой общих направлений продвижения товаров и укрепление позиций предприятия на рынке. Как правило, стратегия должна быть использована для разработки стратегических проектов на основе необходимой внутренней и внешней информации. В процессе отбора проектов используется как стратегия, так и ориентиры, при этом ориентир представляет собой цель, которую стремиться достичь предприятие, а стратегия — средство для достижения поставленной цели. При этом ориентир требует соответствующих управленческих решений, а стратегия есть ориентир более высокого уровня, включая предвидение развития предприятия и его положения на рынке. Необходимо помнить, что стратегия должна быть делом не только руководителей предприятия, но и делом всего персонала¹.

¹ Фальмер Р. Энциклопедия современного управления. М.: ВИПК, 1998.

При формировании стратегии развития предприятия учитываются ряд факторов, включая прогнозы социально-экономической и правовой обстановки в стране и в мире; анализ настоящих и будущих возможностей предприятия; стратегическое направление развития науки, инновационной техники и технологии.

В целом формулирование стратегии это интегративный процесс, поэтому надо принимать во внимание те проекты, сведения о которых уже имеются. Несомненно, важное внимание обращается на изменение экономической обстановки. Кроме того, необходимо выяснить и то, как на возможные изменения отвечают конкуренты и партнеры. Важно в процессе прогнозирования предвидеть открытие новых конкурирующих технологий и возникающих благодаря им, сфер экономической деятельности организации ¹.

Учитывая вышеизложенное нужно систематически анализировать возможные угрозы и не упускать благоприятные условия в процессе разработки стратегии предприятия. Кроме того, надлежит четко понять, каким образом новые технологии могут использоваться в наступательном плане для внедрения в другие сферы народного хозяйства. Поэтому руководству предприятия необходимо более качественно прогнозировать экономическую обстановку в процессе разработки стратегии развития своего предприятия. В этом случае руководство должно учитывать ряд важных аспектов, в частности, это:

- анализ возможных угроз в будущем, а также благоприятных возможностей;
- исключение всевозможных неожиданностей для своей организации;
- настоящий поиск новых конкурирующих технических средств в бизнесе, особенно созданных на нанотехнологиях.

В случае непредвиденных обстоятельств и оказавшись перед лицом угроз, руководство обязано принять решения для реализации наиболее трудных проблем, это: внедрить наиболее перспективное направление развития бизнеса из многих альтернатив, которые достаточно трудно поддаются количественной оценки; организовать работу персонала таким образом, чтобы не позволить обанкротить предприятие или уменьшить его прибыль. Именно ответ на эти две проблемы и составляет суть разработки и реализации стратегического развития предприятия.

¹ Наука и высокие технологии России на рубеже третьего тысячелетия. М.: Наука, 2001.

Чтобы обеспечить эффективность функционирования конкретного предприятия, необходимо выполнение двух основных условий. Это построение высокоэффективной организационной структуры и эффективное управление его деятельностью ¹. Для решения этих задач в различное время предложены различные подходы (рис. 1).

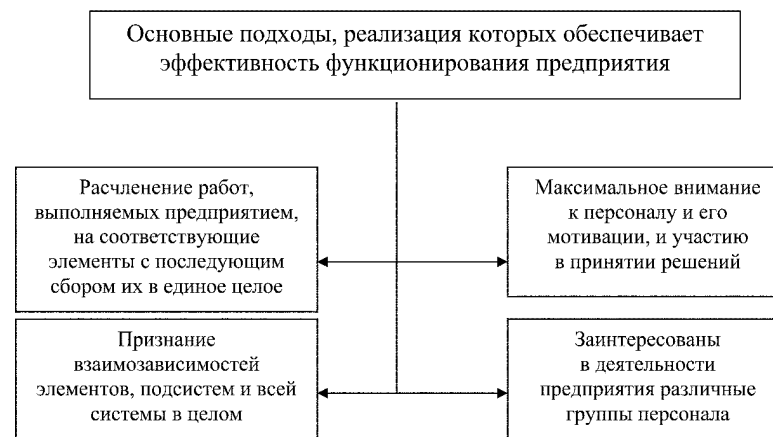


Рис. 1. Основные подходы, реализация которых обеспечивает эффективность деятельности предприятия

В соответствии с первым подходом предприятия представляет собой механизм, состоящий из комбинации основных производственных факторов, к которым относятся средства производства, рабочая сила, сырье и материалы. Ее целями чаще всего является максимизация прибыли и рентабельности, увеличения общего оборота капитала. Для достижения этих целей необходимо оптимально использовать все виды ресурсов. Поэтому менеджмент предприятия должен быть ориентирован, в первую очередь, на оперативное управление, с помощью которого оптимизируется структура производственных факторов и всего процесса производства.

Необходимо, чтобы предприятие обеспечивало наличие работоспособных подразделений и установление отношений между работающими для выполнения поставленных задач. При этом управление

¹ Фальмер Р. Энциклопедия современного управления (в 5 томах). М.: ВИПКЭнерго, 2004.

персоналом требует личное и конкретное воздействие на сотрудников предприятия, необходимое для своевременного принятия различных решений, в т.ч. управленческих.

Кроме того, ключевые факторы успеха предприятия, как отмечалось выше, находятся в двух сферах: во внешней, из которой она получает все виды ресурсов, включая информацию, и во внутренней, в рамках которой создаются предпосылки для преобразования ресурсов в продукцию и услуги ¹.

Внутренняя среда каждого предприятия формируется под воздействием переменных, оказывающих непосредственное влияние на процесс преобразований при производстве продукции и услуг. Это структура предприятия, ее культура и ресурсы, под которой понимается состав и соотношение входящих в него подсистем, выделяемых по критериям производственных и управленческих процессов. В составе последней чаще всего имеются такие функциональные подсистемы, как маркетинг, управление инновациями, производством, персоналом и финансами. Однако главным направлением деятельности менеджеров предприятия является стратегическое управление. В соответствии с этим его цели трактуют решения позиций удовлетворения различных запросов в лице потребителей, поставщиков, конкурентов, инвесторов и др.

Одной из главных задач управления предприятием является установление целей, которые оно должно достигать в процессе своей деятельности, что требует четкой ориентации, непротиворечивости и согласованности с другими целями и др. (рис.2).



Рис. 2. Требования к целям, устанавливаемым перед предприятием

¹ Тагирбеков К.Р. Методология управления рыночными структурами. М.: МАИ, 1998.

Реализацию указанных целей выполняет персонал конкретных предприятий, от его состава, личных, деловых и морально-этических качеств зависят результаты работы в целом. Любое предприятие ставит и реализует не одну, а несколько целей, важных с точки зрения их функционирования и развития.

Количество и разнообразие целей, которые ставит перед собой, предприятие без комплексного, системного подхода к определению их состава нельзя обойти ¹.

В результате такой работы устанавливается не только совокупность целей предприятия, но и совокупность задач, которые оно должно решать для их достижения. Совокупность целей, стоящих перед предприятием позволяет сформулировать соответствующие задачи, это:

- определение круга полномочий и обязанностей руководителей всех уровней;
- осуществление разработки и согласования целей и задач управления в рамках обязанностей, закрепленных за различными руководителями;
- составление плана достижения поставленных целей (рис.3).

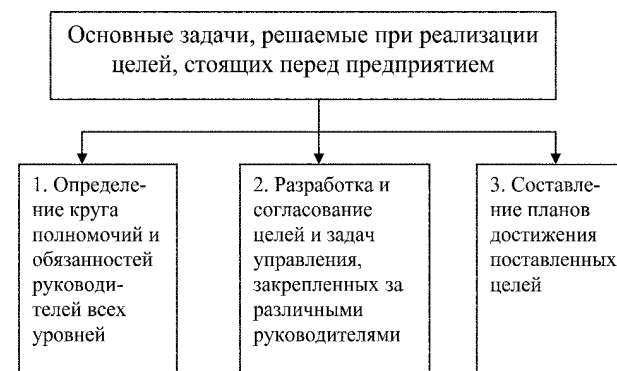


Рис. 3. Основные задачи, решаемые при реализации целей, стоящих перед предприятием

В частности, первая задача сводится к обеспечению предприятия всем необходимым для его нормальной работы — персоналом, средствами и предметами труда, финансовыми средствами и т.д. ² При решении

¹ Уткин Э.А. Управление фирмой. М.: Акалис, 1998.

² Десслер Г. Управление персоналом; пер. с англ. М.: Бином, 1997.

второй задачи главным является работа с персоналом и развитие стратегического и экономического мышления руководителей предприятия.

Выполнение функций управления всегда требует определенных затрат, в результате которых управляемый объект переводится из существующего в заданное или желаемое состояние. Это и составляет основную сущность процесса управления. Деятельность системы управления обеспечивается наличием организационной структуры управления, в рамках которой устанавливается система подчинения, охватывающая все службы управленческого аппарата предприятия.

Функции управления раскрывают сущность управленческой деятельности на всех иерархических уровнях управления предприятием. Одновременно они отражают содержание работы аппарата управления, представляемого службами, выполняющими определенные функции, и линейными руководителями, за которыми закреплены соответствующие обязанности.

Система управления деятельностью предприятия может быть построена различным образом, которые определяют собой принципы, заложенные в основу его системы управления.

Известно, что любое предприятие является сложным объектом управления, включающим в себя отдельно взятые подразделения. Управленческие воздействия, формируемые на предприятии и используемые при управлении ее деятельностью, могут реализоваться с помощью экономических, организационно-распорядительных и социально-психологических методов.

В частности, экономические методы управления реализуются с помощью системы мер экономического стимулирования и механизма штрафных санкций, относящиеся к персоналу. Организационно-распорядительные или административные методы характеризуются использованием воздействий на персонал, носящих однозначно директивный характер. С помощью организационных мер воздействия устанавливаются правила, относящиеся к деятельности отдельно взятых подразделений предприятия: системе их взаимоотношений; организации производства и труда; оплаты и материального поощрения работников и т.д. С помощью распорядительных мер воздействия определяется, что, когда и как делать, кто из персонала осуществляет контроль за выполнением принятых управленческих решений и т.д.

Социально-психологические методы воздействия на персонал используются при урегулировании или предотвращении конфликтов между работниками одних и тех же подразделений, между работника-

ми различных подразделений, между руководителями и подчиненными в рамках данного предприятия.

Основой управления предприятием является процесс принятия управленческих решений руководителем и их реализация, которые включают четкость формулировок, экономичность, эффективность и др. Управленческие решения руководителей должны приниматься тогда, когда возникает проблемная ситуация, важным условием формируемого управленческого решения на работу предприятия является его согласованность с ранее принятыми решениями, как по вертикали, так и по горизонтали управления.

Основными этапами процесса принятия управленческих решений являются ¹: постановка проблемы; разработка вариантов решений; выбор решения; организация выполнения решения и его оценка. На каждом из этих этапов, в свою очередь, осуществляется решение определенного круга задач. Так, на первом из указанных выше этапов осуществляется решение задачи, связанной со сбором необходимой информации и описанием возникшей ситуации и связанной с ней проблемой. На втором этапе осуществляется формулирование требований-ограничений и разработка возможных вариантов решений. На третьем этапе определяются критерии выбора, выбор решений, отвечающих сформулированным критериям, оценка возможных последствий, связанных с реализацией этих решений, и выбор наиболее предпочтительного решения.

Наиболее употребительными при построении системы управления организацией являются указанные в современной литературе основные принципы. При этом укрупненным видам деятельности фирмы можно отнести: деятельность, связанную с производством продукции; деятельность, связанную с материально-техническим снабжением; деятельность, связанную со сбытом выпущенной продукции; деятельность, связанную с обеспечением нормальных условий функционирования; деятельность, связанную с развитием фирмы и т.д. Также к перечисленным выше производственным факторам, используемым в процессе деятельности фирмы можно отнести такой фактор, как производственная инфраструктура. При этом важнейшим инструментом разработки и принятия подобных решений являются современные компьютерные средства и соответствующее программное обеспечение. Следует отметить, что в ряде случаев используются и необходимые экономико-математические методы и модели.

¹ Ларичев О.И. Теория и методы принятия решений. М.: Лотос, 2000.

М. В. Шепелева,
аспирант Российской Академии предпринимательства

Совершенствование системы управления страховым портфелем с помощью андеррайтинга

Все подразделения страховой компании напрямую или косвенно влияют на процессы, связанные с управлением страховым портфелем, так как основную цель коммерческой страховой организации можно определить как создание таких механизмов управления страховым портфелем, которые бы позволили получить максимальную прибыль.

Под системой управления страховым портфелем понимается система методов, методик и показателей, которые помогают решать следующие задачи:

- анализ страхового портфеля;
- планирование и прогнозирование страхового портфеля;
- контроль страхового портфеля.

Под управлением страховым портфелем с помощью андеррайтинга понимается формирование и поддержание эффективного страхового портфеля, который обеспечивает необходимый уровень андеррайтерского результата в соответствии со стратегией страховой компании. Определим возможные стратегии и соответствующий способ управления страховым портфелем.

1. Стратегия развития продаж «кустовым способом». В этом случае рост объемов продаж обеспечивается путем расширения клиентской базы за счет знакомых (смежных предприятий) существующих клиентов, определения потребностей в страховых услугах любых видов и дополнительном сервисе, и предоставление таких услуг с максимально необходимым для клиентов уровнем сервиса (табл. 1).

Таблица 1

Пример развития продаж «кустовым способом» для банка

Куст Банк. Объекты страхования в зависимости от видов и субъектов страхования.	Страхователи				Смежники Банка
	Банк	Сотрудники Банка	Заемщики банка Физ. лица	Заемщики банка Юр. лица	
Наземный транспорт, ОСАГО	Службный транспорт	Личный транспорт	Залог	Залог	Службный транспорт
Имущество	Мебель в офисе			Оборудование как залог	Оборудование
Строения	Здание	Дачи, квартиры	Дачи, квартиры как залог	Строения как залог	Здания
Деньги и ценности	Сейфы			Ценности как залог	
Несчастный случай	Персонал		Жизнь заемщика	Несчастный случай руководителей	Персонал
Добровольное медицинское	Персонал	Члены семей			Персонал
Выезжающие за рубеж	Командированные		Отдыхающие за рубежом	Командированные	Командированные
Ответственность	Ответственность заемщиков	Ответственность эксплуатации			Ответственность эксплуатации
Профессиональная ответственность	Ответственность директоров				Профессиональная ответственность
Гарантийная ответственность					Гарантийная ответственность

Основным требованием к андеррайтингу при таком способе развития является умение создать базу для выработки продавцом такого предложения, которое клиент хочет и может купить. Таким образом, андеррайтер должен знать как все виды продуктов страховой компании (таблица 1 по горизонтали), так и все типы страхователей в «кусте» (таблица 1 по вертикали). В случае, если страховая компания не может дать собственный продукт клиенту (причины: нет лицензии, нет услуг урегулирования в регионе и т.д.), андеррайтеры должны предложить варианты решения (например: фронтирование риска дружественным страховщиком, предложение продукта конкурента и т.д.).

Управление портфелем при таком способе развития включает в себя: определение прогнозного андеррайтерского результата по совокупности продуктов «куста», контроль за текущим андеррайтерским результатом и приведение фактического андеррайтерского результата к прогнозному.

2. Развитие продаж «продуктовым способом». Для этого способа развития необходимо, чтобы страховая компания в какой-то момент времени обладала уникальным продуктом, ноу-хау или дополнительной услугой, который выделит ее из ряда конкурентов.

В этом случае, за промежуток времени, пока сохраняется конкурентное преимущество, компания должна захватить максимально возможную часть рынка, предлагая абсолютно всем клиентам только продукт, делающий компанию уникальной. Например: В страховании финансовых рисков — страхование факторинговых операций с достаточно высоким уровнем сервиса и по цене, которую готовы платить факторинговые компании, чтобы сократить свои резервы. Если удастся получить положительный прогнозируемый андеррайтерский результат и запланировать программу продаж, расходы на ведение дел по которой в сумме с андеррайтерским результатом даст положительный финансовый результат — страховая компания станет лидером в сегменте страхования факторинговых операций.

Основным требованием к андеррайтингу при таком пути развития является умение создать уникальный продуктовый ряд, обеспечить контроль фактического и планового андеррайтерского результата при резком росте портфеля, умение оперативно вносить изменения в продукт для корректировки и сохранения его уникальности максимально длительное время.

Управление портфелем в данном случае отличается от предыдущего тем, что скорость обнаружения возможных отклонений прогнозных показателей от фактических и принятия решения о корректиров-

ке продукта должна быть в разы выше, поскольку цена ошибки при значительном росте портфеля иная. В случае, если финансовый результат по портфелю окажется отрицательным, исправить его позднее будет очень сложно.

Определим механизмы, с помощью которых андеррайтер управляет страховым портфелем:

- создание правил и тарифных руководств по страховым продуктам и их внедрение;
- создание и заключение индивидуальных договоров страхования;
- контроль правильности заключения договоров страхования и контроль над скидками;
- выделение перспективных направлений в политике продаж и доведение до сведений продающих подразделений в рекомендательной форме;
- контроль урегулирования убытков и осуществления компримиссных выплат;
- периодический анализ страхового портфеля с целью определения эффективности, то есть достижения планового андеррайтерского результата;
- постоянное взаимодействие с отделом маркетинга с целью выявления динамики развития продуктового ряда на страховом рынке, чтобы обеспечить возможность быстрой адаптации страхового портфеля к изменяющимся потребностям рынка.

Основной задачей андеррайтера является принятие или неприятие риска на страхование по определенной цене, таким образом, качество сформированного страхового портфеля напрямую зависит от качества оценки риска. Чтобы правильно оценить риск в соответствии с целями компании и клиента и возможность его страхования, необходимо хорошо знать структуру страхового портфеля, его особенности, а также его поведение в случае повышения или понижения страховых тарифов, в случае значительных или незначительных страховых выплат по договорам страхования относительно прогнозных показателей убыточности. Изучив характеристики страхового портфеля, андеррайтер сможет эффективно организовать свою работу по управлению страховым портфелем, а именно: своевременно реагировать на его изменения и повышать андеррайтерский результат.

Эффективный страховой портфель должен обладать следующими характеристиками:

- высокий андеррайтерский результат;
- риск равномерно распределен по объектам, по субъектам и по расположению объектов страхования с минимальной вероятностью кумуляции риска;
- страховой портфель должен быть управляемым, то есть обладать качествами, которые бы позволили его адаптировать к изменяющимся условиям рынка или новым требованиям компании в то время, когда это необходимо.

Определим основные факторы, влияющие на динамику развития страхового портфеля:

- законодательство;
- выбранная политика страховой компании;
- конкуренция;
- уникальность продукта;
- уровень жизни, менталитет, информированность населения;
- инфраструктура в отношении каждого вида страхования и другие.

Построим общий процесс управления страховым портфелем с помощью андеррайтинга (рис. 1) и последовательно опишем этапы данного процесса.

1. Рассчитывается андеррайтерский результат по страховому портфелю и оценивается его достаточность.

2. Для страхового портфеля необходимо задать ключевые показатели, с помощью которых можно будет определить и контролировать влияющие факторы. Андеррайтер выбирает такие показатели, которые наиболее точно характеризуют качество страхового портфеля помимо андеррайтерского результата.

Предлагаем использовать следующие ключевые показатели:

- средняя страховая сумма;
- средняя страховая выплата;
- количество заключенных договоров;
- количество произошедших убытков;
- вероятность наступления страховых случаев, убыточность;
- другие показатели.

Андеррайтер должен определить достаточные и критические значения ключевых показателей, чтобы в случае выхода за пределы установленных границ принять необходимые меры по совершенствованию страхового портфеля.

Прежде чем провести анализ страхового портфеля андеррайтеру нужно собрать и подготовить всю информацию по данному портфелю

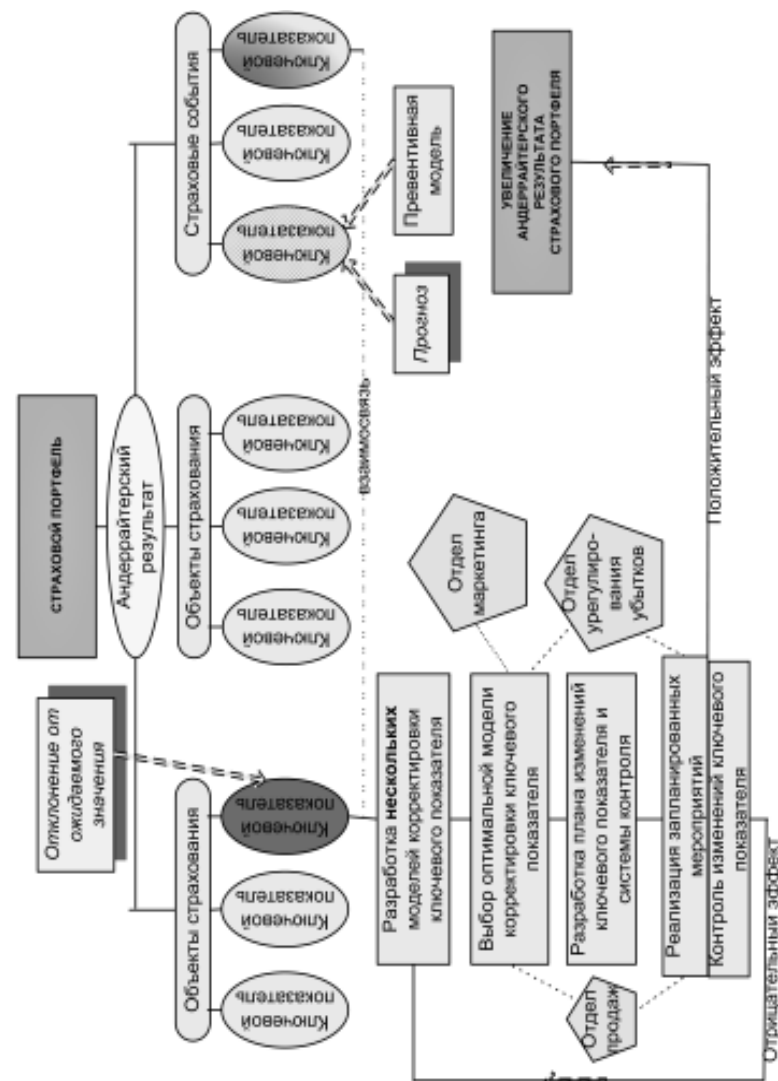


Рис. 1. Схема управления страховым портфелем с помощью андеррайтинга

лю, и, возможно, обратиться к опыту компаний-конкурентов, тогда отдел маркетинга представляет отчет о компаниях-конкурентах.

Создается отчет по всей учитываемой информации в данном страховом портфеле, который в дальнейшем будет использоваться для анализа по страховым объектам, субъектам и событиям. Он имеет вид таблицы, в которой каждый столбец содержит определенный вид данных. В обязательном порядке указывается временной диапазон, который охватывает представленная информация.

Экспертный анализ данного отчета должен показать достаточно ли внутренней статистики для оценки страхового портфеля или необходимо обратиться к опыту других компаний.

Определим возможные требования к отчету по всей учитываемой информации страхового портфеля:

- возможность разбиения на кластеры по объектам, субъектам и рискам, которые были выявлены по анализу рынка;
- актуальность информации.

Отчет по всей учитываемой информации в компании корректируется андеррайтерами с целью создания удобной системы управления портфелем, т.е. определяются необходимые данные, а «лишние» данные удаляются.

Отчет по всей учитываемой информации делится на 2 вида:

- Отчет по премиям данного вида страхования.
- Отчет по убыткам данного вида страхования.

Рекомендуется использовать программу Excel, так как она позволяет удобно работать с большим количеством данных и использовать фильтры.

На основании этих отчетов (с помощью фильтров Excel в соответствии с определенными кластерами и таблиц результатов) создается сжатый отчет по премиям и убыткам, в котором отражена необходимая информация по ключевым показателям с учетом анализируемых кластеров.

3. Определяются факторы влияющие на страховой портфель, а именно: связанные с объектом страхования, субъектом страхования и застрахованными рисками (страховыми событиями). В случае отклонения значения ключевого показателя от ожидаемого данные факторы будут проверяться в первую очередь.

Страховой объект – материальный интерес, который подлежит страхованию. Определим факторы, связанные со страховыми объектами, которые влияют на страховой портфель, например, по автотранспорту:

- марка, модель транспортного средства;
- возраст, пробег транспортного средства;
- мощность транспортного средства;
- стоимость транспортного средства;
- другие факторы.

Страховой субъект – это участники страховой сделки: страховщики, страхователи, выгодоприобретатели, застрахованные, брокеры, оценщики и т.д. Определим факторы, связанные со страховыми субъектами, которые влияют на страховой портфель, например, по автотранспорту:

- юридическое или физическое лицо;
- статус клиента, скидки;
- возраст и стаж водителей, допущенных к управлению.
- другие показатели.

Страховое событие (риск) – событие, на случай возникновения которого происходит страхование. Определим факторы, связанные со страховыми событиями, которые влияют на страховой портфель, например, по автотранспорту:

- вид риска: хищение, ДТП, противоправные действия третьих лиц, ущерб;
- есть вина страхователя или нет;
- другие показатели.

На ключевой показатель могут влиять несколько факторов, в том числе и одновременно по субъектам, объектам и рискам. На рисунке 1 отражена взаимосвязь ключевых показателей.

С целью выявления негативных факторов формулируются гипотезы, которые могут являться причиной возникших отклонений ключевого показателя в страховом портфеле. Например, возможные гипотезы высокой убыточности страхового портфеля по автотранспорту могут быть:

- большое количество марок автомобилей, для которых характерна высокая вероятность убытка;
- тарифное руководство и система продаж способствуют привлечению клиентов, которые часто попадают в ДТП;
- много новых дорогостоящих автомобилей с большим ущербом;
- мало пролонгируемых безубыточных договоров;
- другие гипотезы.

Осуществляется проверка гипотез с подробным описанием процесса анализа (графики, таблицы, выводы), ключевых показателей (параметров), на основе которых проводился анализ.

Для анализа целесообразно использовать программу SPSS. Возможные методы анализа с использованием программы SPSS:

- тест Колмогорова-Смирнова;
- частотные таблицы;
- таблицы сопряженности;
- кластерный анализ;
- регрессионный анализ;
- оценка коэффициентов корреляции по Спирману и Кендалу;
- другие методы.

По результатам анализа подводятся итоги, указываются допущения и ограничения исследования.

4. Все ключевые показатели влияют друг на друга, таким образом, если один показатель имеет отклонение от стандартного (ожидаемого) значения, это может отразиться на другом ключевом показателе. Задача андеррайтера предупредить негативные последствия для страхового портфеля и принять превентивные меры. Поэтому осуществляется прогноз влияния различных факторов с целью учесть и максимально снизить возможность возникновения нежелательных последствий.

Прогноз влияния определенных факторов на страховой портфель осуществляется совместно с отделом маркетинга, а также продающими подразделениями и управлением урегулирования убытков, которые имеют непосредственные контакты с клиентами.

5. Если имеется отклонение от ожидаемого значения, андеррайтеру необходимо разработать несколько моделей корректировки ключевого показателя, в которых определить за счет каких ресурсов планируется изменить нежелательный показатель и к каким значениям ключевого показателя необходимо стремиться.

6. Выбор оптимальной модели корректировки ключевого показателя осуществляется совместно с отделом маркетинга, а также продающими подразделениями и управлением урегулирования убытков, которые имеют непосредственные контакты с клиентами.

7. Андеррайтер разрабатывает план изменения ключевого показателя и систему контроля.

8. Реализация запланированных мероприятий осуществляется продающими подразделениями и управлением урегулирования убытков.

9. Контроль изменения ключевого показателя осуществляется управлением андеррайтинга.

Если изменение ключевого показателя привело к отрицательному эффекту, возобновляется процесс разработки нескольких моделей корректировки данного показателя. На данном этапе возможно выяв-

ление дополнительных факторов, оказывающих влияние на страховой портфель.

Если изменение ключевого показателя привело к положительному эффекту, по данному страховому портфелю увеличивается андеррайтерский результат, и цель системы управления страховым портфелем достигнута.

По результатам проведенной работы создается итоговый отчет, который важен как для отделов продаж, урегулирования убытков, маркетинга, так и для всей компании в целом (таб. 2).

Таблица 2

Пример формы итогового отчета отдела андеррайтинга по автотранспорту

Страховой продукт	НТ	ОСАГО	АГО
Портфель			
Портфель 1	выводы	выводы	выводы
Портфель 2	выводы	выводы	выводы
Портфель 3	выводы	выводы	выводы
...	выводы	выводы	выводы

Выводы в итоговом отчете должны быть актуальны на момент представления отчета и содержать следующие данные.

1. Данные о выполнении плана по начисленной премии и прогноза по заработанной премии. Общий план на настоящий и предыдущий период по начисленной премии. Возможные причины отклонения от планов.

2. Данные о росте/снижении застрахованных объектов, возможные причины.

3. Характеристика поведения на рынке, возможные причины.

4. Характеристика убыточности портфеля, возможные причины.

5. Ориентиры на следующий период и предложения по улучшению портфеля.

По результатам итогового отчета андеррайтеры определяют приоритетные направления развития страхового портфеля, на основании которых отдел продаж составляет планы продаж на будущий период.

Таким образом, предложенная система управления страховым портфелем с помощью андеррайтинга позволяет формировать эффективный страховой портфель, устраняя негативные тенденции своевременно и целенаправленно, а также постоянно развивать его в соответствии со стратегией страховой компании.

Ю. Г. Шпаковский,
 зав. кафедрой Российской Академии предпринимательства
 А. С. Кузнецов,
 начальник отдела макроэкономических исследований Государственного
 научно-исследовательского института системного анализа
 Счетной палаты РФ

Принципы регулирования земельных отношений в сельском хозяйстве и методы их совершенствования

Различные аспекты аграрных реформ, так или иначе, отражаются в земельных отношениях, а земельная реформа, объектом которой является основное средство производства в сельском хозяйстве, в свою очередь, в значительной мере определяет характер и результаты аграрных преобразований в целом.

Ключевым моментом земельной реформы стал переход к многообразию форм собственности на землю вместо существования одной только государственной, что создало условия для практической реализации концепции многоукладного сельского хозяйства.

Земельная реформа как средство преобразования земельных отношений в сельском хозяйстве является составной частью аграрных реформ.

Земельные отношения в сельском хозяйстве — это отношения по поводу распределения и использования сельскохозяйственных земель. Они складываются не только под влиянием земельной реформы. Значительные изменения в земельных отношениях, особенно в части использования земли, вносят другие составляющие аграрных реформ — реформирование сельскохозяйственных предприятий, либерализация

экономического механизма агропромышленного комплекса, приватизация перерабатывающих и обслуживающих предприятий АПК.

Регулирование земельных отношений в сельском хозяйстве включает в себя правовое регулирование, оптимизацию организационно-хозяйственных форм землепользования, совершенствование экономических условий хозяйствования на земле, повышение научно-технологического уровня земледелия.

Эффективность земельных отношений, что должно быть в основе оценки всех преобразований, определяется обеспечением социальной справедливости, которая выражается в доступе к использованию земли и обладании его результатами, повышением продуктивности сельскохозяйственных земель, достижением экологичности земледелия.

Регулирование земельных отношений должно основываться на определенных научных принципах. Один из них — целевая направленность всех регулирующих воздействий в области земельных отношений на достижение положительных результатов, прежде всего в социально-экономическом плане. Соблюдение данного принципа должно обеспечить социальную стабильность в обществе, увеличение продуктивности сельскохозяйственных земель, экологизацию землепользования.

В эти требования, на наш взгляд, не вполне вписываются призывы о необходимости купли-продажи основных сельскохозяйственных земель в качестве решающего фактора достижения позитивных перемен в аграрном секторе. Здесь на первом плане стоят политические интересы, и в этом еще раз проявляется общий характер уже проведенных аграрных реформ, включая земельную реформу. Содержание аграрных преобразований начала 90-х годов в значительной мере определялось не экономической и социальной целесообразностью, а политическими мотивами. Результатом этого стало современное кризисное состояние АПК с резко снизившимися социально-экономическими параметрами его развития, включая показатели, характеризующие уровень и эффективность использования сельскохозяйственных земель.

Следовательно, принимая во внимание роль земли как базиса сельскохозяйственного производства, цели регулирования земельных отношений на данном этапе заключаются в преодолении кризиса аграрной экономики и последующем переходе сельского хозяйства на устойчивое развитие.

По результатам социологического обследования, проведенного СибНИИЭСХ в 2006 году, основная масса опрошенных работников сельского хозяйства — 63,2% — отрицательно относится к частной собственности на землю, одна треть опрошенных допускает введение час-

тной собственности на землю лишь для выделения крестьянского хозяйства, личного подсобного хозяйства, садово-дачных форм хозяйствования и индивидуального строительства. Только 2,6% опрошенных считают, что частная собственность должна быть основной формой землевладения для всех форм хозяйствования. Еще более настороженное отношение работающие в сельском хозяйстве выражают к разрешению купли-продажи земли. Отрицательно относятся к этому 73% опрошенных. Большинство считает, что свободная купля-продажа приведет к спекуляции, и земля попадет в руки тех, кто на ней не работает, и работать не будет, а основная часть крестьян останется без земли.

Принимая во внимание значительные различия между регионами в природных и экономических условиях, уровне землеобеспеченности, местных традициях и формах землепользования, целесообразно больше прав в регулировании земельных отношений предоставить субъектам Российской Федерации, включая регулирование форм собственности на землю и форм хозяйствования, защиту и прекращение прав собственности, и другие аспекты. Для увязки правовых и экономических форм регулирования земельных отношений необходимо на федеральном уровне принять Земельный кодекс, на региональном уровне - законы о регулировании земельных отношений, об экономических нормативах регулирования земельных отношений по районам и землепользователям (предельные размеры землепользования, нормативная цена земли, ставки земельного налога, компенсационные выплаты при изъятии земель и т.д.). Это позволит более обоснованно проводить аграрные реформы, полнее отражая в них региональные особенности, желания и интересы местного населения.

Важнейшим условием успеха земельных преобразований является комплексное осуществление мер по регулированию земельных отношений при оптимальном их сочетании. Имеется в виду построение сбалансированной системы мер, предусматривающей правовое регулирование, обеспечение социальной бесконфликтности землепользования, совершенствование организационно-экономического механизма земельных отношений, повышение научно-технологического уровня земледелия. Конечно, на отдельных этапах могут и должны быть выделены в этой системе те или иные приоритеты. Вопрос заключается в том, чтобы обеспечить правильный выбор приоритетных направлений, наиболее отражающих особенности предстоящего развития сельского хозяйства в обозримом будущем, местные природные и экономические условия, желания и интересы людей. В то же время приоритетность тех или иных решений не должна нарушать комплексности.

На научно-технологическом уровне земледелия отрицательно сказываются неблагоприятные экономические условия, в которых находятся сельскохозяйственные товаропроизводители, слабая материально-техническая база, а также порочные методы реформирования и приватизации предприятий АПК. Многие хозяйства оказались невосприимчивыми к научно-техническим достижениям, у них нет средств оплачивать семена улучшенных сортов, приобретать современные машины, удобрения, средства защиты растений.

В связи с этим первостепенное значение имеет осуществление мер по оздоровлению финансово-экономического состояния сельскохозяйственных товаропроизводителей как главного условия роста их внимания к достижениям научно-технического прогресса (а их имеется немало) и ресурсной обеспеченности для применения современных технологий и систем земледелия.

Особая роль должна отводиться системе государственной поддержки агропромышленного комплекса. Учитывая положение, сложившееся в агропромышленном комплексе, Правительство Российской Федерации в 2000 году приняло Основные направления агропродовольственной политики на 2001—2010 годы.

В соответствии с принятыми направлениями был осуществлен комплекс мер по стабилизации агропромышленного производства, укреплению финансово-экономического состояния предприятий и организаций комплекса.

На поддержку сельского хозяйства из консолидированного бюджета в среднем за 2000—2003 годы выделено по 60,8 млрд. руб., или в 1,7 раза больше, чем в 1999 году. Устойчиво возрастал объем ассигнований из федерального бюджета, направляемых на финансирование агропромышленного комплекса: в 2001 году по сравнению с 2000 годом рост составил 22,8%, в 2002 году — 45,3%, в 2003 году — 94,1% (без учета пополнения уставных капиталов кредитных организаций и возмещения потерь от стихийных бедствий).

Рост государственных инвестиций в сельское хозяйство позволил увеличить производство зерновых культур. Впервые в новейшей истории страна начала экспортировать зерно. В 2002 году за рубеж было поставлено 13,9 млн. т зерна, в 2003 году — 11,5 млн. т.

Претерпела изменения бюджетная политика. На федеральном уровне упразднены неэффективные субсидии на закупку комбикормов для животноводческих комплексов и птицефабрик. Одновременно резко увеличены субсидии на элитное семеноводство и племенное дело.

Рост государственной поддержки отечественного льноводства позволил улучшить положение дел в этой отрасли. Среднегодовая урожайность льна в 2000–2003 годах по сравнению с предыдущими годами увеличилась в 1,4 раза. С 2002 года начало осуществляться субсидирование закладки многолетних насаждений, в результате ежегодные площади закладки садов и ягодников увеличились в 4 раза.

Возросли ассигнования из федерального бюджета на субсидирование завоза семян в северные и высокогорные районы страны. В 2003 году на эти цели было выделено 200 млн. рублей, что позволило вышеуказанным регионам приобрести 42 тыс. т семян, или в 1,6 раза больше, чем в 2002 году.

Удельный вес приобретаемых с помощью государственных субсидий минеральных удобрений достиг 85%, а средств защиты растений — 43%.

Введено субсидирование процентных ставок по кредитам, привлеченным сельхозтоваропроизводителями в российских кредитных организациях, с погашением за счет федерального бюджета 2/3 учетной ставки Банка России. С введением данной системы кредитования сельхозтоваропроизводители смогли привлечь кредитных ресурсов на сезонные нужды в 2001 году в 7,7 раза больше, в 2002 году — в 10,7, в 2003 году — в 15,8 раз больше, чем в 2000 году, когда действовал упраздненный Фонд льготного кредитования. С 2002 года введено бюджетное субсидирование процентных ставок по среднесрочным кредитам (до 3 лет), а с 2003 года — по долгосрочным кредитам (до 5 лет).

Создано ОАО «Россельхозбанк». В регионах образовано свыше 60 его филиалов. По объемам предоставления кредитных ресурсов сельхозтоваропроизводителям банк вышел на второе место после Сбербанка России.

Возросли ассигнования из федерального бюджета на поддержку лизинговой деятельности в агропромышленном комплексе. Создано и функционирует ОАО «Росагролизинг». В его уставный капитал в 2001–2003 годах было направлено около 11 млрд. рублей. В 2002–2003 годах сельхозтоваропроизводителям было поставлено около 9,6 тыс. единиц техники, в том числе 5 тыс. комбайнов и 3,1 тыс. тракторов.

Ассигнования, выделенные в 2000–2003 годах на затраты капитального характера, направлены в основном на финансирование незавершенного строительства, реконструкцию и техническое перевооружение подведомственных Минсельхозу России объектов, что позволило укрепить их материально-техническую базу.

Введена система страхования урожая сельскохозяйственных культур с государственной поддержкой. Осуществлены закупочные интервенции на рынке зерна.

Проведена частичная реструктуризация кредиторской задолженности сельскохозяйственных товаропроизводителей в федеральный бюджет и государственные внебюджетные фонды. В текущем году эта работа продолжается.

Введен специальный налоговый режим для сельхозтоваропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог).

Осуществлен ряд мер по защите отечественных товаропроизводителей от импорта сельскохозяйственного сырья и продовольствия.

В результате принятых мер наметились некоторые положительные тенденции в развитии сельского хозяйства и других отраслей агропромышленного комплекса.

За 2000–2003 годы рост объема продукции сельского хозяйства составил 22,5%, а продукции пищевой и перерабатывающей промышленности — 37%, в то время как в предыдущие годы шло падение объемов производства. В 2003 году сократилось число убыточных хозяйств.

Продовольственный рынок стал более стабильным. Вырос общий оборот розничной торговли продовольственными товарами. Несколько увеличилось потребление населением мясных и молочных продуктов. В 2003 году возросли закупочные цены на зерно и другие виды сельскохозяйственной продукции. В среднем за последние 4 года сельхозтоваропроизводителями получено по 12,7 млрд. руб. прибыли, в том числе в 2003 году — 18,7 млрд. руб.

Сельское хозяйство стало более привлекательным для инвесторов. Общий объем инвестиций в основную капитал этой отрасли (в сопоставимых ценах) за последние 3 года вырос на 13%. Значительно улучшились экономические и финансовые показатели деятельности предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности. Производственную деятельность в 2000 году они завершили с прибылью в сумме 35,4 млрд. руб., в 2002 году — 48,5, в 2003 году — 51,5, в 2004 году — 56 млрд. руб. против 2,4 млрд. руб. убытка в 1998 году.

Однако коренных перемен в развитии агропромышленного комплекса не произошло. Основные кризисные явления не только не преодолены, но в ряде случаев и усиливаются. Потребности населения страны в основных продуктах питания за счет отечественного производства не удовлетворяются, и поставки импортного продовольствия не сокращаются.

В сельском хозяйстве до сих пор не созданы условия для свободного оборота земель, капитала и трудовых ресурсов, без чего в агропромышленном производстве невозможно проводить преобразования в рамках осуществляемых в стране экономических реформ. Уровень государственной поддержки агропромышленного комплекса остается крайне низким и не может оказать решающее влияние на его рыночное развитие.

Наиболее важные направления необходимых мер в этой области определяются требованиями преодоления диспаритета цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию (так по данным Правительства РФ, за годы реформ цены на промышленную продукцию выросли в 9000 раз, а на сельскохозяйственную продукцию — только в 2000 раз)¹, облегчения для сельскохозяйственных предприятий условий кредитования и налогообложения, усиления государственной поддержки сельского хозяйства, в том числе по линии бюджетного финансирования работ по повышению плодородия почвы и охране сельскохозяйственных земель. Положительное значение могло бы иметь введение единого земельного налога, предусматривающего снижение налоговой нагрузки на сельскохозяйственные предприятия.

Для восстановления и планомерного развития сибирского сельского хозяйства, решения проблем по созданию собственной перерабатывающей промышленности, сохранения научно-технического потенциала и обеспечения потребностей в продовольствии, естественно, необходимы крупные инвестиционные вложения. Единственно реальными и легитимными инвесторами в экономику агропромышленного комплекса Сибири могут и должны быть сибирские разработчики природных ресурсов — нефти, газа, угля, руд. Вполне логичное и естественное решение, которое должно иметь статус закона, об отчислении доли средств от реализации добываемых природных ресурсов региона в сибирский же агропромышленный комплекс позволит реализовать проблемы эффективного использования земельных ресурсов и восстановления сельского хозяйства, а также внести существенный вклад в продовольственную безопасность страны. При этом абсолютно понятно, что регулирование агропродовольственного сектора осуществляется в форме бюджетной и небюджетной поддержки субъектов агропродовольственной политики.

¹ Микроэкономика. Теория и российская практика: учебник / Под ред. А.Г. Грязновой и А.Ю. Юданова. М.: ИТД «КноРус», 2000. 469 с.

К бюджетным формам поддержки относится предоставление бюджетных услуг за счет средств бюджетов всех уровней, а также разработка и реализация программ регулирования агропродовольственного сектора.

К небюджетным формам поддержки относятся меры агропродовольственной политики, не требующие расходования средств государственных или муниципальных бюджетов, в том числе регулирование цен и тарифов, внешнеторговое регулирование экспорта и импорта сельскохозяйственной продукции и продовольствия, установление льгот, запретов и ограничений.

К бюджетным услугам относится осуществление государственных инспекционных и контрольных функций в аграрном секторе, меры по созданию условий для нормального здорового, безопасного осуществления сельхозпроизводства, функционирования аграрных рынков, и обеспечению безопасной и здоровой жизни сельского населения и населения в целом.

Объем финансирования бюджетных услуг должен определяться исходя из удельных нормативов затрат (на голову скота, на единицу сельхозтехники, на единицу площади посева сортовых семян и пр.). Однако до сих пор ни на федеральном, ни на региональном уровне нет четко установленных и разработанных с учетом современной ситуации нормативов, в некоторых регионах действуют нормативы, разработанные еще в советское время.

Финансирование этого направления деятельности включает содержание соответствующих структур (здания и сооружения), текущие расходы на содержание подведомственных структур; заработную плату с начислениями квалифицированного персонала в объеме, соответствующем разработанным нормативам; финансирование приобретения техники, оборудования, препаратов и спецодежды в соответствии с принятыми нормативами предоставления бюджетных услуг по соответствующему направлению.

Особое место занимает поддержка образования, подготовки и переподготовки кадров и науки в сельском хозяйстве — несмотря на то, эти расходы имеют программную структуру, они относятся к приоритетным, поскольку имеют долгосрочный эффект и практически не оказывают искажающего воздействия на рынки. В этом смысле такие программы ближе к бюджетным услугам.

Программы поддержки сельского хозяйства, в отличие от мер, направленных на предоставление бюджетных услуг, не являются обязанностью государства, они представляют собой определенный об-

ществленный договор по расходованию общественных средств на решение той или иной задачи, а это значит, что необходимость их применения должна быть обоснована и доказана. Оценка эффективности таких субсидий должна исходить из того, насколько установленный порядок расходования средств на ту или иную программу субсидирования аграрного сектора позволяет достигнуть поставленной задачи при минимальных средствах. На практике приходится сталкиваться с тем, что действующий порядок расходования бюджетных средств вообще не позволяет решить поставленную задачу.

В настоящее время планирование регулирования аграрного сектора осуществляется в основном путем корректировки программ, которые применялись в прошлые годы, оценки эффективности программ не проводится. Это приводит к ситуации, когда часть программ, применяемых для поддержки сельского хозяйства, не достигают цели, а иногда и приводят к изъятию средств из аграрного сектора. Основная причина неэффективности мер поддержки — отсутствие долгосрочной стратегии развития сектора, как на общенациональном уровне, так и в отдельных регионах.

Кроме того, неэффективен бюджетный процесс в аграрном секторе. Порядки расходования средств принимаются уже после утверждения бюджета, то есть средства выделяются не на программу, а просто на строку бюджета. Очевидно, что в таких условиях ни о каком рациональном выделении средств не может идти речи. Все расходы по программам — не экономически обоснованные суммы, а результат лоббирования групп в Парламенте. Это не есть особенность именно транзитной экономики, в других странах сумма расходов определяется также в результате лоббирования интересов различными группами, однако в большинстве стран существует долгосрочная программа развития АПК, в которой определены не только все основные программы, но и порядки их реализации, и распределение финансирования по годам.

В России существуют программы, расходы на которые закладываются из года в год, однако средств по ним не выделяется. Это становится возможным потому, что, в противоречие Бюджетному кодексу, процедура исполнения аграрного бюджета зачастую является еще менее прозрачной, чем его принятие.

Все программы поддержки АПК принято разделять на несколько групп. Первая группа — это меры, направленные на увеличение выручки производителей, например, прямые субсидии производителе-

лям (животноводческие дотации), интервенции на рынках. Вторая группа мер направлена на снижение издержек сельхозпроизводителей. Это компенсация затрат на средства производства, субсидирование кредита и другие.

Основной целью государственных программ регулирования рынка ресурсов являлось решение проблемы растущего диспаритета цен на ресурсы для сельхозпроизводства и готовую сельскохозяйственную продукцию.

В частности в России осуществляются дотации на минеральные удобрения, электроэнергию, топливо, на покупку племенного скота, сортовых семян, и некоторые другие ресурсы. Государство покрывает часть расходов на работы по повышению плодородия почв.

Стандартная цель данной меры — снижение издержек производителя и тем самым повышение его доходов. Часто субсидирование определенного ресурса преследует также цель расширения его применения и повышения эффективности производства в аграрном секторе. Так в России, меры по компенсации топлива, энергии, транспортных расходов направлены на компенсацию удорожания этих ресурсов для сельхозпроизводителей в результате инфляции. Основная задача компенсации расходов на удобрения, мелиорацию, племенной скот и элитные семена — повышение продуктивности, что в конечном итоге также направлено на рост доходов в сельском хозяйстве.

Ресурсопроизводящие отрасли в постсоциалистических странах, особенно в России, как правило, сверхмонополизированы, имеют весьма низкую эластичность предложения. В результате введение дотаций приводит только к удорожанию ресурсов для сельского хозяйства, а заметного расширения применения под воздействием дотаций не наблюдается.

Важным шагом на пути совершенствования государственного регулирования аграрного сектора является переориентация поддержки аграрного сектора в пользу мер, разрешаемых правилами ВТО. Речь идет об оптимизации структуры расходов бюджетов различных уровней за счет сокращения программ прямой бюджетной поддержки. Решение этого вопроса является важным и актуальным в свете предстоящего вступления России в ВТО. Правила ВТО, направленные на либерализацию поддержки аграрного сектора, не предполагают отмену поддержки как таковой, но лишь изменение форм поддержки. В этой связи рекомендуется сокращение финансирования мер, наносящих серьезный ущерб функционированию рынков, и увеличение рас-

ходов на поддержку разрешенных мер поддержки. Как будет показано ниже, такая переориентация политики соответствует и интересам сектора, поскольку направление не на решение краткосрочных проблем, как программы поддержки производителей, а на создание условий для развития сектора. В частности, речь может идти о перераспределении средств в пользу финансирования бюджетных услуг.

Оптимизация финансирования бюджетных услуг должна исходить из необходимости увязки предоставления бюджетного финансирования с результатами предоставления этих услуг.

Проблема государственной собственности в сфере АПК также остается до сих пор неурегулированной, как на федеральном, так и на региональном уровне. До сих пор не завершена приватизация многих государственных предприятий, занимающихся коммерческой деятельностью и являющихся прибыльными. В соответствии с действующим федеральным законодательством часть прибыли, которую получают ГУПы от своей деятельности, они должны отчислять в бюджет, размер отчислений устанавливается на региональном уровне. Однако, во-первых, не все регионы этот размер отчислений устанавливают. Во-вторых, как правило, такие предприятия не являются эффективными и прибыль их, а тем более та ее часть, которую они могли бы отчислять в бюджет, является очень незначительной. Кроме того, существуют возможности сокрытия и этой незначительной доли прибыли.

Речь идет, в том числе, о сельскохозяйственных предприятиях, предприятиях третьей сферы АПК (элеваторов, хладокомбинатов, которые в свое время были сохранены в федеральной собственности). При этом, сохранение подобных предприятий в государственной собственности не может быть мотивировано начавшейся практикой интервенций, например, на зерновых рынках. Отношения государства с подобными коммерческими предприятиями могут и должны строиться на контрактных условиях (оплата услуг по хранению, по переработке и пр.). Необходимо включение этих предприятий в программу приватизации государственной собственности.

В этом случае основная задача — обеспечить стабильность и предсказуемость изменений. Для этого необходимо разработка в каждом регионе программы приватизации таких предприятий.

Часть III. МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

В. В. Ястребов,

аспирант Российской Академии предпринимательства

Предпринимательство в Internet

С момента появления Internet, или Сети, в России прошло ни много, ни мало, 12–15 лет. С каждым днем количество пользователей Internet увеличивается. И поэтому возможности Сети не остались незамеченными предпринимательством, т.к. появилась дополнительная возможность продвижения товаров и услуг на «виртуальный» Internet-рынок, и как следствие, на рынок реальный. Она состоит в создании Internet-сайта — доступного 24 часа в сутки информационного ресурса. Этот ресурс представляет собой набор электронных страниц с содержанием, соответствующим товарам или услугам, которые предоставляются предпринимателем.

Основа предпринимательства в Internet — это потенциально большое число возможных клиентов (например, известно, что более 66% жителей Москвы пользуются Internet¹). Поэтому задача Internet-предпринимателя привлечь как можно больше посетителей на свой сайт. Это позволит сделать его популярнее, а также занять лидерство в соответствующей категории сайтов.

Условно Internet-предпринимательство по видам заработков можно разделить на:

- бизнес на основе сайта «двухстраничной коммерции»;
- бизнес на основе тематического сайта.

Сторонники «двухстраничной коммерции» используют в своем бизнесе сайты, состоящие всего из двух типовых электронных страниц (или

¹ Тагиев Р. Презентация «Аудитория Интернета в России», TNS Gallup Media, 2007, с. 20.

Web-страниц). К страницам первого типа относят: страницы с предложениями и информацией о товарах и услугах, страницы с описанием условий продаж и кредитных программ. Ко второму типу относится страница заказа (Web-форма заказа) с описанием возможных форм оплаты, торговых точек, мест получения товара, условий доставки¹. К таким сайтам можно отнести Internet-магазины, занимающиеся продажей информационных продуктов, бытовой техники, запасными частями для автомобилей и т.п. Особое внимание стоит уделить так называемым «промо-сайтам». Они также построены по двухстраничному принципу и являются мощным инструментом для продвижения брендов и торговых марок на рынок (например, <http://logan.renault.ru/> – сайт, посвященный «народному автомобилю»², <http://www.lacoste.com> – сайт о товаре фирмы, производящей высококачественную косметику).

Но в России число двухстраничных сайтов пополняется именно за счет частных и средних предпринимателей, основа бизнеса которых – это распространение товаров посредством Internet. На сегодня такая форма электронной коммерции наиболее экономична и оправдана, как для частника, так и для малого бизнеса, так как нет необходимости в аренде офисных и торговых помещений, а также найме продавцов-консультантов, что позволяет сэкономить немалые средства. Также к достоинствам двухстраничной коммерции можно отнести то, что сайт подобного типа относительно легко и недорого создается (от 50 000 руб. до 200 000 руб.)³.

К недостаткам данных сайтов можно отнести их однотипность и, как следствие, их большое число в Сети, что зачастую вызывает путаницу и неудобства у пользователей. Нивелируются эти минусы путем создания уникального дизайна, развитием особых условий скидок-продаж, инвестированием времени и средств в продвижение сайта в поисковых системах.

Бизнес на основе тематического сайта сильно отличается от бизнеса «двухстраничной коммерции», так как различается сам ресурс бизнеса – сайт, на основе которого Internet-предприниматель зарабатывает. Существует следующая классификация тематических сайтов⁴:

¹ Белов В. Архив рассылки «Раскрытые тайны и секреты Интернет», 2002.

² Журнал «За рулем» № 1, с.18, 2008

³ Каталог «Яндекс». Раздел «Создание сайтов». http://yaca.yandex.ru/yaca/cat/Computers/Internet/Web_Development/

⁴ Бокарев Т. Энциклопедия интернет-рекламы. http://book.promo.ru/book/article4_1

- *Порталы* (почтовый сервер <http://www.mail.ru/>, поисковая система <http://www.aport.ru>, информационная система <http://www.rambler.ru>), предоставляющие такие сервисы пользователям, как, например, бесплатная почта, хранение фото- и видеоматериалов, расширенный поиск по Internet.
- *Контент-проекты* (сайты, посвященные определенной тематике: например, <http://www.auto.ru> – один из самых первых сайтов Сети об автомобилях, <http://www.polit.ru> – сайт о политической жизни России).
- *Новостные сайты, обозрения* (Internet-средства массовой информации: <http://www.gazeta.ru> – ежедневная Internet-газета, <http://www.lenta.ru> – сайт главных новостей мира).

Объединяет эти сайты в одну группу Internet-бизнеса, так как данные типы сайтов проектируются с целью продажи рекламных площадей на определенных страницах. Цена рекламы определяется качественными и количественными признаками аудитории, посещающей данный сайт (или целевой аудиторией), а также типом рекламного носителя. Поэтому, как и в случае бизнеса на основе сайта «двухстраничной коммерции», основная задача Internet-предпринимателя тематического сайта – это привлечение максимального количества постоянных посетителей.

Отдельно стоит рассмотреть типы рекламных носителей¹:

- *Баннеры* представляют собой графическое изображение формата *jpg* или *gif*. Второй формат позволяет сделать изображение анимационным, что делает рекламное предложение выделяющимся среди элементов электронной страницы;
- *Flash-баннеры* являются расширением вышеуказанных баннеров за счет технологии Flash, благодаря которой пользователь имеет возможность взаимодействовать с рекламным объявлением (например, прокручивать предложения рекламодателя), не уходя с сайта-издателя рекламы;
- *текстовый блок*, представляющий собой текстовую ссылку на сайт-заказчик данного блока;
- *всплывающие окна* с рекламным объявлением. При загрузке сайта-издателя в браузер пользователя данное окно показывается поверх содержимого загруженного сайта.

¹ Бокарев Т. Как пользователи взаимодействуют с рекламой в сети. http://book.promo.ru/book/article1_3.

С точки зрения эффективности рекламных носителей, которая измеряется числом переходов, поделенным на число показов (или «click/through ratio», CTR), всплывающие окна наиболее эффективны, но и наиболее раздражают пользователей. Поэтому не стоит злоупотреблять использованием данного вида носителя, поскольку неудобства, вызванные чрезмерным количеством последних, могут негативно отразиться на имидже сайта и, соответственно бизнесе предпринимателя.

Вторыми по эффективности идут как Flash-, так и обычные баннеры. Flash-баннеры становятся все более популярнее, чем баннеры, благодаря своей функциональности. Их недостатком является то, что, как правило, они обладают большим объемом, чем gif- или jpg-баннеры. Большой объем передаваемых данных в браузер пользователя влечет задержки отображения содержимого сайта-издателя, что, разумеется, создает неудобства пользователям. Но будущее, безусловно, за Flash-баннерами, так как Internet развивается весьма быстро, каналы передачи данных ежегодно совершенствуются, что позволит передавать большие объемы данных за меньший промежуток времени.

Текстовые блоки — один из самых первых рекламных носителей Сети. Но, несмотря на свой возраст, по-прежнему популярен. У текстовой рекламы есть очевидные преимущества. Она быстрее загружается в браузер пользователя. Также она показывается у пользователей, в браузерах которых отключена графика¹. Этот плюс особенно очевиден в настоящее время, когда появилась возможность выходить в Internet с мобильного телефона (а мобильный телефон есть практически у каждого), и все большее количество сайтов имеют мобильную версию (обычно к ним можно обратиться с приставкой wap, например, <http://wap.mail.ru> — мобильный сайт почтового сервера). Мобильная версия выполнена с минимумом графики и представляет собой текстовый аналог соответствующего сайта. Разумеется, вся реклама, кроме текстовой, здесь исключается.

В соответствии с типом носителей существуют следующие ценовые модели размещения рекламы²:

- *Фиксированная плата.* Применяется, как правило, при покупке рекламы на некотором сайте-издателе в виде баннеров обо-

их типов. По своему типу данная ценовая модель напоминает на размещение щитовой рекламы на улицах города, где оплата также идет из расчета на время — за неделю, месяц и т.д. Стоимость рекламы определяется по вышеуказанным показателям, но может варьироваться в большую или меньшую сторону в зависимости от расположения рекламы (например, на главной странице или на внутренних, сверху или внизу страницы).

- *Стоимость за тысячу показов.* Это одна из самых распространенных моделей в Сети. Расчет идет за количество показов, подсчет которых ведет программа. Обычно, такой вид рекламы заказывается через рекламные сети, или баннерообменные агентства, такие как <http://lbn.ru/>, <http://imho.ru/>. Данные рекламные агентства удобны тем, что они располагают качественными сервисами подсчета числа показов. Как правило, данная система считает, что показ был осуществлен, если браузер пользователя загрузил рекламный носитель (обычно gif- или jpg-баннер). Обычно сайт-издатель все же ведет параллельный подсчет числа показов страниц с баннерами посредством третьей компании (например, с помощью сервиса статистики <http://www.liveinternet.ru/>). Это позволяет избежать неточностей подсчета, связанных с поломками соединений Сети, так и самих рекламных сетей или сайта-издателя, после которых возможны расхождения в статистке показов.
- *Стоимость за тысячу кликов.* Также общепризнанная ценовая модель, при которой рекламодаделец платит непосредственно за нажатия (за «клик») на свою рекламу. Такая реклама публикуется на следующих носителях: текстовый блок, баннеры обоих типов, всплывающие окна. Последние чаще стали использоваться в виде полноэкранных слайдов, которые длятся обычно не более 5 секунд перед загрузкой сайта-издателя.
- *Стоимость за тысячу посетителей.* Данная ценовая модель аналогична вышеуказанной, но расчет ведется, исходя из количества уникальных посетителей, перешедших с сайта-издателя за сутки. Реклама на основе этой модели более сложно подсчитывается (учет можно вести только непосредственно на стороне рекламодателя) и поэтому получила меньшее распространение из-за возможной субъективной трактовки данных о перешедших пользователях.

¹ Бокарев Т. Энциклопедия интернет-рекламы. Рекламные носители. http://book.promo.ru/book/article2_3

² Бокарев Т. Энциклопедия интернет-рекламы. Ценовые модели размещения рекламы. http://book.promo.ru/book/article1_3

Частным случаем данной модели является система контекстной рекламы <http://direct.yandex.ru/>. Оплата здесь ведется за каждый уникальный переход, зафиксированный именно этой системой. Установка площадки этой системы возможна в случае, когда посещаемость потенциального сайта-издателя более трехсот человек в сутки.

- *Расчет за конкретные действия пользователей.* Ценовая модель, при которой рекламодатель ведет расчет с издателем, разместившим рекламу, за конкретные действия привлеченных посетителей. Так, например, расчет может производиться за количество заполненных анкет, подписку на новости сайта-рекламодателя, участие в рекламных акциях компании и т.д. Данная реклама может быть размещена на всех типах носителей и часто используется в партнерских программах.
- *Расчет за продажи посетителям.* Ценовая модель, при которой рекламодатель ведет расчет с сайтом-издателем, разместившим рекламу, базируясь на выручке с продаж привлеченных с помощью рекламы посетителей. Используется также преимущественно в партнерских программах. В отличие от предыдущей модели, рекламный контакт считается оплаченным тогда, когда посетитель совершает покупку. Соответственно, оплатой рекламного контакта является не фиксированная цена, а процент от продаж. Например, Internet-магазин <http://www.ozon.ru> — платит от 3 до 10%, <http://www.amazon.com> — от 5 до 15% от суммы продаж за привлеченных покупателей.

Каждая модель выгодна при определенных условиях и применима при определенном типе рекламируемой продукции. Например, модель фиксированной платы используют, как правило, на короткие сроки (от недели до месяца), так как имеет место эффект «выгорания баннеров». Он возникает тогда, когда представленная на сайте-издателя информация, в том числе и рекламная, не меняется со временем и, как следствие, начинает восприниматься пользователем как «визуальный шум»¹. Данная модель применяется во время сезонных распродаж ранее неизвестного товара, как правило, сопровождающихся скидками.

Модель расчета за продажи пользователями и модель расчета за конкретные действия пользователей применимы при надежных партнерских отношениях между сайтом-издателем и компанией-рекла-

модателем, так как издателю невозможно оценить, сколько было продано заказчиком товаров и услуг рекламодателем.

Модели расчета за тысячу показов и переходов получили широкое распространение в Сети именно как компромисс между издателем и заказчиком. Объяснить это можно следующим образом. Допустим, заказчик разместил рекламу на основе фиксированной модели оплаты на 1 неделю. Но в эту неделю число посетителей сайта-издателя упало по некоторым причинам (например, из-за неактуальности предложений, из-за непопадания в десятку первых выведенных сайтов по некоторым запросам в поисковых системах). Очевидно, что рекламная кампания заказчика могла быть эффективнее, если бы сайт посетили больше человек. И в данном случае с точки зрения заказчика рекламы средства были использованы неэффективно. Если бы заказчик работал с издателем на основе оплаты за показы или переходы, то в случае падения количества посетителей на сайте-издатель, заказчик бы не истратил средства впустую, а заплатил бы на основе фактического количества показов или переходов. И, наоборот, в случае увеличения количества посетителей на сайте-издатель объявление рекламодателя увидело бы (или перешло по нему) больше посетителей.

Перспективы создания бизнеса на основе сайтов обеих категорий весьма заманчивы. Во-первых, по причине постоянного ежемесячного прироста Internet-трафика (или количества пользователей Internet). К примеру, в среднем за каждый месяц 2007 года, начиная с сентября, ежемесячный прирост пользователей Internet составляет около 2.5%¹. Во-вторых, из-за постоянного роста средств, инвестирующихся в Internet-рекламу. По сравнению с первым полугодием 2006 года, в первом полугодии 2007 года было вложено на 52% больше средств в Internet-рекламу и составляет около 120 миллионов долларов США².

Так по прогнозам аналитической компании Emarketer³ (США) относительно развития западного Internet на 2008 год:

- расходы компаний на онлайн-рекламу существенно увеличатся;
- дополнительный толчок получит электронная коммерция.

¹ Тагиев Р. Презентация «Аудитория Интернета в России», TNS Gallup Media, 2007, С. 14.

² Ассоциация коммуникационных агентств России.

³ <http://www.emarketer.com/>

¹ Круг С. Веб-Дизайн. Изд-во «Символ-Плюс», 2005, С. 31.

Розничные магазины будут все чаще применять сервисы «buy online, pick up in-store» — сочетание оплаты товара онлайн с получением его непосредственно в розничном магазине.

- возрастет число пользователей Сети;
- существенно увеличится предложение видеоконтента от телеканалов.

Что касается последнего пункта, то верно ожидать рост предложения видеоматериала и в Российском Internet от центральных каналов, т.к. согласно статистике ¹, молодежь (люди от 18 до 20 лет) смотрит телевизор гораздо меньше остальных возрастных групп, в то время как пользуется Internet весьма активно (около 47%). Поэтому телевидение может упустить возможность продажи эфирного времени на рекламу товаров, ориентированных на молодежь. С выходом на виртуальный рынок вышеупомянутые продажи смогут состояться.

Таким образом, совершенно очевидно, что западные прогнозы и статистика во многом схожи с российской (особенно относительно роста Internet), что позволяет сказать об одинаковых темпах роста Сети по всему миру. Российский Internet — это, пожалуй, единственная отрасль, которая не отстает от западного по качественному и количественному развитию. И бизнес на основе сайта имеет потенциально много шансов на успех, благодаря тому, что Internet динамично растет и развивается как в России, так и за рубежом.

В заключении, необходимо упомянуть о том, что бизнес в Сети, как и везде, должен быть социален ². Иными словами, при разработке и реализации Internet-сайта должны быть учтены потребности и интересы человека, его установки и ценности. На первое место должны выходить качество услуги и обслуживания, удобство пользования сайтом и его сервисом. Как только сайт становится удобным для пользователя, функциональным и легко воспринимаемым, так информация о нем начинает распространяться по социальной сети пользователя, и уровень доверия и известности бизнеса Internet-предпринимателя повышается. Без социальной ориентации любой бизнес, в том числе и в Internet, приобретает технократический характер с доминирующим влиянием технологической сущности, и его главной целью становится достижение заданных характеристик технической продукции, объемов продаж рекламы и прочих товаров.

¹ Колесов Д. Конференция «Издательский бизнес/Publishing Expo» TNS Gallup Media, 2006.

² Смирнов Э. Управленческие решения. Изд-во «Инфра-М», 2001. С. 15.

Часть IV. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Е. А. Белкина,
доцент Российской Академии предпринимательства

А. А. Гусова,
ст. преподаватель «МАТИ» Российского государственного
технологического университета имени К.Э. Циолковского

Социально-гигиенические условия труда как объект управления

Повышение производительности труда невозможно без создания максимально благоприятных условий для его осуществления. Гигиена труда — отрасль науки, разрабатывающая санитарно-профилактические мероприятия, направленные на повышение трудоспособности, профилактику профессиональной заболеваемости, уменьшение инвалидизации и смертности работников.

В области гигиены труда проводятся лабораторные и полевые исследования по различным направлениям физиологии трудовых процессов. Изучение влияния на организм человека неблагоприятных факторов производственной среды помогает разработке профилактических мероприятий для предупреждения развития профессиональных заболеваний.

Для того чтобы своевременно принимать меры по защите здоровья работников, необходимо периодически исследовать состояние здоровья работающих людей, гигиеническую эффективность санитарно-технических устройств и установок, санитарно-бытового оборудования и средств индивидуальной защиты. С этой целью на предприятиях проводятся профилактические медицинские осмотры, а также контроль соблюдения правил безопасности и оценка соответствия производственной среды стандартам Федеральной службы по надзору в сфе-

ре защиты прав потребителей и благополучия человека. В нашей стране применяется система нормирования максимально допустимой концентрации вредных химических веществ в воздухе рабочей зоны и максимально допустимого значения физических факторов (температуры воздуха, шума, влажности, вибрации и др.). Данные гигиенические нормы призваны гарантировать сохранение здоровья работников.

Права человека на жизнь и здоровье относятся к основным правам человека и охраняются Конституцией. Отсюда следует, что задача реализации данных прав — государственная задача.

Сфера управленческой деятельности, целью которой является реализация прав людей на жизнь и здоровье в процессе труда, называется охраной труда. Для обеспечения охраны труда в России государством разработаны и совершенствуются нормативные правовые основы, существуют соответствующие органы управления и регулирования, проводится надзор и контроль, к правонарушителям применяются необходимые меры воздействия.

Деятельность по охране труда базируется на нормативных правовых основах, представляющих собой совокупность норм права, регулирующих отношения между работодателями и работниками в сфере охраны труда. Охрана труда — это система сохранения жизни и здоровья работников в процессе трудовой деятельности, включающая в себя правовые, социально-экономические, организационно-технические, санитарно-гигиенические, лечебно-профилактические, реабилитационные и иные мероприятия (ст.209 Трудового кодекса Российской Федерации).

Обязанности по выполнению гигиенических нормативов российское законодательство возлагает на администрацию организации, поскольку именно на работодателе, в соответствии со статьей 212 Трудового кодекса РФ, лежит обязанность по обеспечению права каждого работника на здоровые и безопасные условия труда, гарантированного Конституцией Российской Федерации.

На генеральной конференции Международной организации труда 22 июня 1981 г. была принята Конвенция № 155 «О безопасности и гигиене труда и производственной среде». Данная Конвенция устанавливает мероприятия по безопасности и гигиене труда, которые рекомендуются провести в государстве или на предприятии. Согласно Конвенции работодатели должны предоставить работнику, выполняющему вредные или опасные работы, соответствующую защитную одежду и средства защиты.

Работники должны информировать своего работодателя или непосредственного начальника о любой ситуации, которая может по-

влечь угрозу их жизни и здоровью. Причем работники не несут никаких расходов при применении работодателем мер по безопасности и гигиене труда.

Объективными причинами неудовлетворительных условий труда являются износ оборудования, несовершенство принятых технологий, отсутствие у предприятий достаточных средств на техническое усовершенствование. Наиболее распространенной субъективной причиной является нежелание работодателей проводить аттестацию рабочих мест по условиям труда, что является непосредственной обязанностью работодателя и основным инструментом в решении задач по улучшению условий труда.

В соответствии с «Положением о порядке проведения аттестации рабочих мест по условиям труда», утвержденным постановлением Минтруда России от 14 марта 1997 г. № 12, аттестация рабочих мест по условиям труда включает гигиеническую оценку условий и характера труда, оценку травмобезопасности рабочих мест и учет обеспеченности работников средствами индивидуальной защиты. Аттестация имеет важное социально-гигиеническое значение, так как позволяет своевременно выявить вредные и опасные факторы производственной среды и трудового процесса, определить приоритетные направления модернизации оборудования и технологических процессов, разработать и внедрить целенаправленные санитарно-гигиенические и медико-профилактические мероприятия, исходя из специфики условий труда на конкретных предприятиях. Важно подчеркнуть, что для проведения аттестации рабочих мест целесообразно пользоваться услугами специализированных организаций и аккредитованных в установленном порядке лабораторий, способных квалифицированно оценить уровни вредных и опасных производственных факторов. Профессиональный подход к проведению аттестации тем более важен, что сами по себе измерения факторов производственной среды, проведенные грамотно с формально-методической точки зрения, нельзя считать достаточными для полноценного описания существующих условий труда, если за методикой теряется цель и смысл аттестации рабочих мест по условиям труда — достижение оптимальной адаптации человека к требованиям производственной среды. Проведение исследований без учета особенностей рабочих мест и трудового процесса может привести к разработке гигиенически необоснованных и экономически невыгодных мероприятий по обеспечению нормативных уровней вредных факторов, либо пренебрежением действенных мер по профилактике нарушений здоровья работающих.

Согласно классификации, приведенной в межгосударственном стандарте по безопасности труда, опасные и вредные производственные факторы по природе действия подразделяются на следующие группы: физические, химические, биологические и психофизиологические.

К физическим опасным и неблагоприятным факторам относятся: механизмы и разрушающиеся конструкции, острые кромки оборудования или заготовок, пыль, шум, вибрация, температура воздуха, поверхностей и материалов, инфра- и ультразвук, влажность, подвижность и ионизация воздуха, барометрическое давление, ионизирующее и электромагнитное излучение, уровень статического электричества, а также повышенное значение напряжения в электрической цепи, замыкание которой может произойти через тело человека, напряженность электрического и магнитного полей, освещенность и характеристики светового потока, ультрафиолетовое излучение и инфракрасная радиация, расположение рабочего места на значительной высоте относительно поверхности земли (пола) и невесомость.

Спектр нарушений, к которым может привести воздействие вышеперечисленных вредных факторов очень широк. При работе на открытых территориях и в условиях неблагоприятного микроклимата развиваются заболевания органов дыхания, нервно-мышечной системы и опорно-двигательного аппарата. Недостаточная освещенность сказывается на функциональном состоянии органов зрения, а также может явиться причиной психоэмоционального перенапряжения и травм на рабочем месте. Воздействие производственного шума приводит к ухудшению слуха, нервным и нервно-сосудистым заболеваниям, заболеваниям пищеварительной системы.

Под действием вибрации снижается острота зрения, температурная чувствительность, нарушается равновесие таких основных нервных процессов, как возбуждение и торможение, что приводит к появлению раздражительности, головных болей, ухудшению внимания, памяти, сна, увеличивается вероятность заболевания неврозами, гипертонией, желудочными болезнями и т.д. Кроме того, возможно отрицательное воздействие вибрации на кости и суставы.

Ультразвук представляет собой механические колебания упругой среды частотой 20 кГц и выше. При длительной работе с ультразвуковыми установками могут возникнуть функциональные изменения центральной и периферической нервной и сердечно-сосудистой систем, слухового и вестибулярного аппарата.

Инфразвук имеет одинаковую с шумом и вибрацией физическую природу и представляет собой механические колебания упругой среды

частотой менее 12 Гц. Поскольку инфразвук мало поглощается воздушной средой, он распространяется на большие расстояния. В природных условиях его можно регистрировать во время ураганов и морских бурь, при землетрясениях и извержениях вулканов. Инфразвуковые колебания оказывают неблагоприятное воздействие на организм человека, вызывая утомление, головную боль, нарушение вестибулярного аппарата, снижение слуховой чувствительности и остроты зрения.

Поглощенная электромагнитная энергия переходит в тепловую, вызывая нагрев тканей тела человека. Под воздействием интенсивного излучения может происходить сворачивание белка, что вызывает помутнение хрусталика. Легко подвержены тепловому воздействию богатые водой печень, поджелудочная железа, а также органы, содержащие жидкость (мочевой и желчный пузырь, желудок и др.). Длительное воздействие электромагнитных полей небольших интенсивностей приводит к функциональным изменениям нервной и сердечно-сосудистой систем. Рациональная расстановка компьютеров и отказ от использования удлинителей может помочь снизить уровень электромагнитного излучения.

Для уменьшения воздействия вредных физических факторов труда зачастую требуются минимальные средства, либо их не требуется совсем. Во многих случаях возможности оптимизации условий труда заложены в самой конструкции производственного и офисного оборудования. Порой достаточно рационально разместить производственное оборудование. Так, зная данные антропометрии, можно улучшить рабочую позу и уменьшить напряжение на опорно-двигательный аппарат путем использования регулировки сиденья по росту и весу, снизить уровень шума и вибрации при работе автотехники, отрегулировать подвеску и закрепив инструменты на местах, довести до нормы содержание пыли в рабочей зоне, произведя вовремя влажную уборку рабочего места. Для снижения шума необходимо применение средств коллективной защиты от шума – звукоизоляции, звукопоглощения и др., или индивидуальных средств защиты (противошумные наушники, шлемы, вкладыши) в тех случаях, когда по техническим или экономическим причинам нельзя уменьшить шум до доступного уровня.

Грамотное использование защитных устройств, входящих в комплект станков и оборудования, способно повысить безопасность работы. Более дорогостоящие, но несложные меры, непосредственно влияющие на улучшение условий труда – ремонт существующих и установка новых вентиляционных систем, восстановление нарушенных шумо- и виброизоляции и герметичности оборудования, оснащение рабочих мест уст-

роиствами для поддержания допустимых параметров микроклимата и запыленности. При работе во вредных условиях необходимо также помнить о «защите временем», то есть можно ввести щадящий режим — ограничить время контакта с неблагоприятным фактором труда.

Следующая группа — химические опасные и вредные производственные факторы. По характеру воздействия на организм человека они подразделяются на: токсические, оказывающие прямое поражающее воздействие на организм человека; раздражающие, вызывающие при воздействии местную реакцию; сенсibiliзирующие, то есть повышающие аллергическую настроенность организма; канцерогенные, ускоряющие деление клеток или повышающие частоту генетических мутаций делящихся клеток, приводя к повышению риска развития новообразований; влияющие на репродуктивную функцию и мутагенные, влияющие на генетический материал. Обычно мутации бывают либо негативными — приводящими к изменению строения и функционирования белка, который кодируется мутировавшим геном и, как следствие — нарушению функции структуры, либо нейтральными — не приводящим к каким-либо изменениям в конечной структуре. В случае если мутация происходит в половых клетках, мутация передается по наследству.

По пути проникания в организм человека химические факторы делятся на: попадающие в организм через органы дыхания; через желудочно-кишечный тракт; через кожные покровы и слизистые оболочки.

По степени воздействия на организм все вредные вещества подразделяются на четыре класса опасности: I — чрезвычайно опасные (ртуть, свинец, озон и др.); II — высокоопасные (кислоты, щелочи, оксиды азота, бензол, йод, марганец, хлор и др.); III — умеренно опасные (камфара, ацетон, метиловый спирт и др.); IV — малоопасные (аммиак, скипидар, этиловый спирт, бензин и др.). Следует иметь в виду, что и вещества малоопасные, при их длительном воздействии, могут при больших концентрациях вызывать тяжелые отравления.

Содержание всех вредных и опасных химических веществ нормируется и требует строгого контроля. Однако даже отсутствие опасных химических веществ в окружающей среде не дает гарантии сохранения здоровья людей. Существует понятие биогеохимической провинции — территории, характеризующейся повышенным или пониженным содержанием одного или нескольких химических элементов в норме присутствующих в почве или в воде, а также в организмах обитающих на этой территории животных и растений. В пределах этих регионов у человека могут наблюдаться определенные эндемические, то есть характерные для данной местности, болезни, которые непосредственно связаны с недостаточностью или избытком этих элементов, а также инфекционные болезни, обусловленные особенностями формирования биогеоценозов — комплексов взаимосвязанных видов живых организмов, обитающих на определенной территории. Выявление биогеохимических провинций и принятие мер, направленных на сохранение здоровья людей, проживающих и работающих на их территории, является одной из задач Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.

Следующая группа — биологические опасные и вредные производственные факторы — включает в себя патогенные микроорганизмы (бактерии, вирусы, грибы, простейшие) и продукты их жизнедеятельности. Правила безопасности при работе с патогенной флорой в лабораториях четко оговариваются и неукоснительно соблюдаются. При работе в условиях, являющимися благоприятными для роста и развития микроорганизмов эпидемиологическая обстановка на предприятии является четким индикатором существующей опасности, а также объектом пристального наблюдения службы охраны здоровья трудящихся на таком предприятии.

Последней группой производственных вредностей являются опасные и вредные психофизиологические факторы. По характеру действия различают физические и нервно-психические перегрузки. Физические перегрузки подразделяются на статические и динамические. Динамические нагрузки возникают при перемещении грузов вверх, вниз, по наклонной плоскости или по горизонтали, статические — при удержании грузов в определенном положении без их перемещения. Статические перегрузки более утомительны, чем динамические, поскольку при статической работе напряжение одних и тех же мышц длится непрерывно. Для организма человека вредны не только физические перегрузки, но и чрезмерное снижение физической активности, которая приводит к повышению утомляемости, снижению памяти, ухудшению работы сердца и легких. В целом — существенно снижается жизненный тонус организма и работоспособность.

К нервно-психическим перегрузкам относятся: умственное перенапряжение; перенапряжение анализаторов (слухового, зрительного и прочих); монотонность труда, а также эмоциональные перегрузки. Нерациональные режимы труда и отдыха, в частности отсутствие регламентированных внутрисменных перерывов, чреватые вегетативными и нервными расстройствами, развитием психосоматических заболеваний. Монотонный труд приводит к заболеванию сердечно-сосудистой и пищеварительной систем, тяжелый физический труд — к болезням сердечно-сосудистой системы, опорно-двигательного аппарата и так далее.

Необходимо помнить, что один и тот же опасный и вредный производственный фактор по природе своего действия может относиться одновременно к различным группам и требовать комплексного подхода в обеспечении охраны здоровья людей при его воздействии. Была показана определенная связь между уровнем организации работ по охране труда в организациях и показателями травматизма и профессиональной заболеваемости, а также непрямыми показателями, такими, как производительность труда и текучесть кадров.

Выявление и учет профессиональных вредных факторов являются одной из основных задач совершенствования организации производственного процесса. Причем, разработка и реализация мероприятий, направленных на снижение вредного и опасного воздействия производственной среды на человека, зачастую имеет не только социальное, но и экономическое значение, выступает фактором роста производительности труда. Большое значение имеет также снижение заболеваемости и смертности среди работников как факторы сокращения непроизводительных потерь рабочего времени и затрат на оплату неотработанного времени. Аттестация рабочих мест по условиям труда с последующей сертификацией работ по охране труда позволяет совершенствовать работу по обеспечению безопасности труда, снижению риска для жизни и нарушения здоровья работающего населения.

Литература

1. Борисова С.А. Словарь-справочник кадровика. М.: Альфа-Пресс, 2005. 360 с.
2. Степанов Б.М. Нормативные правовые основы охраны труда в Российской Федерации // Энергобезопасность в документах и фактах. 2005. №2. www.endf.ru.
3. Межгосударственный стандарт «Система стандартов безопасности труда. Опасные и вредные производственные факторы». Дата введения 1976.01.01. Переиздание от сентября 1999.
4. Мучин П.В. Охрана труда в организации: учебное пособие для руководителей и специалистов. Новосибирск: СГГА, 2005. 120 с.
5. Трудовой кодекс, ст. 216., ст.146, ст.212.
6. ГОСТ 12.0.006–2002. «Общие требования к системе управления охраной труда в организации».
7. Руководство Р 2.2.755–99 «Гигиенические критерии оценки и классификации условий труда по показателям вредности и опасности факторов производственной среды, тяжести и напряженности трудового процесса».

И. В. Вдовина,
доцент кафедры Российской Академии предпринимательства, к.пед.н.

Современные тенденции в мотивации и стимулировании персонала

В условиях становления рыночной экономики в нашей стране особое значение приобретает задача поиска новых путей повышения социально-экономической эффективности бизнеса. Одним из таких путей является повышение качества работы персонала, заключающееся в актуализации новых ресурсов управления.

Персонал, как известно, является ведущим активом организации. Процесс мотивации и стимулирования, в зависимости от своего состояния, может или сохранять и увеличивать этот актив, или превращать его в пассив.

Каковы же современные тенденции, относящиеся к различным проблемам мотивации и стимулирования персонала?

Первая тенденция: проведение организационных изменений, создание отделов или групп мотивации персонала.

Очень часто на практике встречаются несколько вариантов проведения организационных изменений. Первый: отдел организации труда и заработной платы переименован в отдел мотивации персонала, но состав его задач и функций остался в прежнем виде. Второй: в составе отдела организации труда и заработной платы образована группа мотивации персонала. Третий: наряду с отделом организации труда и заработной платы создано новое структурное подразделение по мотивации персонала.

Основные задачи и функции структурных подразделений по мотивации персонала следующие:

1. Систематическое изучение мотивации работников организации.
2. Оценка эффективности используемых в организации систем и методов стимулирования труда.
3. Разработка предложений по совершенствованию системы стимулирования персонала организации.
4. Формирование статистической базы данных по уровню мотивированности персонала и оценкам системы стимулирования с последующим использованием информации для разработки стратегии по развитию мотивации и системы стимулирования работников организации.
5. Изучение опыта отечественных и зарубежных организаций по оценке мотивации и применению различных методов стимулирования.
6. Обоснование новых систем оплаты труда применительно к разным категориям работников организации.
7. Определение и внедрение новых методов стимулирования труда.

Чтобы организация работала эффективно, нужно, чтобы кто-то профессионально занимался изучением проблем мотивации персонала. Без этого не будет информации о том, на каком уровне находится мотивация персонала каждого подразделения и коллектива в целом.

Вторая тенденция: чем больше система стимулирования соответствует мотивации работника, группы, коллектива, чем сильнее ее действие, тем выше эффективность действия стимулов.

Руководство организаций пытается перейти от ощущения мотивационной среды к ее систематическому изучению, используя конкретные практические методики, к совершенствованию системы стимулирования для повышения эффективности деятельности организации.

Практика стимулирования во многих организациях продолжает базироваться на некоем внутреннем ощущении руководителями мотивации своего персонала: по оценке количественных и качественных результатов труда, по отношению работников к выполнению своих задач и трудовых функций, по различным высказываниям работников относительно существующей системы стимулирования. Заниматься совершенствованием системы стимулирования без знания мотивации и особенно антимотивации персонала — непродуктивно.

На практике в некоторых малых организациях, где руководство заинтересовано в повышении эффективности деятельности и работник больше открыт по своей мотивации или антимотивации, удается добиться равенства между стимулами и мотивами.

Обычно нарушает такое равновесное состояние динамика индивидуальной мотивации, на которую оказывают влияние самые различные факторы.

Недовольство со стороны работника системой стимулирования по своей сути обусловлено превалированием антимотивов над мотивами. И если имеется такая возможность, работник начинает искать новое место работы, где его мотивационный баланс будет иным.

Руководители рассматривают систему стимулирования в узком спектре стимулов, а работники — более широко. Руководители обычно относят к стимулам: методы материального стимулирования (виды заработной платы, премии, доплаты, надбавки, материальная помощь, компенсации и др.), социальный пакет (оплата организациями различных услуг, выполнение определенных социальных обязательств перед своими работниками), методы морального стимулирования.

Наряду с формальным вариантом метода (объявление благодарности в приказе на основании ходатайства к руководителю организации) имеются мягкие его разновидности, отличающиеся большей оперативностью и эффективностью (благодарность, объявленная устно, перед коллективом подразделения в ходе повседневного общения).

Работники рассматривают систему стимулирования в более широком спектре, добавляя к уже перечисленным стимулам: условия труда (санитарно-гигиенические, материально-технические, информационные, социально-психологические, условия социальной защиты и др.), методы организационного стимулирования (изменения в организации труда: гибкий рабочий график, частичное выполнение работы дома и др.), стиль непосредственного руководителя.

Работники организаций в отличие от руководителей рассматривают систему стимулирования как с формальных, так и с неформальных позиций и делают методы стимулирования на следующие группы:

- жесткие — зафиксированные (документами) в системе стимулирования и используемые в соответствии с установленными и утвержденными внутрикорпоративными правилами (методы материального, организационного и морального стимулирования, социальный пакет);
- полужесткие — частично зафиксированные и частично не зафиксированные (в зависимости от практики организации и условия труда);
- мягкие — во многом зависят от стиля руководства и уровня профессионального мастерства руководителя.

Часто в различных организациях не используются какие-либо методы оценки работниками системы стимулирования (нет обратной связи: как работник воспринимает и оценивает некий набор формальных стимулов).

Методы морального стимулирования являются наиболее доступными для руководителей, но их палитра в практическом использовании, как правило, довольно бедна. Одна из причин – никто не учил и не учит руководителей организационным и социально-психологическим технологиям использования этих методов.

Тенденция к нематериальной мотивации персонала: управление ценностями как элемент управления человеческими ресурсами.

Управление ценностями как элемент управления человеческими ресурсами включает в себя выявление, формирование и культивирование ценностей, которые, соответствуют и стратегии организации и разделяются теми, кто представляет собой человеческий ресурс реализации выбранной стратегии.

Культивирование общих ценностей и перевод их в действенные регуляторы организационной деятельности приводят к интеграции усилий всех категорий работников, оптимизации использования человеческих ресурсов, а также создают такое важное конкурентное преимущество, как приверженность работников к своей организации.

Личностные ценности оказывают сильное влияние на мотивацию и поведение человека. Например, желание добросовестно выполнять должностные обязанности в нестандартной ситуации побудит одного работника проявить инициативу и предприимчивость, другого – ждать четких распоряжений от руководителя.

Исследователи разделяют личностные ценности на базовые и инструментальные. К базовым ценностям относятся те, которые значимы для человека сами по себе. К инструментальным ценностям – те, что имеют значение как средство или способ достижения целей.

Ценности являются руководящими жизненными принципами, поскольку по ним, как эталону, человек сверяет, что действительно для него существенно, а что не существенно.

Политика менеджмента по формированию ценностей организации включает:

- разработку стратегически важных организационных ценностей;
- пропаганду организационных ценностей, не противоречащих личностным и групповым ценностям;
- стимулирование копирования, тиражирования поведения, соответствующего организационным ценностям;
- оказание поддержки носителям ценностей.

Задачи менеджера по управлению ценностями представлены на схеме 1.

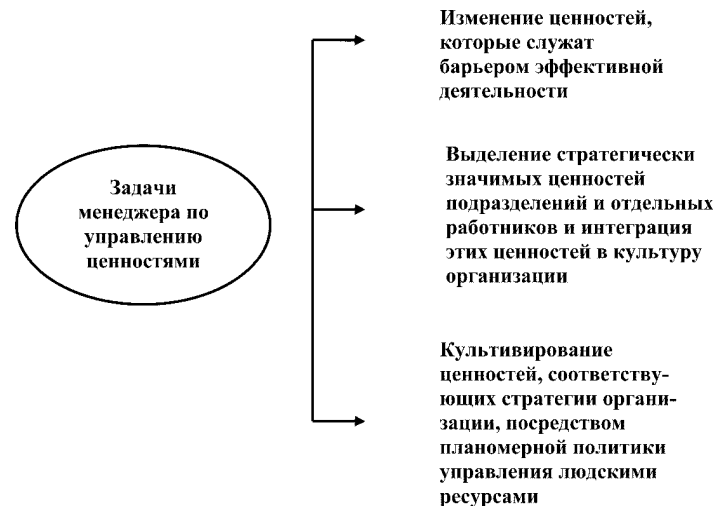


Схема 1

Тенденция к нематериальной мотивации персонала: культивирование хорошей работы как особого достоинства человека.

Мотивацию как побуждение персонала к определенным видам и формам активности можно обеспечить двумя путями:

- экономический подход к управлению персоналом: результативность и качество труда напрямую связаны с материальным вознаграждением (удовлетворение уже имеющейся системы потребности человека);
- изменение самой системы потребностей и в дальнейшем удовлетворение новых запросов с учетом получения определенных результатов.

Наиболее популярным вариантом этого подхода является мотивация через культивирование ценностей: хорошая работа преподносится как особое достоинство человека, вызывающее уважение окружающих (эталоном является мнение других людей). Более высокие уровни мотивации связаны с культивированием стремления работать на совесть (эталоном являются собственные представления об идеальной работе).

Обязательными условиями действенности системы мотивации являются:

- последовательность в применении разработанных стимулов в плане достижения успеха в работе всей организации в целом (обеспечивает ли используемый стимул реальное побуждение работника к планируемому результату);

- четкая взаимосвязь результата и вознаграждения или наказания.

Очень часто система стимулирования используется как средство сохранения статуса руководителя. В этом случае система мотивации превращается из средства управления трудовой деятельностью в инструмент подчинения, что далеко не всегда обеспечивает процветание организации и развитие профессионализма персонала. Подобного рода проблемы особенно часто возникают в организации, где не выделены четкие критерии и показатели успешной работы, где не очевиден вклад работника в общий результат.

Тенденция к нематериальной мотивации персонала: изучение генезиса мотивации.

Человек представляет собой сложную психологическую систему с трудно предсказуемым поведением. Для управления живыми системами, способными к самостоятельному принятию решений, применимы только рефлексивные формы управления. Рефлексивное управление сводится к провоцированию человека на те или иные поступки (схема 2).

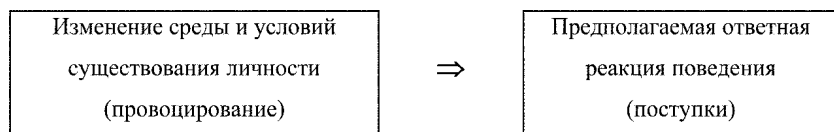


Схема 2

Провоцирование не является достоверным, так как правильно предугадать реакцию не всегда удается. Поэтому для управления человеком в организации используют методы мотивации, которые предназначены для провоцирования тех или иных действий подчиненного.

К мотивации относят: признание, заработная плата, удовлетворенность работой, уважение, доверие, делегирование ответственности, продвижение по службе и многое другое. В основе мотиваций лежат физиологические и духовные потребности.

Человек рождается с набором генетических программ поведения. В основе этих программ лежит информация о продолжении рода (программа продолжения рода), стремления к лидерству, признанию, поощрению, любознательность, борьба за место, чувство собственника и др.

В процессе социализации человек приобретает еще множество других программ поведения. Вся совокупность программ составляет значительную часть психики человека и предназначена для поддержания гомеостаза человеческого организма через удовлетворение его потребностей. Набор программ у разных людей мало активизирован. Про-

граммы проявляются в субъективных ощущениях в виде мотивов необходимости действий с целью удовлетворения потребности. Активность программ может меняться в зависимости от возраста и жизненного опыта.

Появление человеческого общества сопровождалось еще большим ростом количества информации, но уже не генетической, а социальной. Человечество изобрело носители информации – письменность, оптические, магнитные и другие. Появилась социальная память. Данный вид памяти также передается из поколения в поколение. Умножение генетической информации уступило место умножению социальной информации. Лидирующее положение в социуме дает возможность распространять свои идеи, мысли, опыт, знания, идеологию, облегчать доступ к средствам массовой информации, и, следовательно, осуществлять архивирование социальных генов (закон «стремления к умножению своей индивидуальной информации»).

Если с точки зрения данного закона рассмотреть теории мотивации, то можно прийти к следующему выводу: почти все духовные, социальные потребности имеют информационное происхождение. Например, признание и уважение приходят как итог распространения информации о себе, самовыражение и успех отражают информацию социума.

Тенденция к нематериальной мотивации персонала: гендерный подход к мотивации персонала.

Значение гендерного анализа как практического метода, способствующего повышению эффективности управления, подтверждается специалистами ряда крупнейших международных финансово-экономических организаций.

Гендерные различия в поведении личности позволяют прогнозировать большую эффективность женщины-руководителя в сферах мотивации персонала, эффективной коммуникации; при принятии решений женщины ориентированы на внутрифирменные межличностные отношения, поддержание стабильного психологического микроклимата, мужчины-руководителя – в сферах, связанных с лидерством и постановкой целей организации, взаимодействием в нестабильных, постоянно меняющихся условиях.

Зная гендерные различия в построении карьеры женщиной и мужчиной, можно эффективно воздействовать на мотивацию персонала. Фактор, усиливающий мотивацию, – удовлетворенность своей работой. Изучение возможностей методов воздействия на удовлетворенность работой позволит в перспективе разработать инструмент, помогающий удерживать сотрудников в организации.

Третья тенденция: разработка стратегии развития мотивации и системы стимулирования персонала (работа и стимулы).

Многих руководителей волнуют проблема: как лучше побуждать работников к выполнению заданного объема и качества работы, соблюдению сроков ее выполнения (работа, стимулирование).

Работники рассматривают эту проблему в несколько другом ракурсе: как при существующей системе материального стимулирования, которая, не соответствует все увеличивающемуся объему работ, не реальным срокам и требуемому уровню качества, обеспечивать требуемые результаты (стимулирование, работа).

Таким образом, с какой стороны ни рассматривать данную проблему, ключевой позицией оказывается используемая система стимулирования.

Объемы и сроки выполнения работы являются «более подвижными» в соотношении с темпами роста заработной платы, доплат и надбавок. Поэтому основной интерес работодателя заключается в том, чтобы за большой объем труда, качественный труд заплатить неадекватно либо меньше.

В условиях низкой цены труда позиция работника состоит в том, чтобы выполнять работу такого объема и качества, во сколько фактически оценивают его труд.

В то же самое время, в конкретной ситуации отношение к данной проблеме зависит от конкретного человека и соотношения в нем внутренней и внешней мотивации. В зависимости от этого соотношения можно выделить два типа работников:

- первый — экстративизируемый (внешняя мотивация преобладает над внутренней, работник в незначительной мере использует методы самостимулирования);
- второй — интрамотивизируемый (внутренняя мотивация доминирует над внешней, работник использует различные методы самостимулирования и модифицирует имеющуюся внешнюю систему стимулов под себя; интересная работа сама по себе — сильный стимул).

Каждый работник индивидуален по своей мотивационной структуре и по отношению к системе стимулирования. Для определенного типа работника характерен перенос мотивации и стимулирования: какие мотивы имеет руководитель и как он оценивает систему стимулирования — такие же мотивы и оценки свойственны и его подчиненным.

Стратегии развития мотивации и системы стимулирования являются одними из наиболее востребованных, но одновременно труд-

но разрабатываемые. Основные причины этого заключается в следующем:

- нехватка специалистов, имеющих опыт разработки подобных стратегий;
- отсутствие в организациях специалистов, владеющих оценочными методиками, позволяющими получить необходимую информацию в области мотивации и стимулирования персонала;
- малое количество оценочных методик открытого характера, позволяющих получать информацию в данной области.

Перед разработкой стратегии развития мотивации и системы стимулирования персонала на ближайшие два-три года целесообразно ответить на вопросы двух блиц-тестов.

Блиц-тест по информационному обеспечению мотивации персонала в организации.

1. Практикуется ли в организации более или менее периодическое измерение мотивации работников?

2. Можем ли мы предоставить самим себе результаты последней оценки уровня мотивированности работников?

3. Имеется ли в организации какая-либо статистика по оценке мотивации персонала?

Блиц-тест по информационному обеспечению стимулирования персонала в организации:

1. Производилась ли за последние 2–3 года оценка персоналом используемых в них систем стимулирования?

2. Обладаем ли мы информацией по предложениям работников относительно совершенствования системы стимулирования?

3. Имеется ли в организации какая-то статистика по оценке систем стимулирования?

Бессмысленно пытаться разработать стратегию развития мотивации и стимулирования персонала, если при ответах на эти вопросы преобладают ответы «нет».

Поэтому одной из **тенденций** на ряде российских организаций является освоение современных оценочных технологий, позволяющих получать, накапливать и использовать информацию применительно к мотивации и стимулированию персонала при решении текущих, тактических и стратегических задач управления.

Рассмотренные выше современные тенденции и подходы к мотивации персонала, появившиеся под влиянием новой ситуации, в которой функционирует российская экономика в целом, заслуживают особого внимания.

Н. М. Горайнова,
директор Центра дополнительного профессионального образования
Челябинского филиала Российской Академии предпринимательства,
к.пед.н.

К вопросу о необходимости целенаправленной коммуникативной подготовки будущих менеджеров

Для подготовки менеджеров высокого профессионального уровня в соответствии с социальным заказом, ориентированным на нужды рыночной экономики, как известно, в свое время был разработан Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по специальности «Менеджмент организации» [4]. В этом документе обозначены квалификационные требования к данной специальности, что, по сути, отражает те необходимые качества и свойства, которыми должен обладать специалист управленческой сферы.

Анализ содержания данного документа позволяет сделать вывод о том, что кроме профессиональных важнейшими характеристиками специалиста должны стать его коммуникативные умения, культура мышления, научное мировоззрение, способность к анализу, инновациям, обучению, высокая нравственность, т.е. предполагается формировать общую, психологическую и методологическую культуру будущего менеджера.

Однако анализ дидактических единиц изучаемых предметов дает возможность констатировать, что формирование именно управленческой культуры как цель не ставится, и совершенствованию морально-этических и коммуникативных качеств будущих менеджеров придается недостаточное значение. Такое понятие, как «управленческая культура менеджера», к сожалению, даже не упоминается. А между тем, как отмечает М.Т. Громкова, «находясь в центре общественного внима-

ния в качестве руководителей, менеджеры должны тиражировать свой уровень духовности, свою внутреннюю культуру, свою цивилизованность, распространяя их на множество окружающих людей как пример высокой нормы и как критерий социальных действий» [6, с. 306].

Пытаясь разобраться в сути вопроса, мы проанализировали учебные планы девяти вузов (4 государственных и 5 негосударственных), ведущих обучение по специальности «Менеджмент организации» в Челябинской области и выявили такую картину.

В учебных планах этих высших учебных заведений встречается ряд учебных дисциплин, а именно: социально-психологические проблемы управления, конфликтология, организационная психология, этика и культура управления, которые по всеобщему пониманию являются дисциплинами, в задачу которых входит формирование управленческой культуры, развитие способности осуществлять регуляцию профессионального поведения, общения и деятельности на основе нравственных норм и гуманистических идеалов. Однако эти учебные курсы, на наш взгляд, бессистемно включены в национально-региональные (вузовские) компоненты. Изучение сложившейся ситуации показало, что в большинстве вузов не уделяется должного внимания лично-ориентированному и культурологическому подходам к профессиональной подготовке будущих менеджеров, и, следовательно, не делается акцент на формирование их управленческой культуры в целом, и коммуникативной компетентности в частности.

Общеизвестно, что готовятся, да, впрочем, уже и происходят серьезные преобразования в российской системе высшего профессионального образования, которые должны быть адекватны мобильной и ускоряющейся социальной реальности. И главным требованием к выпускникам вузов в таких условиях выступает высокий уровень готовности к социально одобряемой профессиональной деятельности.

Иными словами, для того, чтобы специалист был реально востребован, он должен обладать высокой профессиональной компетентностью и при этом демонстрировать компетенции в сфере общения и взаимодействия в коллективе, т.е. обладать социальной компетентностью.

Хотелось бы в этой связи указать на тот факт, что ситуация общественного развития, характеризующегося возрастающим ускорением эволюционных процессов во всех сферах человеческой деятельности, свидетельствует о потребности общества в личности руководителя, способной эффективно управлять этими процессами с ориентацией на общественное благо. На основании этого, возникает необходимость использова-

ния всех возможностей для подготовки грамотных, творческих, высоко- нравственных и культурных в самом широком смысле руководителей.

В настоящее время понятие «качественная подготовка» специалистов в сфере экономики и управления подразумевает подготовку специалиста, уровень которого соответствовал бы самым взыскательным научным, практическим, информационным, технологическим, нравственным и культурным запросам современного общества, то есть это должен быть компетентный специалист гуманистической ориентации с высокой коммуникативной культурой [3].

Бесспорно, что менеджер, как и любой другой специалист, достигает профессиональных вершин в процессе реальной практической деятельности, но подготовка руководителя, потенциально способного воплотить в ней в полной мере свои управленческие функции, овладеть на теоретическом уровне эффективными методами и инструментами управления, — это есть задача и миссия высшей школы. Основы управленческой культуры закладываются вместе с теорией и практикой менеджмента в умы и души будущих руководителей именно в стенах вуза.

Необратимые рыночные преобразования и большей частью теоретически обоснованные, системные мероприятия по выстраиванию адекватных российских демократических институтов все более и более опираются на новую, соответствующую общемировым стандартам, гуманитарную парадигму межличностных и профессиональных взаимодействий. Все, что происходит в любом обществе, как известно, представляет собой продукт и целенаправленного, и спонтанного взаимодействия сознательных индивидов, движимых желаниями и потребностями, интересами и страстями. Профессиональное управление этими процессами с ориентацией на конструктивное сотрудничество не может эффективно осуществляться преимущественно на основе профессиональных компетенций и интуиции, без глубоких знаний в области психологии личности в целом, делового общения и делового этикета в частности.

В этой связи хотелось бы отметить, что в новой, рыночной России, в отличие от западных стран, существуют смутные представления относительно этического и этикетного поведения в бизнесе. Уникальная, эклектичная культура нашего Отечества, столь богатая, сколь и беспокойная история, перманентно случающиеся, недемократические политические режимы, молодое и потому незрелое российское законодательство привели к нынешнему состоянию поверхностности и неопределенности в отношении этики бизнеса и приветствуемых деловых манер.

Современная российская деловая культура, включающая деловой этикет, представляет на сегодняшний день далеко не однородную смесь вариантов поведения — это и остатки командно-административной системы в организационных отношениях, и заимствование стандартов западноевропейского бизнес-этикета, и, увы, стихийно формирующиеся специфические российские нормы делового общения, как ответ на вызов времени.

Итак, не вполне оформившаяся российская деловая культура, неочевидные правила игры в бизнес-отношениях неминуемо порождают сложности и противоречия при ведении дел.

Несмотря на эти явно негативные тенденции, уровень осознанности актуальности формирования деловой культуры как в России в целом, так и на уровне конкретной организации остается по-прежнему низким. И именно в таких условиях, на наш взгляд, необходимо специальное обучение будущих социальных лидеров деловому общению, нормам деловой коммуникации как одному из аспектов управленческой культуры с использованием богатых российских традиций в сфере предпринимательской деятельности. Назрела необходимость начать наконец движение в сторону преодоления едва ли не главного порока современного образования — невнимания к высшим жизненным ценностям и целям и пассивного восприятия нравственных жизненных приоритетов.

В силу вышесказанного крайне полезным будет введение в курс профессиональной подготовки будущих менеджеров, в качестве одной из базовых дисциплин, т.е. включение ее в федеральный компонент, дисциплины «Деловое общение». И сейчас, когда идет разработка и подготовка к внедрению государственных образовательных стандартов третьего поколения, мы считаем этот вопрос своевременным и заслуживающим особого внимания.

Более того, следует оценивать как парадоксальную ситуацию, когда, например, Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» предусмотрено изучение данного курса, а для подготовки будущего руководителя он не обязателен.

Между тем общение как базовая категория психологии играет предпочтительную и приоритетную роль в управленческой деятельности, особенно в коммуникативной, в процессе которой происходит обмен знаниями и информацией, поэтому руководителю чрезвычайно важно уметь общаться, завоевывая уважение и доверие коллег, партнеров и подчиненных.

Как известно, выделяется несколько видов управленческого общения: субординационное, служебно-товарищеское и дружеское. Практика показывает, что для руководителей характерна тенденция к абсолютизации какого-либо одного вида общения, что далеко не всегда оправдано. Умение же искусно их интегрировать создает с одной стороны комфорт в профессиональном общении, а с другой стороны дает возможность руководителю управлять собственным желательным имиджем.

Тонкость в обращении, интеллигентность, тактичность, умение щадить самолюбие людей и учитывать их мотивацию составляют суть вежливости общения, которую должен демонстрировать любой воспитанный человек, а для менеджеров такой стиль поведения должен быть стандартом. Они же, к большому сожалению, не всегда уделяют должное внимание технике деликатного обращения, а порой намеренно унижают подчиненных в присутствии коллег. Безусловно, такая манера поведения не идет на пользу их авторитету и сужает перспективы развития всего коллектива, что, в конечном счете, отражается на организационной эффективности.

Таким образом, в продвижении к успеху особую роль играет умение руководителя способствовать росту и развитию, а не разрушению.

Теоретики менеджмента [1; 2; 8] чаще всего выделяют две группы причин, приводящих к снижению продуктивности управленческой деятельности:

- характерологические и психологические особенности личности руководителя;
- отсутствие конкретных знаний, навыков и умений в области управления людьми и делового общения.

Устранение причин первой группы сопряжено с определенными и вполне конкретными трудностями субъективного характера и далеко не всегда результативно, независимо от объема затраченных усилий. Причины второй группы сравнительно легко устранимы посредством целенаправленного обучения или переобучения по специально разработанным программам и курсам.

Дисциплина «Деловое общение» по своему содержательному наполнению относится именно к таким учебным программам, ибо ее целями, согласно государственным требованиям к уровню подготовки специалистов, является формирование у студентов современного гуманитарного мировоззрения, в основе которого лежит рациональное понимание нравственных идеалов и ценностей современного общества; знакомство студентов с основами культуры управления, деловой этики и этикета, психологии коммуникации и общения, выде-

ление их специфики. Вполне очевидно, что реализация этих целей способствует подготовке культурных, образованных, творчески и критически мыслящих специалистов, понимающих взаимозависимость личностных и профессиональных отношений и процессов, содействует формированию интереса к познанию другого и к самопознанию [5].

Вся система профессиональной подготовки будущих менеджеров должна быть выстроена с ориентацией на формирование у них управленческой культуры, частью которой является коммуникативная компетентность. Следовательно, не должны вызывать возражений целенаправленные педагогические усилия, направленные на то, чтобы предметно познакомить будущих менеджеров с теоретическими разработками в области психологии делового общения; помочь им овладеть элементами анализа коммуникативных ситуаций; способствовать формированию у будущих лидеров зрелых ценностных поведенческих ориентаций, в первую очередь профессиональных.

Представители современных деловых кругов убеждены, что именно в вузе в процессе базовой профессиональной подготовки необходимо разъяснить будущим членам менеджмент-сообщества специфику делового общения в группе, взаимодействия в системе личность — личность, в солидарных и конфликтных отношениях, и самое существенное, научить их определять эффективные механизмы регуляции данных отношений.

Выделим те базисные знания для обеспечения эффективного индивидуального подхода к коллегам, подчиненным и партнерам, которые получают будущие менеджеры в результате изучения курса «Деловое общение»: ключевые понятия и основные положения этики делового общения и коммуникативных процессов; основы создания атмосферы делового сотрудничества в коллективе; методы экспресс-диагностики собеседника и выбора надежной модели своего поведения для обеспечения эффективного общения; способы регулирования эмоциональных состояний в процессе делового общения [5].

На основе этих знаний будущие менеджеры вполне успешно могут овладеть основами эмоционально-волевой саморегуляции и самосовершенствования в искусстве коммуникативной самоорганизации, индивидуального подхода к коллегам и подчиненным, ведения переговоров, разрешения конфликтных ситуаций. Они будут ориентированы на эффективное использование психологических знаний и в профессиональной деятельности, и в межличностных отношениях, будут готовы всесторонне и грамотно анализировать любые ситуации делового общения, используя различные средства как вербальные, так и невербальные.

Многовековая практика менеджмента вывела аксиому – эффективная межличностная коммуникация в силу ряда причин очень важна для успеха в управлении. Во-первых, решение многих управленческих задач строится на непосредственном взаимодействии людей в рамках различных событий. Во-вторых, межличностная коммуникация, возможно, является лучшим способом обсуждения и решения производственных теоретических и практических вопросов, характеризующихся неопределенностью и двусмысленностью.

В заключение отметим, что весьма весомым аргументом в пользу данного курса является и то, что он опирается на знания, предварительно приобретенные студентами при изучении социально-гуманитарных и управленческих дисциплин.

Таким образом, можно утверждать, что учебный курс «Деловое общение» нацелен на развитие коммуникативной компетентности как одной из составляющих управленческой культуры будущих руководителей, поскольку он призван способствовать формированию у них совокупности навыков и умений, необходимых для эффективного организационного общения и усвоению норм делового этикета.

Деловой этикет как один из инструментов делового общения позволит сделать профессиональное общение максимально комфортным для партнеров, создать микроклимат доверия и придать деловому взаимодействию предсказуемость [7].

Безусловно, в каждой бизнес-организации необходимо создавать программу обучения, основываясь на конкретной ситуации, специфике бизнеса, особенностях персонала. Но никакая корпоративная программа не заменит обязательной, базовой, общекультурной подготовки, ведь только системное образование формирует человеческое достоинство и работает на исторические тенденции развития культуры во всех её проявлениях: культуры общественной, научно-технической, технологической, методологической, информационной, организационной. «Ведь где бы ни осуществлялась профессиональная деятельность человека, в ней всегда реализуется определённая культурная традиция, которая проявляется в качестве результатов этой деятельности» [10, с. 22]. Образование, ориентированное на культуру, имеет исключительное значение в становлении будущего менеджера.

И, наконец, во многом такая необходимость обусловлена еще и тем, что в нашей стране на протяжении десятков лет не существовало специального обучения этике и этикету в образовательных учреждениях. Некоторым гражданам в их семьях воспитанные и хорошо образованные родители демонстрировали примеры этикетного поведения.

У других же тема «приличных манер» присутствовала в их жизни лишь поверхностно.

А если посмотреть на воспитание современной молодежи, рожденной в постперестроечный период, то и вовсе охватывает уныние, настолько совсем не востребованы оказались в воспитательном процессе даже элементарные нормы этики и этикета. Следовательно, восполнить этот пробел с опорой на богатые национальные традиции и лучшие образцы мирового уровня должны сегодня вузы, готовящие будущую интеллигенцию, будущую отечественную бизнес-элиту.

Литература

1. Веснин В.Р. Основы менеджмента. М.: Вагриус, 2002. 428 с.
2. Вудкок М. Раскрепощенный менеджер / М. Вудкок, Д. Френсис. М.: Норма, 1999. 320 с.
3. Горяйнова Н.М. Сущностно-содержательный аспект управленческой культуры современного менеджера // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. Челябинск. 2006. № 2. С. 22–30.
4. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования: государственные требования к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по специальности 061100 «Менеджмент организации. Квалификация: менеджер». 234 ЭК/СП. М.: Министерство образования РФ, 2000. 31 с.
5. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования: государственные требования к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по специальности 060500 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит. Квалификация: экономист». 181 ЭК/СП. М.: Министерство образования РФ, 2000. 34 с.
6. Громкова М.Т. Психология и педагогика профессиональной деятельности. М.: ЮНИТИ, 2003. 415 с.
7. Зудина Л.Н. Организация управленческого труда: Учебное пособие. Новосибирск: НГАЭиУ, 2000. 256 с.
8. Кнорринг В.И. Искусство управления. М.: Норма, 2001. 450 с.
9. Коротков Э.М. Концепция менеджмента. М.: Мир книги, 2002. 98 с.
10. Коротков, Э.М. Образование менеджера: трудный путь становления и развития // Менеджмент в России и за рубежом. 2004. № 5. С. 20–58.

В. В. Дзюбан,

доцент Брянского государственного технического университета,
к.пед.н.

Маркетинг образовательных услуг (социологический аспект)

На современном этапе развития общества, его производительных сил, рыночных взаимоотношений производителей и потребителей, а также психологических особенностей индивидов в различных странах мира, становится необходимым использование маркетинга как важнейшего средства, дающего хозяйствующим субъектам возможности выживания в современной конкурентной среде, и не простого выживания, а вполне полноценной и развивающейся деятельности, приносящей стабильный доход и моральное удовлетворение предпринимателям.

Ввиду пресыщения товарного рынка самыми различными товарами, огромного ассортимента предлагаемой различными производителями продукции и постоянного появления новых товаров, удовлетворяющих самые разнообразные потребности людей, причем не только в промышленно развитых, но и в менее богатых странах мира, самой большой проблемой фирмы-производителя практически любого товара давно (примерно с 50–60-х годов нашего столетия) стала проблема сбыта своей продукции, что привело к развитию маркетинга до необычайных высот и закреплению его позиций, как самого необходимого фактора, обеспечивающего жизнедеятельность любой современной фирмы.

Хотя маркетинг, как средство продвижения товара на рынок, возник сразу после возникновения рынка как такового, то есть в тот момент,

когда появились производители пусть и самых примитивных, но товаров, предназначенных и произведенных специально для реализации на рынке и получения в результате этой реализации прибыли, производители, намеревавшиеся осуществлять свою хозяйственную деятельность достаточно долгий срок, все же наибольшее развитие маркетинга как прикладной науки произошло во второй половине 20-го века.

В связи с этим, можно провести параллель между развитием товарного производства, производящего «товары широкого потребления», и развитием маркетинга, как системы мер по максимальному распространению этих товаров среди потребителей и получению в результате этого максимума прибыли. Причем, развитие маркетинга никогда не опережало развитие товарного производства, а, скорее, отставало от него, что можно очень широко наблюдать и сейчас в странах с развивающейся экономикой, расширяющимся использованием рыночных средств в хозяйственной жизни и увеличивающейся конкуренцией, например, в современной России. Это можно объяснить несколькими причинами:

- зависимостью маркетинга от товарного производства и его вторичностью, то есть тем, маркетинг всегда и везде начинался использоваться хозяйствующими субъектами только после выхода их на рынок, закрепления на нем и возникновения трудностей со сбытом продукции, а не до этого, что может быть объяснено отчасти относительной неразвитостью (по сравнению с настоящим) рыночных сил, воздействующих на производителя и на потребителя, и возможностью получения большой прибыли без широкого использования маркетинговых методов, а отчасти следующей причиной;
- «ленью» производителей и торговцев, не желающих тратить деньги на поощрение спроса, а старающихся выжать все возможное из существующих потребностей своих клиентов, и начинающих прибегать к маркетингу только в крайних случаях, когда без него становится уже невозможным ни развитие производства и сбыта, ни увеличение прибыли, ни (может быть) даже сохранение существующих позиций.

Две эти причины, давшие жизнь маркетингу, очень сильно переплетены и неразрывно связаны между собой, их нельзя рассматривать порознь, особенно если считать маркетинг средством, помогающим осуществлять хозяйственную деятельность, связанную с получением прибыли в результате производства и реализации на рынке товаров (работ, услуг), когда другие средства по организации удовлетворительного для данной хозяйственной структуры уровня сбыта уже не помогают.

После перехода к рыночной экономике в России начал формироваться и рынок образовательных услуг. Вместе с развитием в стране обучающих структур и технологий происходит и эволюция маркетинга как вида человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд, потребностей и запросов людей в данной сфере. Особое значение имеет сектор услуг по предоставлению возможности получения высшего образования. Хотя на рынке образовательных услуг можно получить среднее профессиональное образование, пройти переподготовку или дополнительные курсы, все же особое внимание обращается в первую очередь, на высшие учебные заведения. Данная работа также посвящена изучению этого сегмента рынка.

Тема маркетинга на рынке образовательных услуг, несмотря на свою новизну, уже достаточно неплохо освещена в литературе. Связано это прежде всего с двумя факторами. Во-первых, основные теоретические положения маркетинга, как будет показано ниже, сохраняют свою силу и на рынке образовательных услуг, что упрощает их исследования, а, во-вторых, в условиях сокращающегося финансирования и усиления конкуренции в этой сфере, даже государственные вузы поняли важность позиционирования и продвижения своих услуг.

Маркетинг образовательных услуг, как и маркетинг любого другого товара, имеет свои особенности только в сфере приложения, а все основные теоретические выкладки в нем ничем не отличаются от маркетинга на любом другом товарном рынке.

В качестве теоретической базы будем использовать книгу Филиппа Котлера «Основы маркетинга».

Котлер в качестве основных понятий маркетинга выделяет следующие: нужды, потребности, запросы, товар, обмен и рынок. Рассмотрим их по порядку, применительно к предмету нашего исследования.

Нужда — чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо.

В первобытном обществе у человека практически отсутствует нужда в повышении образования, так как всю необходимую для обеспечения жизнедеятельности информацию человек получает в детском и юношеском возрасте, а дополнительные знания и умения, получаемые им в процессе своей жизни, он приобретает без стремления их приобретать, т.е. они приходят к нему сами собой. Появление отдельных личностей, у которых стало возникать стремление к знаниям просто ради самих знаний и любопытства и было, очевидно, одной из важнейших причин начала интенсивного развития человеческой цивилизации.

В современном индустриальном обществе у человека уже появляются нужды в повышении своего образования, так как, как прави-

ло, люди, имеющие более высокий образовательный уровень, имеют более высокие доходы и, соответственно, более высокий уровень жизни, к чему стремится большинство людей.

Нужда в образовании проявляется в осознанном или неосознанном желании обучения.

В настоящее время в России в связи с трудностями переходного периода нужда в образовании в среднем среди населения несколько снизилась, что связано с необязательным соответствием высокого образовательного и жизненного уровней, но со стабилизацией и подъемом экономики такое положение будет меняться на то, какое было раньше, в советское время, когда получить высшее образование стремился очень большой процент выпускников средних школ.

Следующая категория маркетинга — это потребность.

Потребность — нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида [1, с. 9].

В нашем случае потребность — это объективный и понимаемый человеком, т.е. субъект, с недостатком знаний, умений и навыков в какой-либо области. Потребности в повышении образования различны у разных людей, у некоторых они отсутствуют, но в связи с развитием рыночных отношений и одним из основных требований рынка о постоянном совершенствовании человека, такие потребности неуклонно возрастают во всем мире, ибо совершенствование невозможно без повышения образовательного и культурного уровня.

Проявлением потребности в образовании является желание человека получить вполне конкретный уровень образования или получить какую-либо дополнительную квалификацию, в которой данный человек объективно или субъективно нуждается.

Потребности людей практически безграничны, а вот ресурсы для их удовлетворения ограничены. Так что человек будет выбирать те товары (услуги), которые доставят ему наибольшее удовлетворение в рамках его финансовых возможностей.

Запрос — это потребность, подкрепленная покупательной способностью [1, с. 10].

В случае с образовательными услугами можно выделить две группы издержек которые обычно несет потребитель образовательных услуг:

1. Финансовые издержки, обусловленные, во-первых, необходимостью оплаты получаемого образования, а во-вторых — связанные с необходимостью расходов на обеспечение своей жизни во время получения образования.

2. Временные издержки, связанные с продолжительным характером практически любого вида обучения.

Финансовые издержки в разных странах проявляют себя по-разному, но в целом можно утверждать, что затраты времени и расходы на жизнеобеспечение обучающегося есть везде, а вот плата за обучение взимается не всегда. В местах, в которых образование бесплатное, главным критерием при выборе между получением образования и началом трудовой деятельности является желание или нежелание человека тратить несколько лет на образование и, по большей части, сидеть у родителей на шее в это время.

Понятие запроса неразрывно связано с понятием товара, как средства, удовлетворяющего запрос [1, с. 10].

Товар — все, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления.

Товаром на рынке образовательных услуг являются знания и навыки, предлагаемыми различными частными учителями, репетиторами, курсами, училищами, колледжами, вузами и т.п. [1, с. 11].

Сделки между предъавителями спроса на образовательные услуги и лицами или организациями, их предлагающими, осуществляются посредством обмена.

Обмен — акт получения от кого-либо желаемого объекта с предложением чего-либо взамен.

Как совершенно очевидно, в настоящее время единственной формой сделок на рынке образовательных услуг являются следующие: продавец такой услуги обучает чему-либо своего клиента и подкрепляет полученное образование каким-либо дипломом, свидетельством, аттестатом, а потребитель вносит плату за обучение, или за него это делает кто-либо еще, например, государство.

Сделки осуществляются на рынке, который раскрывается, следующим образом:

Рынок — совокупность существующих и потенциальных покупателей товара [1, с. 11].

Для нашей темы рынок раскрывается так: рынок образовательных услуг — совокупность людей, которые имеют или будут иметь в будущем потребность в получении какого-либо образования, и лиц и организаций, могущих обеспечить этим людям требуемый образовательный уровень.

Для совершения сделок на образовательном рынке необходимо выполнение нескольких условий: наличие человека, который желает получить образование и имеет для этого возможности, и лица (физи-

ческого или юридического), которое может и хочет ему это образование предоставить. Если с предъявляемым спросом все более или менее понятно, он существует практически всегда, то место где его можно удовлетворить имеется далеко не всегда. Хотя бывает и наоборот. Когда есть, выражаясь рыночными терминами, «продавец» образовательных услуг, а «покупателей» на его услуги нет.

Возможно, такие перекосы могут быть просто следствием не информированности покупателей и продавцов друг о друге, как и на любом другом рынке, что приводит к необходимости использования маркетинга, который и призван устранять такую не информированность. Причем, если для товарных рынков характерно стремление производителей получать информацию о нуждах потребителей, то для образовательного рынка более характерна обратная черта: стремление клиентов получить как можно больше информации о продавцах образовательных услуг. Все эти стремления можно объединить общим термином — «маркетинговые коммуникации».

В системе коммуникаций в маркетинге относятся средства и процессы сбора и предоставления информации о рынке и предлагаемой продукции, ведения торговых переговоров и организации продаж.

Традиционно в комплекс таких коммуникаций входят:

- реклама;
- формирование благоприятного общественного мнения об учреждении и его продукции, что называется также «public relations» или, иногда, «паблисити»;
- личные контакты — устное представление товара или услуги в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью последующей продажи.

Классическая модель маркетинговой коммуникации предполагает необходимость:

- выявить качественные характеристики своей целевой аудитории и определить ее количественно;
- определить желаемую ответную реакцию (в том числе в количественном выражении);
- выбрать способ обращения (содержание и характер информации, рекламные аргументы);
- определить требования и пожелания к режимам и форме предъявления информации, сопоставив их со свойствами и возможностями доступных средств ее распространения;
- определить способ распространения и носители информации;
- выбрать свойства, характеризующие источник обращения;

- собрать и проанализировать информацию, поступающую по каналам обратной связи.

В рыночной экономике существуют товары и услуги общественного пользования, производство которых оплачивается одной частью населения (налогоплательщиками), а пользуются ими другие (например, потребители образовательных услуг). Производя продукты общественного пользования, учебное заведение работает одновременно на двух рынках. Вуз предоставляет обществу образовательные услуги определенного вида, потребителями которых являются учащиеся и студенты, и одновременно представляет результаты своей деятельности на рынке труда, потребителями которых являются предприятия и организации различных отраслей экономики. Эта двойственная природа деятельности вуза вносит значительную путаницу в определение его продуктов, целевых рынков сбыта и групп потребителей [2, с. 8].

Действуя одновременно на двух связанных и взаимозависимых рынках — рынке образовательных продуктов и услуг и рынке труда, вуз тем не менее имеет один продукт, с которым он выходит на оба рынка. Все исследователи сходятся на том, что основным направлением деятельности вуза является предоставление образовательных услуг, но не дают однозначного определения, в какой форме существует эта услуга.

В теории маркетинга товаром считается все, что может удовлетворить потребность и предлагается рынку с целью приобретения, потребления, использования или привлечения внимания. С точки зрения основной деятельности вуза и классической теории маркетинга продуктом является образовательная программа. Образовательная программа разрабатывается вузом для того, чтобы удовлетворить потребность в образовании, профессиональной подготовке, обучении или переподготовке, — т.е. достижении определенного социального эффекта (изменение образовательного или профессионального уровня). Именно с этим продуктом выходит на рынок любое образовательное учреждение (вуз, средняя школа, курсы и т.д.). Вуз не предлагает на рынке отдельные образовательные услуги в виде лекций, семинаров и т.п., он предлагает комплекс услуг, объединенных единой задачей и обеспеченных соответствующими ресурсами.

Вуз, не имеющий специалистов по информационным технологиям и оборудованных компьютерных классов, не может предлагать образовательные программы по этому направлению. Однако, даже располагая указанными ресурсами, вуз не предлагает своим клиентам разрозненные лекции или практические занятия, а выходит на рынок с образовательной программой по данной специальности, включаю-

щей определенное содержание, организацию учебного процесса, систему управления этим процессом и систему его методического, материального и кадрового обеспечения. Поэтому продукт вуза можно определить как образовательную программу.

Образовательная программа — это комплекс образовательных услуг, нацеленный на изменение образовательного уровня или профессиональной подготовки потребителя и обеспеченный соответствующими ресурсами образовательной организации.

В зависимости от своих возможностей и потребностей клиентов вузы предлагают различный ассортимент таких программ, которые можно классифицировать по ряду признаков.

По уровню предлагаемого образования программы могут быть довузовскими, бакалаврскими, магистерскими, аспирантскими, программами профессиональной переподготовки и т.п.

По ориентации на определенную специальность программы могут быть по финансам, маркетингу, товароведению, управлению персоналом и другим пользующимся спросом на рынке профессиям.

По форме обучения различаются программы дневные, вечерние, заочные, дистанционные, экстернат и т.д.

По используемым методам обучения программы могут быть традиционными, программами проблемного обучения, программами, основанными на анализе деловых ситуаций и т.п.

По наличию дополнительных компонентов, когда для достижения цели не достаточно лишь ресурсов одного вуза, образовательные программы могут быть так называемыми «сэндвич курсами», включающими обязательный период практики между двумя периодами теоретической подготовки, программами «интернатуры», когда теоретическое обучение идет параллельно практической работе по данному направлению, международными, когда обучение по программе зарубежного вуза-партнера является составной частью учебного процесса, и т.п. В случае «сэндвич курса» и «интернатуры» ресурсы вуза объединяются с ресурсами компании, при реализации международных программ объединяются ресурсы двух или нескольких вузов, расположенных в разных странах.

Новые виды образовательных программ появляются в ответ на спрос рынка или изменяющиеся технические возможности (ресурсы) вуза. Бурное развитие информационных технологий, например, вывело на рынок программы дистанционного обучения, сочетающие самостоятельность заочного образования с возможностями индивидуальных (в случае дистанционного обучения посредством компьютера) консультаций с преподавателями.

В настоящее время общероссийский рынок услуг по получению высшего образования быстро развивается и уже достаточно насыщен как государственными, так и негосударственными вузами. Борьба на нем фактически идет за те 15–25, по разным оценкам, процентов студентов, которые в состоянии оплатить сами или при помощи спонсоров собственное обучение. Ведь спрос на образование — это прежде всего, **платежеспособная** потребность в образовательных услугах. Доля негосударственных вузов не так уж велика (около 7 процентов обучающихся от общего количества студентов [3, с. 10]), но если брать в расчет, что большинство студентов государственных вузов обучаются за счет бюджета, то получится, что частные вузы, как правило, переигрывают государственные на маркетинговом поле, поскольку другого выхода у них просто нет. Кроме того, негосударственные вузы сознательно позиционируют себя в нишу гуманитарного образования, в которой их доля составляет почти 15% от общего количества студентов. А по некоторым специальностям, например, «Юриспруденция» даже достигает 40% [3, с. 11].

В расчет необходимо принять и то, что негосударственное образование в России существует недолго, причем только недавно вузы стали в массовом порядке выдавать дипломы государственного образца, поскольку для получения государственной аккредитации необходимо осуществить первый выпуск обучавшихся, к тому же не ранее, чем через три года после получения лицензии

Учитывая длительность процесса получения высшего образования, мы не можем согласиться с высказываемыми другими исследователями предположениями, что рост негосударственных вузов стабилизировался и количество студентов в них вряд ли превысит 10%. Строя новое общество, Россия неизбежно придет и к тем определенным пропорциям в системе высшего образования, которые существуют в странах с рыночной экономикой, где, как известно, доля студентов в негосударственных учреждениях значительно выше. Например, в Латинской Америке, которая ближе к нам по уровню жизни, чем страны Западной Европы и США, она сильно выросла за последние двадцать лет и составляет в среднем 38% [3, с. 11].

Разумеется, ведущая роль в возможном приросте доли студентов негосударственных вузов будет зависеть от правильно выбранной маркетинговой политики и стратегии ведения конкурентной борьбы. Те вузы, которые не смогут найти свою нишу и правильно позиционировать свои услуги прекратят существование вообще либо станут филиалами государственными вузов [3, с. 12].

Экономическая ситуация, сложившаяся в России после начала перехода к рыночной экономике, характеризовалась, помимо прочего, сменой ориентиров экономики с развития оборонного и производственного потенциала страны на конечного потребителя, расширением рынка услуг за счет сужения доли материального производства. Система образования не справилась, да и не могла быстро справиться с возникшим спросом на представителей таких специальностей как юристы, бухгалтера, менеджеры, экономисты. Эту нишу, особенно в области бухгалтерского учета, заполнили многочисленные курсы подготовки и переподготовки.

Осуществляется ли маркетинговая деятельность вуза одним из проректоров или его заместителями или специально созданным отделом маркетинга (как это происходит, например, в большинстве американских вузов) зависит от размера вуза и его бюджета. Однако сама необходимость планомерной и систематической маркетинговой деятельности уже не вызывает сомнений.

Эта деятельность должна начинаться с формирования стратегических намерений, т.е. осознания всеми преподавателями и сотрудниками вуза, а не только его высшим руководством, необходимости маркетинга и своей роли в этом процессе. За формированием стратегических намерений следует маркетинговый анализ среды вуза (его конкурентов, клиентов, продуктов и услуг), анализ наиболее приемлемых для данного вуза форм и методов маркетинговой деятельности и, наконец, оценка эффективности процесса. Все перечисленные компоненты процесса маркетинга вуза представляют несомненный интерес для отдельного исследования.

Следует заключить, что маркетинг вуза — необходимая и важная часть его деятельности. Вузы, не осознавшие этой необходимости и не включившиеся активно в маркетинговую деятельность, могут уже в ближайшее время оказаться в невыгодном положении и не смогут сохранить конкурентоспособность на рынке образовательных услуг.

Литература

1. Котлер Ф. Основы маркетинга.
2. Опубликовано в номере: Маркетинг в России и за рубежом. 1999. № 1.
3. Зернов В., Бархатова Т. Негосударственные вузы России // Высшее образование в России.
4. Ермольева Э. Частная высшая школа в Латинской Америке // Высшее образование в России.

В. Я. Красниковский,
доцент Российского государственного социального университета, к.э.н.
С. Ш. Евдокимова,
Российская Академия предпринимательства, к.с.н.

Организационно-технологические особенности функционирования системы оперативного сбора и обработки экспертной информации

В настоящее время проводится множество опросных исследований, направленных на изучение самых разных сторон современной жизни. Какие-то из них предполагают разовый сбор информации, другие — осуществление регулярных временных срезов, где речь, как правило, идет либо о панельных исследованиях, либо об исследованиях, проводящихся в режиме мониторинга. При этом источниками первичной информации могут быть как тем или иным образом отобранные обычные граждане, так и эксперты.

Но часто бывает необходимо в режиме постоянного (но не обязательно регулярного) отслеживания «а-ля мониторинг» опрашивать экспертов, выясняя их мнения на злободневные темы, возникающие ситуативно, но имеющие (или способные иметь) общественный резонанс — то есть при возникновении информационного повода, оперативно получать экспертную информацию по различного рода «экстренным» событиям.

В связи с этим возникает необходимость организовать такую систему сбора информации, которая позволила бы в экспресс-режиме связываться (по телефону) с экспертами и опрашивать их «по заданным темам», т.е. наладить систему регулярных экспресс-опросов экспертов по различным ситуативно возникающим злободневным про-

блемам, в том числе — экономики, труда и связанной с ними политики. Подчеркнем, что речь идет о такой системе сбора и обработки информации, которая принципиально отличается от мониторинга.

Как, прежде всего методически и технологически, можно подойти к решению данной задачи?

Тезис 1. Исходные положения и определения.

Ключевое методическое отличие любого мониторинга от иных массовых обследований трендового характера заключается в следующем. При мониторинге изначально задается какая-то исходная частота временных срезов фиксации первичных данных. Затем производится снятие информации по какой-либо единой для всех срезов методике, обеспечивающей сопоставимость получаемых данных. Сопоставимость результатов, относящихся к каждому временному срезу, обеспечивается комплексом мероприятий, включающим в себя:

- использование на протяжении всего периода проведения мониторинга единой концептуальной схемы — как заложенной в основу применяемого инструментария, так и служащей базой для аналитической обработки получаемого первичного материала;
- расчет и организацию для каждого временного среза фиксации данных такой выборочной совокупности, которая по своим характеристикам моделировала бы сходным образом одну и ту же генеральную совокупность;
- обеспечение методического единообразия и тождественности инструментария на протяжении всего периода проведения мониторингового исследования;
- организацию и методическую реализацию системы статистической обработки первичных данных как строго определенной и последовательной совокупности действий и операций, направленных на обеспечение сопоставимости результатов, полученных на каждом из этапов (временных срезов) мониторинга.

То есть мониторинг — это неоднократный съём информации, осуществляемый в соответствии со стандартизированными методическими принципами, но не по мере необходимости, а при соблюдении равных промежутков фиксации первичных данных.

Итак, если суть мониторинга состоит в том, что мы задаем какую-то исходную частоту временных срезов и затем снимаем информацию по какой-то единой для всех срезов методике, обеспечивающей сопоставимость результатов, то отслеживание базируется на иных принципах.

Отслеживание — это неоднократный сбор информации, производимый в тех случаях, когда возникает какой-либо повод, который может быть сочтен информационным (значимым и достойным для сбора ин-

формации о нем). Например, мониторить что-либо можно 1 раз каждый месяц, или 1 раз каждую неделю, или 1 раз год, причем это должен быть всегда один и тот же объект изучения. Отслеживать же мы можем как один и тот же, так и совершенно разные объекты, причем делать это сегодня, затем — через неделю, затем — через 3 месяца, затем — через 5 дней и т.д., т.е. когда появится повод. Значит, отслеживание — это мониторинг именно в самом общем виде, в предельно широком понимании.

Можно так развести понятия «мониторинг» и «отслеживание». Мониторить в широком смысле — это отслеживать (т.е. снимать информацию неоднократно, в соответствии со стандартизированными методическими принципами, но по необходимости); один же из необходимых методических признаков (или элементов) мониторинга, понимаемого в узком смысле, предполагает наличие равных промежутков съема информации, также осуществляемого с помощью сопоставимых методик.

Тезис 2. Задачи, которые будет решать обозначенная система — не только сбор информации, но и а) описание новых явлений; б) поиск факторов, влияющих на цены на нефть например и пр.; в) прогноз появившихся явлений, например сколько стран «распадется» по примеру Косова и т.д.

Разработку данной системы надо начать с создания инструмента сбора информации. Если мерить разными инструментами разные информационные поводы, то такая информация ничем не будет отличаться от повсеместно используемой в журналистике. Общеизвестно, что журналисты традиционно работают, как правило, на смещенных выборках.

В данном случае инструмент должен состоять из трех равнозначимых элементов: базы данных об экспертах, стандартизованного инструментария для сбора первичной информации и формализованной системы ввода и обработки первичной информации, полученной от экспертов, поэтому первое — создание базы экспертов.

Необходимо, прежде всего, решить, какие типы событий могут быть для нас тем самым информационным поводом (поводом для проведения исследования). От этого будет зависеть подбор экспертов. Например, если у нас будет событие, наподобие того, что руководитель крупного холдинга, приехав на саммит, вышел покататься на лыжах в компании нескольких привезенных им туда очаровательных приятельниц, то нам будет нужен один круг экспертов; если же событие другого рода — нужен другой круг экспертов.

То есть, круг экспертов полностью зависит от типа событий, которые мы собираемся отслеживать.

Количественно и качественно эксперты отбираются: (а) исходя из необходимости упрощения, стандартизации процедуры обработ-

ки первичных материалов, (б) исходя из необходимости обеспечения широты палитры мнений экспертов.

Отбирая экспертов, необходимо их рассматривать в двух ипостасях: во-первых, как профессионалов в соответствующей области (пекарь, токарь, политик, учитель, бизнесмен), и, во-вторых, в плане политическом (левый, правый, центрист, прозападник, почвенник, прогосударственник, космополит, патриот и т.д.). Такой подход к отбору экспертов нам обеспечит следующее: с одной стороны, два эксперта-чиновника будут смотреть на событие с одной и той же точки зрения — в профессиональном плане; с другой же стороны — один из них по политическим ориентациям «левый», другой — «правый», в силу чего они дадут существенный разброс мнений, что необходимо, если мы меряем общественно значимые вещи.

Таким образом, начинаем с подбора экспертов, но на подбор экспертов влияет тот сектор событий, который мы собираемся объявлять информационными поводами. Если это политические события, у нас будут одни эксперты, если события экономические, должны быть другие и т.д.

Тезис 3. Разрабатывая методическую и организационно-технологическую стороны экспертного отслеживания информационных поводов, категорически нельзя уподобляться журналистам, как правило, работающим на смещенных и нерепрезентативных выборках, составленных к тому же из ответов не всегда типичных представителей какой-либо группы. Как работают обычно журналисты: произошло что-то — они звонят трем-пяти людям, те что-то говорят им в прямом эфире (или в иных условиях), и сказанное журналисты потом выдают за мнение научного сообщества (или за мнение москвичей, или за мнение промышленников, или за «истину в последней инстанции») и т.п., стремясь подтвердить этим излагаемые в своих материалах собственные мысли и умозаключения.

Делая экспертное экспресс-исследование качественного или качественно-количественного характера, должны соблюдаться некоторые правила. Так считается, что при опросе экспертов их достаточное количество должно быть не менее 20 человек¹. Это — при гомогенной группе, для того, чтобы получить некоторое объективное экспертное мнение. Однако для корректности, нам нужны 20 именно однопорядковых, одноуровневых человек-экспертов.

¹ Принципы определения объемов выборки с той или иной допустимой ошибкой, а также величины допустимой ошибки выборки описаны в работах В.И. Паниотто. См. например, Паниотто В.И., Максименко В.С. Количественные методы социологических исследований. — М., 1983.

Если, например, нам надо набрать 20 экспертов таких, чтобы они были (а) все политологи и (б) все «левые». Если это (а) политологи и (б) «правые», то следует пригласить еще 20 человек. Если это экономисты, то они должны также быть (а) «левые» и (б) «правые», то еще 40 человек и т.д. То есть с учетом методической корректности необходимо, как минимум, около 150–200 человек. В этом случае появляется возможность охватить какое-то интересующее нас событие сразу с разных сторон: как профессиональных (как его оценивают политологи, социологи, предприниматели, экономисты, обыватели, ...), так и политического спектра (его оценка «правыми», «левыми», «центристами», ...). Заметим, что приведенным перечнем все возможные признаки отбора экспертов не исчерпываются.

Тогда появляется возможность в итоговых исходящих материалах отразить некое произошедшее событие объемно, т.е. как с нескольких профессиональных точек зрения, так и с нескольких политических. И это будет обеспечено за счет освещения его несколькими группами экспертов, однородными внутри себя по формальным признакам. Значит, у нас должны быть сформированы группы экспертов, к примеру: политиков, директоров, экономистов, политологов, т.е. 4 группы. Эти 4 группы умножаем, как минимум, на 2, поскольку есть «правые» и есть «левые». Получается уже 8 групп. Если каждая группа по 20 человек, то надо опрашивать на каждый информационный повод по 160 человек – экспертов, разбитых по разным группам.

Тезис 4. Об особенностях инструментария. Если произошло какое-то событие, то у нас должна быть заранее разработана четкая (стандартная на все информационные поводы) заготовка инструментария. Это нужно для того, чтобы иметь возможность под любой информационный повод мгновенно сделать анкету (опорный вопросник для реального опроса экспертов) не более чем на 5–6 вопросов, несущих информацию по 3–5 «скелетным» пунктам-блокам (блокам, посредством которых мы предполагаем описать информационный повод).

Одновременно со стандартной базовой заготовкой инструментария должна быть разработана формальная процедура обработки.

Особо следует подчеркнуть, что это должна быть заготовка анкеты достаточно общего характера с тем, чтобы она подходила для любых событий. Схему его дальнейшего использования можно пояснить на следующем примере.

Допустим, случилось событие – цунами, революция в Германии, дефолт в Зимбабве, реанимация завода «АЗЛК» и т.д. Руководитель проекта дает команду – отследить, как на него реагируют: общественное мнение, олигархи, экономика, климат, наркобароны Колумбии и проч.

Мы берем «скелет» анкеты, состоящей из 3–5 стандартных пунктов, условно – А, В, С, D, E. Затем аналитики, занятые в этом проекте, тут же кладут это событие в рамки уже заранее разработанных 3–5 «скелетных» пунктов. В первом приближении это могут быть такие пункты: 1. Вы ожидали это событие? 2. Как оно повлияет на «это»? 3. Как оно повлияет на «то»? 4. Будет ли иметь последствия и какие? 5. Почему?

На основе этих или подобных им пунктов сразу же делается соответствующая анкета под данное событие. После чего анкета попадает в отдел организации (он же отдел опроса); или к ответственному за организацию, который организует опрос экспертов. Если мы решили, что опрашиваем 160 экспертов, то на нас (в отделе организации) должны работать 32–35 интервьюеров, находящихся или же не находящихся в штате нашей организации (160 экспертов разделить на 5 экспертов = 32 интервьюера и трое резервных). При этом, за каждым интервьюером должно быть закреплено по 5 человек-экспертов. С каждым из интервьюеров его эксперты должны к моменту первого опроса уже познакомиться; интервьюеры и эксперты должны друг друга знать и т.д. Подчеркнем, что эксперты должны быть «своими» для каждого интервьюера, лично с ним знакомыми. Что это значит? Этим интервьюерам дается следующее задание: «Вы будете работать именно с данными экспертами. С ними уже была достигнута предварительная договоренность. Ваша первая задача состоит в том, чтобы с ними познакомиться лично». Интервьюер договаривается о встрече, едет, знакомится, условно говоря, «пьет чай» с каждым из «своих» экспертов. В итоге – каждый из пятерых экспертов должен знать, что в случае какого-то события от данной исследовательской организации ему позвонит только конкретный интервьюер «Лена» (а другим – только «Маша» и т.д.), и что он должен будет ответить на несколько ее вопросов по стандартной, формальной анкете быстро, кратко и четко. Более того, его можно заранее ознакомить с той «скелетной» схемой, по которой его предполагается опрашивать в дальнейшем. Это повысит вероятность того, что при опросе эксперты не будут выдумывать ответы «на ходу».

Затем каждый интервьюер (каждая «Лена-Маша») должен по результатам проведенного по соответствующей анкете опроса данного эксперта полученные результаты формализовано поместить на магнитный носитель. И сразу же по окончании опроса и формализованного ввода, не более чем через 50 минут (на каждого эксперта не более 10 минут), этот интервьюер (как и все остальные) должен по e-mail переслать введенные данные в Центр (отдел организации или отдел аналитики). В Центре, по соответствующему присвоенному коду, сведения попадают в свою двадцатку экспертов, например «политологи-левые».

Затем они тут же — что очень важно для технологии — должны разбиваться по вопросам (блокам А, В, С, D, E), т.е. пишущий итоговый материал, аналитик не смотрит отдельную анкету. Он рассматривает отдельный вопрос.

Это должно выглядеть примерно так: «по первому вопросу данные 20 экспертов сказали следующее: 1-й эксперт ..., 2-й эксперт ... и т.д.». Это позволит аналитику видеть сразу тенденцию по всем 20 «левым» экспертам, по всем 20 «правым» и т.д. (или отсутствие какой-либо тенденции). Каждый из аналитиков, анализируя один свой вопрос (два вопроса), сосредоточен только на нем (этот вопрос оказывается повторенным на его экране: 20 x n раз, где n — количество групп экспертов по 20 человек).

При таком технологичном подходе к решению поставленной задачи, можно в течение часа-двух осуществить «квазинаучный» замер реакции на какое-то событие, произошедшее час-два назад. За счет чего это достигается:

- оперативность — сразу же опрашивается 160 человек (точнее такое количество, которое методически необходимо для того, чтобы получить обоснованную и неслучайную информацию);
- обоснованность данных — опрашивается 160 человек, не тех, которых «дома застали», а тех, которые могут что-то сказать по существу;
- сопоставимость профессиональных точек зрения — эксперты сразу же разбиваются на профессиональные группы;
- учет политической ориентации и других значимых, релевантных признаков экспертов — практически сразу становится понятно, как отреагируют «левые» и «правые», «либералы», «демократы», «консерваторы», «патриоты», «руководители», «чиновники» и т.п.

Заключение

Для того, чтобы «запустить» такой проект в режиме постоянного отслеживания реакции на информационные поводы, необходим довольно большой объем административного ресурса. Если же просто опрашивать каких-то экспертов, то, скорее всего, мы получим просто так называемый «белый шум» (когда сила искомого сигнала не превышает силы возникающих помех). Представьте себе такую ситуацию: допустим, мы получили сведения от экспертов, один из которых политолог, другой — экономист, третий — физик, ставший год назад социологом, четвертый — не в духе (проблемы в семье). Случайно привнесенные в ситуацию их опроса факторы при столь малом количестве экспертов не смогут взаимопогаситься, пусть даже каждый из них будет асом в своей области. Конечно что-то мы получим, но какова бу-

дет ценность этих сведений? Для запуска соответствующего материала в СМИ, наверное, этого будет достаточно, но для решения более серьезных задач качество такой информации сомнительно.

И, по-видимому, самая главная проблема, которую необходимо будет решить, — это найти сегодня в России регулярного (кроме СМИ) и при этом серьезного заказчика на информацию оценочно-прогнозного характера, отличающуюся высокой точностью, производимую такой социологической «машиной». Для научно-аналитической работы она не нужна, потому что в этом случае принципиально не важно, когда будут получены результаты — через 2 часа, через 2 дня или через 2 месяца. Однако если такую «машину» по сбору информации удастся создать, это будет если не новое, то весомое и серьезное слово как в прикладной социологии, так и в деле внедрения относительно недорогих технологий информационного обслуживания власти, бизнеса и СМИ.

С одной стороны, это будет опрос экспертов, позволяющий достичь довольно серьезной глубины освещения затронутых тем, добиться получения мнений от людей, обладающих действительной подготовленностью в своей области. То есть они дадут действительно экспертное мнение. С другой стороны, это, все-таки, будет количественный опрос. Поскольку будет опрашиваться большое число экспертов, — более 100 человек (а при необходимости и наличии большего временного ресурса возможно опросить и 500—1000 человек в сжатые сроки) — получаемую информацию можно будет подвергать процедурам статистической обработки, выявляя скрытые закономерности и строя математические модели.

В профессиональном плане эксперты должны быть структурированы по ряду определенных оснований, например:

- 1 — по территории (регионы);
- 2 — отрасли (добывающие, перерабатывающие, торговля и услуги и т.п., или — в соответствии с традиционной классификацией отраслей: лесная, горнодобывающая, строительство, торговля, транспорт и т.п., или — промышленность, строительство, услуги, культура, силовые и т.п.);
- 3 — должностной ранг экспертов (высший управленческий уровень, средний, нижний);
- 4 — сфера деятельности в рамках конкретной отрасли (производитель, дистрибьютор, корпоративный потребитель производимой продукции, частный или же конечный потребитель);
- 5 — производственники, политики (от исполнительной власти, от законодательной власти, от судебной власти), эксперты (экономисты, политологи, социологи, юристы и т.д.);
- 6 — федеральный уровень, региональный уровень, муниципальный уровень.

А. М. Мурашов,
доцент Российской Академии предпринимательства

Институциональные аспекты современного образования

Еще В.И. Вернадский писал: «Проблемы, которыми занимаются исследователи, все чаще не укладываются в рамки отдельной определенной сложившейся науки, мы специализируемся не по наукам, а по проблемам». Именно решение, как сейчас любят говорить, конкретных задач послужило причиной появления данной статьи. Часто ведь даже простейшие действия требуют достаточно обстоятельных объяснений. В системы высшего образования в основном превалируют нелинейные горизонтальные функциональные связи, однако необходимы и элементы структурно-иерархического управления. Как соединить усилия по всем направлениям? Как добиться сознательности действий всех акторов образовательного процесса?

Автору довольно часто приходилось сталкиваться с тем, что рассказ об одном и том же событии в исполнении его участников отличался весьма значительно. Иногда, при сопоставлении подобных историй, даже возникал вопрос: действительно ли об одном и том же событии идет речь? Впрочем, одно дело свое виденье, совсем другое — воплощение его в поступках, потому, что именно в подобных случаях обычно и требуется административное вмешательство. Причем, как показывает практика, ни одна из конфликтующих сторон на самом деле в нем не заинтересована. Во всяком случае, для внешнего исчерпания спорного момента, как правило, бывает достаточно предложить сторонам его формализовать. Обычно этого хватает для прекращения жалоб. Причины этого трудно выяснимы, но явление, безусловно, имеет место быть.

Учебный процесс в общественном сознании неизменно сводится к взаимодействию студентов и преподавателей. И, следует признать, предпосылки для этого есть. Ведь все, происходящее вокруг собственно процедуры обучения, воспринимается и студентами и даже, в определенной степени, преподавателями, как условия, причем условия внешние, то есть, как совокупность факторов, характеризующих опосредованное влияние среды на их жизнь и деятельность, при этом как своего рода данность.

Почему так происходит? На наш взгляд, истоки этого явления следует искать в изначально патерналистской ориентированности всей системы российского образования, когда воспитатель — учитель — преподаватель и, тем более, администратор, преподносится и воспринимается в качестве инфернального ретранслятора некоей высшей целесообразности, зачастую непонятной ему самому, но изначально подсознательно признаваемой верными всеми участниками образовательного процесса.

Причем, если устремления и чаяния студентов знакомы практически всем, обучавшимся ранее и обучающимся ныне в высшей школе, а опыт преподавателей в той или иной мере передан в их научных трудах, то чем руководствуются в своих действиях представители администраций, остается неизвестным не только широкой общественности, но и непосредственно студентам и преподавателям большинства высших учебных заведений.

Более того, как показывает практика, иногда и сами модераторы учебного процесса не в состоянии объяснить другим его участникам смысла тех или иных своих действий и ограничиваются тем, что в определенных случаях лишь ссылаются на другой уровень административной иерархии и считают, что одного этого вполне достаточно.

Образовательные институт — одни из основных агентов процессов социализации и духовного воспроизводства. Современная концепция социального института представляет собой своеобразный результат синтеза различных гуманитарных теорий и подходов. Само понятие «социальный институт» (от лат. institutum — учреждение, установление) впервые было применено в юриспруденции, где его использовали для обозначения отдельного комплекса норм права, регулирующих определенную группу общественных отношений одного порядка. В социологической литературе термин «институт» стал использоваться со времени становления социологии как науки и получил наибольшее распространение в связи с применением институционального анализа общественных явлений и процессов.

До сего дня понятие «социальный институт» в научной литературе не имеет однозначного определения, соответственно, в работах различных ученых можно найти множество интерпретаций данного понятия.

Видимо, целесообразно исходить из того, что социальные институты существуют для выполнения основных задач общества, помогая обеспечить его членам защиту и предложить им удовлетворяющий их образ жизни.

Объединяющим фактором многих определений социального института выступает указание на то, что он представляет собой некое формообразование, которое, с одной стороны, устойчиво, с другой — исторически изменчиво. При этом оно призвано организовывать и регулировать деятельность людей и, складывающиеся в процессах взаимодействия, социальные связи. Социальные институты, являясь элементами организационной структуры общества, выступают специфическими механизмами организации и управления процессами общественной жизни людей, обеспечивая тем самым стабильность общественной системы и дальнейшее ее развитие. Они в качестве регуляторов процессов взаимодействия и взаимосвязей людей призваны способствовать удовлетворению их материальных и духовных, личных и общественных потребностей в конкретной исторической обстановке.

Именно социальные институты, по мнению большинства социологов, обеспечивают гарантии устойчивости, постоянства отношений между людьми, выстраивая устойчивую структуру разнообразных форм коллективной жизни.

Родословную институциональный анализ ведет от основоположников социологии — Огюста Конта и Герберта Спенсера¹. Хотя в их работах отсутствует определение социального института, они рассматривают жизнь общества сквозь призму особых форм социальной организации, которые в дальнейшем и были названы социальными институтами. Для основоположников социологии основное предназначение социальных институтов состоит в поддержании общественного равновесия и в регулировании процессов функционирования социальных общностей.

Для Э. Дюркгейма социология означала науку институтов, понятия «институт» и «институционализация» стали центральными в кон-

цептуальной модели общества, разработанной Т. Парсонсом, польский социолог Ян Щепаньский определяет социальные институты как «системы учреждений, в которых определенные люди, избранные членами групп, получают полномочия для выполнения определенных и безличных функций ради удовлетворения существующих индивидуальных и общественных потребностей и ради регулирования поведения других членов групп»¹.

В российской социологической литературе до начала 70-х годов XX столетия термин «социальный институт» практически отсутствовал, но с новым этапом развития общества и науки институциональный анализ получил свое развитие.

В энциклопедическом социологическом словаре фигурирует следующее определение: «социальные институты - относительно устойчивые типы и формы социальной практики, посредством которых организуется общественная жизнь, обеспечивается устойчивость связей и отношений в рамках социальной организации общества»².

Классификация социальных институтов произвольна и своеобразна, но образование в любой трактовке и интерпретации выступает как один из «главных» институтов общества.

Практическая деятельность автора позволила ему взглянуть на учебный процесс с точки зрения всех основных участников: студента, преподавателя, администратора.

Так что данная статья — попытка вывести своего рода результирующую современного образовательного процесса в том виде, в котором она складывается на внутривузовском уровне в современных условиях.

Приближаясь к месту проведения занятий, каждый участник, в первую очередь, видит здание, в котором они будут происходить. Можно изучить поэтажный план данного строения, выяснить, сколько квадратных метров придется на одного обучающегося в ходе проведения занятий и даже ознакомиться с планом эвакуации из него на случай возникновения чрезвычайной ситуации. Но много ли это даст с точки зрения постижения сути исследуемого процесса?

Сооружение неизменно будет восприниматься лишь как внешняя оболочка чего-то единого, целого, происходящего внутри. Содержание — вот то, что является определяющей стороной происходящего, а оно не существует без отношений.

¹ Глотов М.Б. Социальный институт: определение, строение, классификация // Социологические исследования. 2003. № 10.

¹ Щепаньский Я. Элементарные понятия социологии. М., 1969. С. 96–97.

² Энциклопедический социологический словарь / Под ред. Осипова Г.В. М.: ИСПИ РАН, 1995.

Отношения же — это не только связь между участниками, возникающая при общении и непосредственных контактах, но и, в принципе, взаимосвязь разных величин, предметов и действий, применяемых и могущих быть примененными именно в исследуемом процессе.

Так что, вольно или невольно, но всякий участник, при личной оценке происходящего, обязательно учтет то, что будет характеризовать имеющее место «внутри»: и интерьеры, с бытовыми подробностями, и отношения с сокурсниками, преподавателями, коллегами и своей интерес либо его полное отсутствие к собственно наполнению занятий.

Внешние же выражения содержания, очертания, наружный вид, контуры определяют лишь форму, каковая, как нечто «наружное», часто и вовсе не воспринимается в качестве параметра, подлежащего личной оценке, а ответственность за ее состояние и функционирование проще переадресовать кому-нибудь другому, да, например, хоть той же администрации.

Так что дилемма, постоянно решаемая последней: что важнее — создание условий и (или) культивирование отношений?

С проблемами такого рода еще раньше столкнулись в медицине: со второй половины XX века начинают разрабатываться и внедряться новые модели взаимоотношения врача и пациента. Классический патернализм уступает место иной модели взаимоотношения «врач—пациент», которая получила название «информированное согласие». «В соответствии с ней (моделью — А.М.) от врача требуется предоставление больному всей существенной информации, касающейся заболевания. В задачи пациента входит выбор медицинского вмешательства по своему усмотрению, на врача возлагается обязанность лишь осуществить выбранное лечение,» — утверждают Е. Эсмундуэл и Л. Эсмундуэл (США). В границах данной модели четко разграничиваются объективные факты и пожелания больного. При этом врач меняет роль «отца» на роль или консультанта, или советчика, или компетентного эксперта-профессионала. Но роль «отца», исполняемая врачом, включала не столько физиологический, сколько «метафизический», моральный смысл. С этим в значительной степени связаны и знакомые больным облегчения состояния при одном лишь появлении врача, и фактор надежды и доверия больного врачу как одного из условий излечения. Соответственно, дискредитация и отказ от патернализма способны не только выхолостить морально-нравственные отношения в медицине, но могут повредить пациенту, врачу и вообще дискредитировать профессиональную составляющую процесса¹.

¹ Силуянова И.В. «Патернализм» и «информированное согласие»: этическое и правовое регулирование отношений «врач-пациент», it-medical.ru

Кроме того, формальная регламентация отношений уже сама по себе, зачастую, закладывает основу для их разрушения, не говоря уже о том, что создается питательная среда для возникновения и процветания механизмов посредничества, в большинстве случаев неформальных и, соответственно, ни перед кем не подотчетных. Помимо прочего, размывается собственно статус преподавателя: кто он теперь — учитель, инструктор, консультант, или тот, кто должен совмещать все три эти функции? Соответственно, возникает вопрос об оценке такого труда и о возможностях уже существующих преподавателей выступать в том или ином качестве.

Ну, и, наконец, создаются экономические предпосылки для культивирования псевдодеятельности: ведь исключать неуспевающих где-то даже бесчеловечно, ну а если их пребывание «в стенах» еще и оплачивается.

По-видимому, для адекватного ответа на поднятые вопросы, нужен несколько иной статус структур, реализующих программы высшего профессионального образования. А ведь мы даже толком не знаем организации это, учреждения или институты.

Если судить из названия: высшее учебное заведение — учреждение, занимающееся обучением и воспитанием, дающее образование.

Если исходить из рода деятельности — организации, причем воплощаемые не только в качестве субъектов собственно экономической жизни. Но и как объединения людей, совместно реализующих программы и действующих на основе определенных правил и процедур, включающие, в свою очередь, и совокупность процессов или действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей между частями целого¹.

Если исходить из назначения — институты, то есть показатели, которые формируют стабильные образцы поведения в социальной сфере.

Различают три вида институтов:

1. Системы принятия решений.
2. Нормы, традиции, обычаи и иные правила поведения.
3. Организации.

И, если в качестве организации, высшие учебные заведения могут самостоятельно разрабатывать свои правила поведения и санкции, устанавливают определенные договорные правила путем заключения частных договоров, действующих в рамках государственного законо-

¹ Советский энциклопедический словарь / Под. ред. Прохоров А.М. и др. Советская энциклопедия, 1985. С. 931.

дательства, они, тем не менее, во многом зависят от социальных правил, вырабатываемых на первых двух уровнях¹. Более того, как институты социальной адаптации, они участвуют или, во всяком случае, должны участвовать и в их формировании.

«Формирование того или иного образа жизни внутри какой-либо общности может быть результатом распространения определенного индивидуального или группового стиля поведения и общения, который впоследствии закрепляется традициями, обычаями и социальными институтами, расширяется в виде образцов поведения и форм общения до уровня традиционного образа жизни той или иной общественной группы, общества в целом» (Б.Б. Прохоров).

Таким образом, современное высшее учебное заведение — автономный институт экономической, социально-правовой и культурной деятельности, играющий заметную роль в постиндустриальном обществе.

Но общественные потребности в неустоявшихся социальных структурах зачастую весьма противоречивы.

Так, например, частная собственность в нашем обществе за очень короткий исторический интервал прошла путь от уголовно наказуемого деяния до чуть ли не святыни.

До того, как определять соответствие, нужно иметь эталон для сравнения. Ибо при его отсутствии дальнейшие процедуры делаются бессмысленны. Попытки привить к елке кактус на том исключительно основании, что оба растения колючи, выглядят достаточно странно только в глазах людей образованных.

Так, в нашей транскрипции общественных установок, забота о человеке, пусть и имеющая формальный характер, навязывается ему чуть ли не принудительно, подразумевая вполне определенные ответные действия, но при этом его самого уверяют, что он имеет полное право поступать так, как ему только заблагорассудится. А когда он решает именно так и поступить, ему выражают свое глубокое прочувственное негодование, отбивая охоту от самостоятельных действий.

«Глубокие трансформации, которые испытывали или испытывают современные общества, требуют соответствующих трансформаций в сфере национального воспитания. Но хотя мы хорошо понимаем, что изменения необходимы, мы плохо знаем, какими они должны

быть. Каковы бы ни были убеждения отдельных индивидов или партий, общественное мнение продолжает пребывать в состоянии нерешительности и беспокойства. Поэтому мы не можем решать педагогическую проблему так же безмятежно, как люди XVII в. речь теперь идет не о том, чтобы пускать в ход уже усвоенные идеи, а о том, чтобы найти идеи, которые бы нас направляли»¹.

Отсутствие инициативы приводит к неспособности получить жизненно необходимую информацию, а леность мысли способствует культивированию невежества в качестве образа жизни.

Назначение образования — приобретение не только знаний, но и ценностей. Отсюда и неизбежное желание ввести оценочную категорию в процесс познания, формулирующее в постановке вопроса: «Это, безусловно, правильно, но хорошо ли это?»

Однако, противоречивость системных установок и нарушения технологических циклов приводят к разбалансировке сознания.

И вот результат: люди не понимают, в чем, собственно говоря, суть дела, но уже точно «заранее» знают хорошо это или плохо. И наоборот.

«Социальная функция образования заключается в подготовке индивида к той роли, которую он в последствии будет играть в обществе, т.е. эта функция состоит в том, чтобы формировать его характер, стремясь приблизить его к социальному так, чтобы желания индивида совпадали с требованиями его социальной роли»².

Для обоснования устойчивого развития необходимы не только дополнительные исследования взаимосвязей и детальный анализ условий, приводящих к негативным последствиям, но и надежные методы реализации позитивных нововведений.

Достижение этих целей в значительной степени зависит от изменения сознания, требует институциональных инноваций. И здесь необходимо учитывать ту роль, которую играют и должны играть высшие учебные заведения.

¹ Сергиенко О.И. Экономика природопользования. Ростов н/Д: Феникс, 2004. С. 81, 82.

¹ Дюркгейм Э. Педагогика и социология. С. 263.

² Фромм Э. Характер и социальный процесс // Психология личности. Тексты. М., 1982. С. 52

Е. А. Степин,
профессор Российской Академии предпринимательства

Об усилении теоретического аспекта экономического образования в современных условиях

Прошедшие 15 лет реформирования нашей страны продемонстрировали необходимость и важность происходящих преобразований общества и постоянно растущий интерес к проблемам его экономического развития. Свидетельством этого является устойчивый рост потребности в квалифицированных специалистах экономического профиля.

Современные экономические исследования требуют появления специалистов, обладающих новыми высокими профессиональными качествами, позволяющими проводить объективный экономический анализ. Это, в свою очередь, предъявляет повышенные требования к их подготовке в рамках высшей школы. И дело здесь не только и не столько в профессорско-преподавательском составе. Российская высшая школа в настоящее время обладает необходимым количеством высокопрофессиональных кадров. Более актуальным, на наш взгляд, является проведение анализа существующих экономических дисциплин с точки зрения их соответствия современным методическим и методологическим требованиям. В настоящей статье методическая сторона преподавания не входит в предмет дальнейшего рассмотрения. Тем более, что данная сторона вопроса регламентируется недавно подписанной нашей страной Болонской Конвенцией.

Возросшие требования к содержанию курсов экономических дисциплин и повышению качества их преподавания зависят от решения двух взаимосвязанных и взаимозависимых проблем. Во-первых, это определение необходимых требований к тематическому отбору эко-

номических дисциплин и их содержанию. И во-вторых, это определение методологической базы исследования.

Прежде всего следует оценить содержание экономических дисциплин с позиций их методологической значимости. Теоретические аспекты экономического образования наиболее полно представлены такими дисциплинами как «Экономическая теория», «История экономических учений», «Национальная экономика», «Институциональная экономика», «Экономика России». Не умаляя значения и роли других экономических дисциплин в профессиональной подготовке студентов и слушателей, следует признать, в данном контексте, прикладной характер не названных здесь экономических дисциплин.

Фундаментальной и самой объемной экономической дисциплиной является «Экономическая теория». Ей, вполне законно, принадлежит основное место в теоретической подготовке. Однако, несмотря на всеобщее признание значимости данной теоретической дисциплины, следует отметить ее методологическую замкнутость.

Экономическая теория как учебная дисциплина носит генерализированный, обобщающий характер. С ее помощью можно выявить наиболее общие, скорее универсальные признаки рыночной системы независимо от их страновой, национальной принадлежности. Так, экономики Зимбабве, Индии и США по международной классификации являются рыночными экономиками и все общие черты, свойственные рыночной экономике, присущи каждой из этих стран. Вместе с тем, существенные экономические и социокультурные различия упомянутых стран очевидны и не нуждаются в дополнительных доказательствах. Так в чем же дело? Чтобы дать ответ на этот вопрос недостаточно сравнения чисто количественных статистических данных экономического развития этих стран. Очевидно, что показатели объема ВВП, темпов его роста и другие макроэкономические показатели дают возможность ранжировать данные страны и определить их рейтинг в мировой экономике. Однако качественный анализ данных отличий, дающих представление о причинах современного состояния экономик этих стран и дальнейших путях экономического роста, невозможен без более углубленных исследований. При этом такой анализ нужен не только в чисто познавательных целях, он дает возможность определить и предвидеть перспективы дальнейшего развития экономик стран. Именно это представляется наиболее важной целью и важным итогом экономических макроэкономических исследований. В этих условиях, крайне важным является тот факт, с каких позиций будет проводиться экономический анализ, т.е. определение его методологической базы.

Рассматривая существующий в системе высшего экономического образования тематический отбор экономических дисциплин, следует отметить, что, к сожалению, при подготовке ряда специальностей в большинстве экономических вузов страны, согласно утвержденной Министерством образования Программы, дисциплина «История экономических учений» выведена за рамки самостоятельного предмета. К слову, в советский период этот предмет, не безосновательно, считался обязательным при подготовке всех экономических специальностей. Нельзя сказать, что вопросы истории экономических учений полностью исчезли из преподавания в экономических вузах. Однако, эта дисциплина, потеряв статус самостоятельного предмета, переведена в разряд раздела Программы курса «Экономическая теория». Как правило, на изучение вопросов «Истории экономических учений» не хватает учебного времени и освещение данных вопросов нередко происходит формализовано.

Бесспорно, что как преподавание курса «История экономических учений», так и его усвоение студентами представляет собой достаточно сложный процесс. На наш взгляд, данную учебную дисциплину необходимо вводить на втором или последующих курсах обучения, когда у слушателей уже имеется определенная систематизированная сумма теоретических знаний.

Сложность усвоения студентами материала данного курса может быть компенсирована за счет биографических подробностей авторов экономических теорий и школ. Существенным преимуществом курса «История экономических учений», представленным самостоятельным предметом, а не являющимся просто разделом курса «Экономическая теория», являлась возможность в ходе его изложения останавливаться на биографических деталях создателей рассматриваемых экономических течений. Коллеги-преподаватели безусловно поймут, о чем идет речь.

Все эти подробности не только интересны сами по себе. Биографические подробности дают возможность более точно и объективно представить ту историческую обстановку, тот политический климат и национальные особенности, в которых и происходило рождение данных экономических воззрений. Все это способствует более эффективному усвоению материала курса и дает возможность понять ту общую нить, которая связывает воедино всю школы и концепции экономической теории. Ведь по сути, каждая экономическая школа или концепция представляет собой попытку объяснения существующего на данном историческом отрезке времени экономического порядка, решения возникших конкретных экономических проблем и определение возможных путей дальнейшего эффективного развития экономи-

ки. Именно эти исторические особенности и позволяют ощутить, почему автор той или иной экономической теории пришел именно к таким выводам и результатам. Глупо упрекать Аристотеля за его высказывание — «Раб — это говорящее орудие труда», так как его жизнь прошла в период рабовладения, в котором никто, за исключением, конечно, рабов, ничего плохого в данном определении не видел. Впрочем, вряд ли рабы были знакомы с сочинениями Аристотеля.

Еще более несправедливо упрекать К. Маркса в русофобии за его оценку России как варварской страны, данной им в одном из писем. Одно время цитаты из этого письма широко распространялись нашими средствами массовой информации. Но ведь эти письма были написаны в 1850—1860 годах, то есть до отмены крепостного права в 1861 году, которое называли варварством все прогрессивные отечественные мыслители. Тогда уж, следуя журналистской логике, к русофобам следует причислить Лермонтова с его «Прощай немытая Россия — страна рабов, страна господ», или Пушкина с его «Здесь барство дикое без права, без закона присвоило себе насильственной лозой и труд, и собственность, и время земледельца...».

Список таких цитат можно продолжить. Но суть не в этом. В приведенных примерах наглядно видно, как вырванная из конкретной исторической обстановки цитата может повлиять на отношение к автору, а через это отношение и к его теоретическим воззрениям или концепции. Человек, не знакомый со сложившимся в Европе стереотипом отношения к России и всему русскому, немедленно с подозрением отнесется как к самому автору, жившему в тот момент в европейских странах и разделявшему существовавшие тогда заблуждения и стереотипы, так и к его теории.

Зададимся вопросами: — А разве современный стереотип отношений европейцев и американцев к России в настоящее время так уж далек от стереотипа XIX века? Разве в настоящее время на Западе не распространено мнение об агрессивности России, о ее стремлении подчинить себе весь мир? Разве так уж редки случаи восприятия России как варварской страны с гуляющими по улицам городов медведями?

При изучении курса «История экономических учений» очень часто приходит на ум известная истина о том, что «новое — это хорошо забытое старое». Приведу небольшой пример.

Всем экономистам известно такое направление экономической мысли как меркантилизм, существовавшее в XVI—XVII вв. Все сходятся в одном — это направление является первым экономическим учением. Его суть в том, что нация тем богаче, чем больше золота и серебра она имеет. Это накопление происходит в процессе развития внешней тор-

говли или благодаря возрастающей добыче благородных металлов. Следовательно, производительным является труд только в данных областях. Отсюда меркантилистами был сделан вывод о необходимости развития тех направлений экономической политики, которые обеспечивали бы приток в страну золота и серебра. А именно: увеличение производства товаров для экспорта, активный протекционизм, поддержка экспансии торгового капитала, в частности, поощрение создания монопольных торговых компаний, развитие мореплавания и флота, захват колоний, резкое повышение налогового обложения для финансирования всех этих мероприятий.

Если внимательно проанализировать мероприятия российского правительства за последние пятнадцать лет и сопоставить их с политикой меркантилистов, то поражает их сходство, с той лишь поправкой, что в XVI веке заботились о развитии таких транспортных средств как флот, а в XXI веке, когда существует газопровод, все заботы сосредоточены на развитии именно этого транспортного средства.

Аналогичный подход мы наблюдаем в современных условиях развития нашей экономики, о чем свидетельствует возрастающая информация в российской прессе о постоянном увеличении золотовалютных резервов ЦБ России. Автор настоящей статьи не выступает против растущего золотовалютного запаса нашей страны. Однако это событие следует рассматривать в экономическом смысле только как определенную страховку от непредвиденных отрицательных обстоятельств, возможных в нашей экономике, и ничего более.

Меркантилизм был подвергнут критике четыре века назад и его политика не оправдала себя уже в XVIII веке. Зачем же наше Правительство использует в XXI веке методы и инструменты издержавшей себя экономической политики?

Другая немаловажная проблема заключается в том, что многие студенты, да и некоторые преподаватели часто не знают наиболее ярких представителей современной экономической мысли. Каждый год ученые, проявившие себя в сфере экономики своими достижениями, награждаются Нобелевской премией. Если имена лауреатов и знакомы, то их экономические заслуги перед наукой известны лишь немногим отечественным экономистам, да и то только тем, кто специализируется в данной отрасли. А сейчас, как никогда, эти современные знания в области экономики необходимы нашим студентам и слушателям. Здесь снова встает вопрос о количестве учебного времени, отводимом для изучения теоретических основ экономики. Нам представляется необходимым возвращение в программу обучения экономических институтов и университетов не только курса «История экономических учений», но и курса

«Современные экономические течения» в качестве самостоятельных дисциплин. Это могло бы способствовать подготовке квалифицированных специалистов в области экономики и во многом позволило бы избежать попыток изобретения «своего российского велосипеда».

К сожалению, в настоящее время на фоне отсутствия серьезных отечественных экономических школ, в российской экономической науке попытки изобретения такого «велосипеда» встречаются весьма часто. Так, в одной из кандидатских диссертаций, автор настоящей статьи к своему удивлению прочитал, что новизна работы соискателя заключается в определении воздействия на совокупный спрос макроэкономических эффектов. До недавнего времени считалось, что это воздействие уже определено такими авторами как Кейнс, Пигу, Манделл, Флеминг. Более того, эти эффекты и существуют в макроэкономике под именами этих авторов. Но оказывается, что эти эффекты «открыты» аспирантом 2007 года. Подобные интересные «открытия» становятся возможными благодаря отсутствию серьезной теоретической подготовки студентов и аспирантов.

Появившийся вместо «Истории экономических учений» новый курс «История предпринимательства» является безусловно нужным и интересным. Но данная замена не представляется равноценной, так как предмет «История предпринимательства» не в состоянии дать всей совокупности необходимых теоретических знаний о сущности и различиях, существовавших и существующих экономических школ и направлений.

Вместе с тем, необходимость рассмотрения различных течений и концепций экономической мысли заставляет преподавателей использовать материал данного курса, включая его в другие предметы. Так, убедительное объяснение монетаризма и его сущности невозможно без хотя бы краткого, а отсюда и поверхностного, анализа классической буржуазной политической экономии. В результате, в ходе изложения курса «Экономическая теория» приходится возвращаться к этому мощному пласту экономической мысли, являющемуся, по глубокому убеждению автора данной статьи, настоящим методологическим фундаментом всех последующих экономических концепций и школ. Но при этом никто не отменял количество учебных часов в программе читаемого курса «Экономическая теория», которых явно недостаточно для качественного рассмотрения макро- и микроэкономики.

Отбор тематического содержания дисциплин, входящих в теоретический экономический блок, или модуль, самым непосредственным образом связан с определением методологической базы исследований.

В советской экономической науке непременным атрибутом любой экономической работы или публикации было определение мето-

дологической базы исследования. В силу особенностей политического развития нашей страны в этот период методология не могла быть ничем иным кроме марксистско-ленинской.

Современное определение методологии исследования в большинстве случаев, к сожалению, выражено невнятно. В диссертационных исследованиях или публикациях в качестве методологической базы указывается, как правило, значительный перечень экономических работ, авторы которых принадлежат к представителям различных экономических школ или концепций. В этом случае, методологическая база исследований зачастую понимается авторами научных исследований как некая совокупность методов, присущих зачастую различным, иногда прямо противоположным, экономическим концепциям. Или наоборот, концепция, являющаяся продолжением и развитием какой-либо экономической школы, представляется авторами как нечто новое, имеющее оригинальные корни. Так например, монетаризм нередко представляется как самостоятельное оригинальное направление, между тем общеизвестно, что это лишь определенный способ регулирования экономики, основанный на постулатах классической буржуазной политической экономии, то есть, устранении государственного вмешательства в экономику и использовании государством лишь одной сферы воздействия на экономику, а именно, кредитно-денежного механизма.

Такая эклектичность не способствует чистоте исследования т.к. не дает ответ на вопрос – какой же методологией при исследовании пользовался автор?

Вместе с тем, выбор методологической базы не является формальным вопросом, каким он может казаться на первый взгляд. Этот выбор довольно четко показывает позицию автора исследований, его взгляды и научные пристрастия.

Выбор методологии экономического исследования особенно актуален для экономического сообщества в современной России. Настоящий период развития российского общества все чаще ставит перед учеными вопрос определения стратегических целей, возможных параметров того общества, к которому движется Россия. Следует отчетливо представлять, какое общество строят наши граждане. При этом необходимо объективное и беспристрастное объяснение как происходящих в России современных экономических процессов, так и недавнего нашего советского прошлого.

Подобное исследование требует институционального подхода к экономике. Дело в том, что, по мнению автора настоящей статьи, построение нового качества экономики, отличного от ранее существовав-

шего в нашей стране, невозможно без качественного преобразования всех сфер жизни общества. При этом, происходящие изменения тесно связаны с бурно протекающими процессами глобализации.

В период становления рыночной экономики в России основной упор в программе обучения студентов делался на изучение основных частей рыночного механизма, инструментов и механизмов действия рынка, с которыми не были знакомы как население страны в целом, так и экономисты, призванные работать в новых рыночных условиях. Подобный подход был оправдан и центр тяжести в обучении экономическим специальностям закономерно сместился в сторону изучения прикладных аспектов экономики.

С другой стороны, в период перехода к рыночной экономике в советской экономической науке возник определенный теоретический вакуум, образовавшийся в силу объективных причин. Одной из таких причин, характерных для советского периода, являлось неоправданное идеологическое давление на науку, причем во всех областях. В экономической науке это давление привело к тому, что практически все работы в области экономики должны были содержать критические замечания в адрес существующей рыночной системы. Несмотря на явные успехи и эффективность капиталистического рыночного хозяйства отечественные экономисты их искусственно не замечали, критикуя лишь имеющиеся недостатки. Все это привело к тому, что в период перехода к рыночной экономике экономическая наука располагала серьезным *критическим* потенциалом рыночной экономики. Однако, дать ей реальную объективную оценку не могла.

В силу этого, методологической базой исследований в тот период становится западная экономическая мысль. В процессе преподавания курса «Экономическая теория» методологической базой становятся всемирно зарекомендовавшие себя учебники «Экономикс» зарубежных авторов, либо их не всегда удачный и адекватный пересказ переводчиками и отечественными экономистами. Причем, все приведенные в этих учебниках примеры касались экономик развитых капиталистических стран. На данной методологической основе объективный анализ состояния российской экономики был весьма затруднителен. Отечественные экономисты все время наталкивались на противоречие между тем, что уже было в странах с развитыми рыночными институтами и должно было быть в нашей стране, и существующим реальным положением дел в трансформирующейся российской экономике. Это противоречие обострялось широко распространенными популистскими программами о возможности скорейшего построения рыночной экономики в России. К ним

можно отнести различные программы построения рыночной экономики за 500 дней, за год и т.д. Период «экономического романтизма» прошел достаточно быстро, однако существующий теоретический вакуум заполнить не удалось.

Но прошло время и перед нашей страной естественным образом встал вопрос, ответа на который отечественная экономическая наука избегала все прошедшие годы: Какое общество мы строим и что из себя должна представлять национальная экономика? Для ответа на этот вопрос необходимы глубокие теоретические знания и четкая определенная методология исследований. Отсутствие и того и другого делает затруднительным поиск ответа. Здесь речь идет не об отсутствии необходимой квалификации у большей части отечественных ученых-экономистов. Напротив, наличие в экономической литературе и, особенно, в современной публицистике значительного количества разнообразных гипотез и современных моделей развития России является свидетельством обратного. Здесь речь идет об определенной консолидации отечественных ученых в разработке четкой концепции дальнейшего развития национальной экономики на основе выработанной и признанной всеми отечественными школами методологической базе. Именно это и предопределяет необходимость пересмотра отношения к теоретическим аспектам изучения экономики.

Попытки увязать теоретические знания с реальными экономическими процессами, происходящими в России, нашли свое отражение в появлении учебных курсов различных новых дисциплин. Так, в учебных программах появились, последовательно сменяя друг друга, такие курсы как «Экономика переходного периода», «Теория переходной экономики», «Трансформирующаяся экономика», «Современная экономика», «Экономика России», «Институциональная экономика», «Национальная экономика».

Все вышеперечисленные учебные дисциплины ставили задачу теоретического осмысления и объяснения экономических процессов, происходящих в России. Однако, полностью решить эту задачу пока не удалось. Сложность решения данной задачи объясняется объективными причинами, среди которых наиболее существенной является высокая динамика происходящих в нашей стране процессов развития. То, что было актуальным вчера, сегодня уже не имеет такого значения по причине бурного экономического развития и происходящих качественных изменений в обществе. Поэтому процесс простой фиксации и перечисления статистических данных о современном состоянии экономики России не дает полной и реальной картины.

На наш взгляд, определенный компромисс между экономической теорией и практикой может быть достигнут в результате использования учебной дисциплины «Национальная экономика». Дело в том, что изучение той или иной теории всегда происходит на фоне исторических условий развития какой-либо определенной страны. Такой подход позволяет рассмотреть не только положительные аспекты изучаемой теории, но и её воплощение в реальной жизни. Учет отрицательных явлений, порожденных спецификой всей общественно-исторической жизни общества, позволяет избежать ошибок как при разработке экономических концепций национального развития, так и ошибок в реализации экономической политики, которая в настоящее время еще далека от совершенства.

Разработка и введение учебного курса «Национальная экономика» позволила бы студентам получить ответ на вопросы современного развития страны. Заметим, что хотя аудитории по своему составу бывают разные, однако вопросы задаются в общем одинаковые.

Данная дисциплина будет иметь успех если она аккумулирует:

Первое: определение методологии исследований, с помощью которой следует анализировать современное состояние и разрабатывать возможные результаты и последствия решений в области экономической политики.

Второе: усвоение опыта других стран поможет избежать повторения тех ошибок, которые были уже допущены в ходе социально-экономического развития.

Третье: введение в изучение экономики институционального аспекта, который позволит учитывать специфические национальные особенности развития страны и даст возможность более критически относиться к существующим рекомендациям и пожеланиям зарубежных ученых.

Четвертое: знакомство с современной экономической мыслью позволит выбирать необходимые меры и механизмы воздействия на экономику для экономического роста.

Пятое: развитие интереса к поиску собственной модели развития России, а не просто к слепому копированию современной зарубежной модели развития, не учитывающей особенности национального развития нашей страны.

Примечание. Данную статью можно рассматривать как приглашение к дискуссии.

С. А. Шапиро,

доцент кафедры Российской Академии предпринимательства, к.э.н.

Корпоративная культура фирмы как мотивационный ресурс управления персоналом

Корпоративную культуру часто называют также организационной культурой. В дальнейшем будем считать эти термины синонимами.

Организационная культура означает упорядоченную совокупность производственных, общественных и духовных достижений людей¹.

В более простом виде, организационная культура это совокупность ценностей, убеждений, отношений, общих для всех сотрудников данной организации, предопределяющих нормы их поведения².

Она может быть зафиксирована в письменном виде, например, как «Положение о корпоративной культуре» фирмы, вывешенное в каждом отделе и каждый сотрудник может быть ознакомлен с ней. Бывают случаи, когда положение о корпоративной культуре издается в виде отдельного красивого буклета и выдается каждому сотруднику, особенно тем, кто нанимается на работу в компанию. В частности, такой порядок заведен на заводах пивоваренной компании «Вена». Но в тоже время, она может и не фиксироваться ни в каких документах, а просто отражаться в сознании работников на основе поддержания традиций фирмы, договоренностей между работниками и руководством, верой в определенные коллективные идеалы и ценности.

¹ Смирнов Э.А. Теория организации. М.: ИНФРА-М, 2000. 210 с.

² Галкина Т.П. Социология управления: от группы к команде. М.: Финансы и статистика, 2004.

Организационная культура принимается и разделяется отдельными работниками и коллективом в целом безо всяких доказательств и какого-либо давления со стороны руководства фирмы на сотрудников, потому что в том или ином виде она существует в любой организации.

Организационная культура является связующим звеном в отношениях работников и групп работников в компании, позволяя выделять своих и посторонних. Это особенно сильно проявляется в период адаптации нового сотрудника в компании. Если он разделяет принципы существующей корпоративной культуры, то ему гораздо легче влиться в новый коллектив в социальном плане, а в производственном плане его деятельность будет гораздо эффективнее. Если же он находится в среде чуждой организационной культуры, то он сам будет испытывать неудовлетворенность, а его деятельность будет скована. Часто в такой ситуации люди уходят из компании уже в первые две-три недели работы, поэтому задача менеджеров по персоналу и линейных руководителей помочь ему понять и принять существующую корпоративную культуру.

Можно смело сказать, что организационная культура является частью организационного поведения. В этом качестве она может рассматриваться как процесс и как явление. В первом случае это деятельность по формированию и исполнению набора правил и норм. Во втором случае это сам набор принципов, правил, норм, зафиксированных письменно или устно и отражающих философию компании. Целью организационного поведения является стремление помочь людям более эффективно трудиться, реализуя при этом свои потребности и ожидания, а также получая удовлетворение от процесса трудовой деятельности. Другими словами цель организационного поведения сформировать правильную мотивацию к деятельности у каждого сотрудника. Для реализации данной цели необходимо сформировать определенные ценностные ориентации и установки личности и организации, путем формирования общих принципов, закономерностей, потребностей и интересов. В этом случае организационная культура является важным ресурсом, влияющим на мотивацию, а, следовательно, и на поведение работников в организации.

Организационная культура может сформироваться в результате прихода во вновь создающуюся компанию, с еще не сложившимся коллективом неформального лидера, обладающего сильным влиянием на окружающих. Ее возникновению способствует долговременная практическая деятельность, позволившая приобрести определенный опыт коллективных взаимоотношений и традиции. Большую пользу приносит также естественный отбор лучших правил, норм, и стандар-

тов предложенных коллективом и руководителем. В описанных случаях организационная культура носит неявный характер. В настоящее время большинство давно существующих компаний имеют организационную культуру такого типа.

Однако поскольку в последнее время об организационной культуре и ее влиянии на эффективность организации много говорят и пишут, то руководители и собственники различных вновь создаваемых компаний устанавливают правила и стандарты организационной культуры сами или с привлечением специалистов консалтинговых компаний. В данном случае формирование корпоративной культуры носит явный характер. В частности, к компаниям такого типа, относятся фирмы по решению своих руководителей, строящие корпоративную культуру на православных ценностях¹.

Корпоративную культуру можно определить как набор базовых ценностей, убеждений, негласных соглашений и норм, разделяемых всеми членами организации. Это своего рода система общих ценностей и предположений о том, что и как делается в фирме, которая познается менеджерами и другими сотрудниками организации, по мере того как им приходится сталкиваться с внешними и внутренними проблемами. Осознание культурных традиций позволяет новым членам организации правильно мыслить, чувствовать, понимать окружающих. Обычно выделяют три уровня корпоративной культуры, при этом каждый последующий является все менее очевидным. Самый верхний, поверхностный уровень составляют видимые объекты, артефакты культуры: манера одеваться, правила поведения, физические символы, организационные церемонии, расположение офисов. Все это можно увидеть, услышать или понять, наблюдая за поведением других членов организации.

Второй уровень — выраженные в словах и делах сотрудников организации общие ценности и убеждения, сознательно разделяемые и культивируемые членами организации, проявляющиеся в их рассказах, языке, используемых символах. Но некоторые ценности укореняются в корпоративной культуре настолько глубоко, что сотрудники просто перестают их замечать. Эти базовые, основополагающие предположения и убеждения и есть сущность корпоративной культуры. Именно они руководят поведением и решениями людей на подсознательном уровне. В некоторых организациях в качестве базисных предположений выступает допущение о врожденной неприязни лю-

дей к труду, из которого вытекает предположение о том, что они будут по возможности уклоняться от выполнения своих обязанностей. Менеджмент такой организации жестко контролирует действия работников, ограничивает степень их свободы, коллеги подозрительно относятся друг к другу. Культура более «просвещенных» организаций основывается на предположении о том, что каждый индивид стремится на высоком уровне исполнять порученные ему обязанности. В таких компаниях сотрудники обладают большей свободой и большей ответственностью, коллеги доверяют друг другу и работают сообща. Базовые предположения зачастую проистекают из основных убеждений основателя фирмы или ее первых руководителей.

Рассмотрим основные элементы корпоративной культуры.

Символы. Символ — это объект, действие или событие, имеющее смысл для окружающих. Символы, связанные с корпоративной культурой, доносят до людей важнейшие ценности организации.

Предания. Предания — это основанные на происшедших в компании реальных событиях, часто повторяемые повествования, известные всем сотрудникам организации. Обычно они выражают в неявной форме основные ценности корпоративной культуры.

Герои. Герой — человек, олицетворяющий собой дела, подвиги, характер или атрибуты корпоративной культуры, модель, образец личности, подражать которой стремятся большинство сотрудников организации.

Девизы. Девиз (он же слоган, он же лозунг) — это предложение, в котором кратко формулируется основная ценность корпоративной культуры.

Церемонии. Корпоративные церемонии — это особые плановые мероприятия, проводимые ради всех присутствующих. Церемонии проводятся для того, чтобы привести собравшимся наиболее яркие примеры выражения корпоративных ценностей. Это особые мероприятия, призванные укрепить веру работников в ценности компании, способствовать их объединению, предоставить сотрудникам возможность принять участие в важном событии, приветствовать корпоративных героев. Церемония может представлять собой вручение премии или награды. Главное — на таких церемониях подчеркивается мысль, что за хорошую работу человек получает достойную награду. Впрочем, награждение можно проводить и по-иному: отправить приз (или банковский чек) на дом сотруднику. Но в этом случае не может быть и речи об общественной значимости события, как для награждаемого работника, так и для остальных сотрудников.

¹ Соколова Н. Бизнес, построенный на вере // Свой Бизнес. 2004. № 11. С. 30.

К элементам корпоративной культуры относятся общие для сотрудников компании ценности, убеждения и нормы, которые выражаются в форме символов, преданий, девизов и церемоний и героев фирмы. Какие именно образы и объекты будут олицетворять культуру компании, определяют менеджеры.

Для современных российских менеджеров необходимо определить к какому типу корпоративной культуры относится организационная культура в их компании. Превращение России в страну с рыночной экономикой и рыночными отношениями привело к смене типов корпоративной культуры, принятых при существовавшей ранее экономической системе. Многие компании, независимо от того, работают ли они в государственном или негосударственном секторе экономики рассматривают задачу формирования корпоративной культуры как одну из важнейших, определяющих направление и успех развития бизнеса компании.

Часто претенденты, проходя собеседование при поступлении на новую работу, вместе с выяснением других вопросов, которые их интересуют, одним из первых задают вопрос о типе корпоративной культуры в данной компании. Их интересует тип управления в компании, корпоративные ценности и нормы, типы поведения и т.д. Менеджеры по персоналу, работающие в передовых компаниях, могут слышать от уверенных в себе кандидатов такие пожелания как: «Я хотел бы работать в компании с прозападным стилем управления»; «Я настроен на работу в перспективной западно-ориентированной компании, где мой профессионализм, карьерные ориентации смогут реализоваться»; «Я хочу работать в такой компании, где можно проявлять самостоятельность, профессионализм и где я чувствовал бы свою необходимость компании».

Классификация корпоративных культур

В российском менеджменте пока еще достаточно сложно выделить четкую классификацию корпоративной культуры. Во многих компаниях говорят, что тип их корпоративной культуры только формируется, другие компании предпочитают употреблять термин «смешанная культура» или «формирующаяся».

Один из способов классификации корпоративных культур был предложен Джеффри Зоненфельдом, который выделяет четыре типа корпоративных культур: «бейсбольная команда», «клуб (клубная культура)», «академия (академическая культура)» и «крепость (оборонная культура)», каждая из которых имеет определенный потенциал для развития компании и по-своему влияет на удовлетворение и карьерный рост работников. Такая классификация является общепринятой в классическом западном менеджменте.

Культура «бейсбольная команда» формируется в условиях, когда внешняя среда требует быстрой обратной связи и принятия решений, связанных с высокой степенью риска. Принимающие решения сотрудники оперативно получают информацию об их эффективности. Ценятся (и вознаграждаются) талант, новаторство и производительный труд. Наиболее эффективные сотрудники превращаются в «свободных агентов», за их услуги борются различные компании. Культура «бейсбольной команды» формируется в компаниях, работающих в динамичных отраслях, уровень риска в которых велик: производство кинофильмов, реклама, разработка программного обеспечения, когда их будущее определяется уровнем новизны продукта или проекта.

Для «клубной» культуры характерны верность, преданность и принадлежность работников к группе. В стабильной и защищенной среде ценятся возраст и опыт. Сотрудники, имеющие большой стаж работы в компании, получают большее вознаграждение, чем новички. Карьера напоминает военную: работник приходит в фирму молодым и остается в ней если не навсегда, то надолго. Стимулирование в «клубе» носит внутренний характер. От работников ожидают медленного, постепенного прогресса, на каждом уровне иерархии они должны длительное время набираться знаний и опыта. Как правило, они становятся специалистами общего профиля и приобретают опыт в различных организационных областях. В коммерческих банках, например, многие высшие руководители начинают с должности кассира. «Клубная» культура способствует развитию гибкости внутри организации, однако в глазах окружающих компания является закрытой, неспособной и не желающей проводить перемены.

В «академии» также нанимаются молодые рекруты, заинтересованные в долгосрочном сотрудничестве и медленном, стабильном продвижении вверх по служебной лестнице. Но в отличие от «клуба», работники редко переходят из одного подразделения или отдела в другой. Каждый попадает в свою «колею», становится экспертом в сфере своей специализации. Основой для вознаграждения и продвижения по службе являются трудолюбие и профессионализм. «Академические» культуры можно встретить во многих «возрастных» компаниях: *Coca-Cola*, *Ford*, *GM*, в университетах. Специализация приводит к формированию у сотрудника чувства уверенности в своей необходимости для организации, однако такая культура ограничивает развитие работников и взаимодействие между отделами и подразделениями фирмы. В стабильных средах «академия» весьма эффективна.

Культура «крепости» обычно формируется в кризисной для организации ситуации, когда речь идет о выживании компании. Примерами служат фирмы текстильной промышленности и финансово-кредитные организации, ранее доминировавшие на рынке, а ныне борющиеся за свое существование. «Крепость» не может гарантировать сотрудникам сохранность рабочих мест или профессиональный рост в периоды реструктуризации и сокращения компании, когда она приспосабливается к условиям внешней среды. Такая культура опасна для работников, но при этом она предоставляет прекрасные возможности для уверенных в себе менеджеров. Те из них, кто преуспевает в таких условиях, становятся известными личностями в своей отрасли или по всей стране.

Существуют и многие другие типологии корпоративных культур. Проведем их краткий обзор.

Типология голландского ученого Г. Хофштеда строится на четырех аспектах:

1. **Индивидуалистическая** культура организации — **коллективистская** культура организации. Индивидуализм проявляется тогда, когда сотрудники определяют себя как индивидуальность, не желают вмешательства организации в свою личную жизнь и заняты удовлетворением своих личных потребностей. Такой стиль организационной культуры во многом присущ американскому образу жизни. Коллективизм характеризуется тесной взаимосвязью между работником и группой. Группа (организация) заботится об удовлетворении потребностей работников, обеспечивает им поддержку и защиту, а сотрудники в ответ являются лояльными членами организации. Такая культура присуща японскому менеджменту персонала, а также имеет сильные позиции и у нас, оставшиеся еще с советских времен.

2. **Дистанция власти.** Этот аспект показывает степень удаления не обладающих властью сотрудников в процессе принятия решений. Соответственно разделяют организационную культуру с высоким уровнем дистанции власти и низким уровнем дистанции власти. Соответственно первый тип культуры соответствует авторитарному типу управления, а второй демократическому. Организационная культура обоих типов проявляется на самых разных предприятиях в зависимости от традиций, состава трудового коллектива и ценностных ориентаций компании.

3. **Стремление к избежанию неопределенности.** Этот аспект измеряет степень, в которой люди чувствуют угрозу от неопределенности (например, не чувствуют гарантий безопасности от увольнения, не имеют

социальной поддержки в случае болезни и т.п.) и степень в которой они стараются избегать попадать в такие ситуации. В организациях с высоким уровнем избегания неопределенности, руководство старается решать частные вопросы, ориентируется на выполнение задания, не любит идти на риск и брать на себя ответственность. В организациях с низким уровнем избегания неопределенности руководители заняты решением стратегических проблем, готовы принимать на себя рискованные решения и брать на себя ответственность за их выполнение.

4. **Мужественность — женственность.** Данный аспект определяет степень, в которой доминируют те или иные ценности. Так типу организационной культуры, в которой преобладает мужественность, преобладающими ценностями являются настойчивость, и удовлетворение материальных потребностей, в то же время не придается особого внимания заботе о людях. В организации с феминистической оргкультурой преобладающее место занимают межличностные отношения, забота о других людях, повышение качественного уровня жизни. Измерение этого параметра имеет важное значение для определения методов мотивации персонала и урегулирования конфликтных ситуаций.

На основании измерения этих параметров можно выявить ведущий тип корпоративной культуры в организации.

Еще одна типология организационной культуры была разработана Р.Акоффом¹. Он анализировал культуру организаций как отношения власти в группе или организации. Для анализа он выделил два параметра: степень привлечения работников к установлению целей в организации и степень привлечения работников к выбору средств для достижения поставленных целей.

На основании сравнения данных параметров было выделено четыре типа организационной культуры с характерными отношениями власти.

1. **Корпоративный тип культуры.** Характеризуется низкой степенью привлечения работников к установлению целей, низкой степенью привлечения работников к выбору средств для достижения поставленных целей. При таком типе культуры доминирует авторитарный стиль управления с централизацией власти.

2. **Консультативный тип культуры.** Высокая степень привлечения работников к установлению целей, низкая степень привлечения работников к выбору средств для достижения поставленных целей. Та-

¹ Галкина Т.П. Социология управления от группы к команде. М.: Финансы и статистика, 2004. 80 с.

кой тип культуры характерен для учебных заведений и социальных организаций.

3. **«Партизанский» тип культуры.** Низкая степень привлечения работников к установлению целей, высокая степень привлечения работников к выбору средств для достижения поставленных целей. Доминируют автономные отношения, характерные для творческих союзов, клубов, кооперативов.

4. **Предпринимательский тип культуры.** Высокая степень привлечения работников к установлению целей, высокая степень привлечения работников к выбору средств для достижения поставленных целей. Для такого типа организационной культуры характерны демократичные отношения. Применяется в компаниях, управляемых по «целям» или «результатам».

Создание и развитие корпоративной культуры

Большой интерес в области создания корпоративной культуры в организации представляет собой так называемая «цветная» модель развития корпоративных культур.

На конференции «Корпоративная культура — практические рецепты успеха», организованной компанией MBF, исполнительный директор ЗАО «ЭКОПСИ консалтинг» Марк Розин представил «цветную» модель развития корпоративных культур¹. Данная модель ярко и образно показывает процесс развития корпоративной культуры компании, проходящий следующие этапы:

1. Персональный менеджмент.
2. Регулярный менеджмент
3. Проектный менеджмент.

Персональный менеджмент характеризуется прежде всего наличием харизматичного лидера во главе организации, его присутствием на всех уровнях организации, включенностью во все, даже самые мелкие, проблемы компании. Он является основным «пусковым механизмом» всех решений в компании, основным источником энергии и драйва. Коллектив испытывает по отношению к такому лидеру сочетание любви, веры и в то же время страха.

Первая стадия персонального менеджмента — «фиолетовая». Это культура «принадлежности», ее отличают следующие ценности:

- Принадлежность к своей команде, компании хороших людей.
- Совместное дело.

¹ Шапиро С.А., Шапиро А.Я. Управление персоналом как вид предпринимательской деятельности. М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2006. 207 с.

- Совместный отдых.
- Взаимопомощь.
- Разделение общей цели, общей мечты.

Такие ценности провоцируют конформность, отказ от своего мнения ради общности и поддержки лидера. Работа выходит за рамки «зарабатывания средств к существованию» и становится сверхценностью.

Постепенно, в силу ярко выраженной ориентации на лидера и его ценности, в компании вырастают сотрудники с лидерскими качествами и формируется конкуренция, которая носит вначале тайный, а затем явный характер. Корпоративная культура переходит во вторую стадию — «красную», «культуру конкуренции».

Это культура борьбы за ресурс, статус и ее ценностями являются:

- Быть всегда первым, всегда выигрывать.
- Защита своей территории.
- Принадлежность к узкому кругу сильных и влиятельных сотрудников.

Для этой культуры характерна ностальгия по «фиолетовым» ценностям, по культуре принадлежности. Культура конкуренции, силы эффективна в ситуации непредсказуемой внешней среды и слабой внутренней организации. Но в определенный момент у компании возникает усталость от «силовых» методов принятия решений и взаимодействия в коллективе. Возникает потребность сформировать регламенты, которые позволят определить бизнес-процессы, выделить функционал сотрудников, сделать управление централизованным, не зависящим от произвольных решений «первого лица» компании.

Таким образом, культура компании переходит к этапу регулярного менеджмента. Ярким примером регулярного менеджмента может служить система управления Форда.

Этап регулярного менеджмента в компании включает две стадии: культуру правил («синяя») и культуру успеха («оранжевая»).

В качестве основных ценностей культуры правил выступают:

- Приоритет регламентов и работы по правилам, которым подчиняется и «первое лицо» компании.
- Главное — должность.
- Взаимодействие происходит по правилам, личностный и эмоциональные аспекты нивелируются.
- Правила не нарушаются даже в случае выгоды, так как это создает нежелательный прецедент.

Данная культура снимает произвол силы, защищает ценных, но лично слабо сотрудников. В то же время она провоцирует развитие бюрократизма, нацеленности на процесс и способствует дефициту результата.

Постепенно внутренние противоречия «синей» культуры возвращают ориентацию на результат и успех, способствуют выходу за рамки правил. Формируется «оранжевая» культура успеха, чьи ценности:

- Приоритет результата.
- Результат должен быть ярким, впечатляющим, заметным.
- Результат ценен своей масштабностью.
- У успеха один автор, на одном человеке ответственность за результат.
- Почетным является подвиг, успех, рекорд.
- Ценится уникальность, гениальность, талант.

Эти ценности схожи с ценностями «красной» культуры, но соревнование, соперничество проходит в рамках данной культуры на более высоком эволюционном уровне, опираясь на правила, этику и регламенты.

Регулярный менеджмент позволяет достичь компании высокие результаты в условиях стабильной предсказуемой внешней и внутренней среды, когда стратегия бизнеса определена, организация не находится в состоянии кризиса и первое лицо организации обладает развитыми управленческими навыками, в частности, способностью к делегированию.

Высокая изменчивость внешней среды делает необходимым развитие таких качеств корпоративной культуры, как стремление к кооперации, командной работе. Талантливые «одиночки» испытывают затруднения при удовлетворении нестандартных клиентских запросов. Назревает переход к следующему этапу развития корпоративной культуры — проектному менеджменту.

Организационная структура на этапе проектного менеджмента отличается высокой пластичностью, подчиненностью проектным задачам. Командному принципу построения структуры организации отвечает развитие культуры согласия («зеленой»). Она схожа с культурой принадлежности, но для нее характерна ценность мнения каждого сотрудника, а не «слепая» ориентация на лидера.

Итак, ценности культуры согласия:

- Ведение диалога и достижение консенсуса.
- Высокая значимость индивидуальности.
- Способ принятия решений — дискуссии, мозговые штурмы, диалоги.

- Автор результата — команда, нет достижения индивидуально-го результата.

Переход к следующей стадии развития корпоративной культуры связан, как правило, с большим количеством бесплодных дискуссий. Диалоги и обсуждения затягиваются, сроки выполнения проектов нарушаются, результативность становится низкой. Появляется потребность в оптимизации командной работы. Возникает культура синтеза, которая основывается на сочетании командной и индивидуальной культур.

В качестве ценностей «желтой» культуры синтеза выступают:

- Синтез различий, формирующий выдающийся результат.
- Креативность, многообразие идей.
- Пластичность, способность сотрудников компании действовать как командно, так и индивидуально в зависимости от оптимального пути достижения результата.
- Отсутствие ограниченности восприятия — нет одной истины, истин много.

Преимущества проектного менеджмента в высокой мотивированности, креативности, предприимчивости персонала. Подобный тип корпоративной культуры продуцирует высокую адаптивность организации, ее высокую конкурентоспособность за счет нестандартных решений по запросам клиентов. В качестве рисков выступают сложная управляемость, возможность хаотичности и потери контроля.

Данная модель позволяет переосмыслить практику управления персоналом, разработать наиболее эффективные процедуры на каждом этапе роста компании. Например, наиболее полно «синей» культуре правил отвечает разработка системы грейдов, а «оранжевой» культуре успеха — введение таких механизмов оценки и мотивации персонала, как ключевые показатели эффективности (КПИ).

Принципы и правила корпоративной культуры

Корпоративная культура влияет на формирование организационной культуры в различных подразделениях и коллективах, в том числе в рабочих группах и управленческих командах. Любая корпоративная культура строится на определенных принципах, которые выражаются в поведении сотрудников в виде правильного образа мыслей.

Таковыми принципами являются:

1. Убеждения, т.е. представления работника о том, какое поведение в организации является положительным, а какое отрицательным.
2. Ценности, то есть наиболее важные для компании и ее сотрудников правила, являющиеся преобладающими в данной организации.

Основными ценностями, относящимися к корпоративной культуре относятся, справедливое отношение к сотрудникам, предприимчивость и инициатива, проявляемая работниками, забота о сотрудниках и клиентах, уважение к работникам, лояльность к компании, компетентность в своей работе, эффективность труда и некоторые другие. Ориентация на соблюдение ценностей корпоративной культуры приводят к достижению успеха в организациях.

3. Нормы — правила поведения, не зафиксированные в формальных документах, но подсказывающие сотрудникам, каким образом они должны себя вести и что ожидают от них коллеги. Нормы доводятся до сведения сотрудников либо устно, либо с помощью наблюдения, которое отражает отношение окружающих к поведению того или иного сотрудника, работающего в организации. Т.е. если человек ведет себя не так как остальные, выражается ли это в стиле одежды, в манере разговора, работе или каких-то других моментах, то его неправильное по отношению к большинству коллег поведение вызовет негативную реакцию в глазах окружающих. Нормы поведения отражают такие моменты в деятельности, как отношения между руководителем и подчиненным, честность в отношениях с коллегами и клиентами, соблюдение действующего законодательства, стиль поведения в конфликтных ситуациях, получение и использование информации о других фирмах и т.д.

4. Поведение — постоянные действия, которые работники совершают в процессе своей трудовой деятельности, а также при взаимодействии с другими людьми при осуществлении своей работы. Поведение выражается через вербальное и невербальное взаимодействие при межличностном общении, соблюдении принятых ритуалов в организации, проведении церемоний и др.

5. Психологический климат — устойчивая система внутренних связей группы, проявляющаяся в эмоциональном настрое, общественном мнении и результатах деятельности людей. Организационный климат является индикатором восприятия работниками корпоративной культуры присущей как организации в целом, так и ее отдельным подразделениям, он показывает мысли и чувства работников, их удовлетворение или неудовлетворение существующим типом и стилем культуры.

Ни один из перечисленных принципов не представляет собой организационную культуру, но собранные вместе они позволяют создать свод правил, на которых строится корпоративная культура.

Однако, если посмотреть на дело с другой стороны, то очень эффективным для построения корпоративной культуры является такая ситуа-

ция, когда в компании существует так называемый «этический кодекс», т.е. документ, являющийся сводом писаных корпоративных правил. Небольшие своды внутрикорпоративных законов, называемых этическим кодексом, можно встретить во многих компаниях. В этом документе руководители официально закрепляют неписанные правила, которые существуют у любой фирмы: от требований к одежде сотрудников до норм взаимоотношений с клиентами и конкурентами. Его можно создавать не сразу, а по прошествии нескольких лет, когда компания увеличивает свои обороты и соответственно производит дополнительный набор персонала. Для того чтобы создать эффективную систему управления персоналом необходимо выработать внутрикорпоративный «свод законов», которого бы придерживались все члены коллектива без исключения. Такой кодекс определяет, что разрешено делать сотрудникам в компании, а что категорически запрещено.

Вопрос в том, кто и как должен составлять этический кодекс. Можно обращаться в различные консалтинговые компании, которые составят такой кодекс для вашей фирмы, но это достаточно дорогое удовольствие. Поэтому часто берутся за основу типовые кодексы, существующие в различных отраслях деятельности (кодексы врачей, преподавателей, психологов) и адаптировав их к условиям деятельности своей компании составляют вполне приемлемые своды внутрикорпоративных правил. За основу «внутрифирменной конституции» можно взять также общие этические принципы, сформированные Национальным фондом «Российская деловая культура» в конце 1990-х годов. Документ получил название «12 Принципов ведения дела в России» и был положен в основу этических норм многих отечественных фирм¹.

Многие руководители компаний составляют корпоративные своды законов сами в соответствии со своими принципами управления или поручают составлять их менеджерам по персоналу. Однако здесь возможны перегибы.

К примеру, руководитель одной торговой компании в Ярославле самостоятельно разработал его и был крайне удивлен возникшими последствиями. На следующий день после того, как сотрудники ознакомились с положениями «конституции фирмы», большая их часть написала заявления об увольнении. Документ попросту оскорбил сотрудников. Согласно новым правилам, все работники были обязаны приносить с собой сменную обувь, женщинам запрещалось применять

¹ Что такое хорошо и что такое плохо // Свой бизнес. Апрель 2005. № 4 (33). С. 63–65.

косметику, а за лишнюю бумажку на рабочем столе взимался внушительный штраф. Немногие согласились жить по таким правилам.

Можно сделать и по-другому, сформулировав корпоративные правила с юмором. Вот примеры из кодексов некоторых компаний: «У нас запрещено повышать голос, кроме форс-мажорных случаев (пожар, наводнение, срывающаяся сделка, угроза потери прибыли)», «У нас принято уходить в 18.00, но этичным считается задерживаться на час», «В компании не разрешено заводить служебные романы, но есть исключение — романы по любви». «Законы», написанные в шутовском стиле, гораздо охотнее принимаются в коллективе. Их легче запомнить, а нарушив, сложнее остаться незамеченным. Причем стать предметом подколов коллег иногда бывает больнее, чем получить выговор от начальства.

Нередко в содержание свода правил включаются чересчур пафосные фразы, которые естественно не могут искренне восприниматься персоналом компании. Например, «Сотрудник должен испытывать гордость за компанию, преданность и верность ее интересам, защищать ее от недобросовестных конкурентов!». Конечно, необходимо, чтобы сотрудники были лояльны компании, но достигать этого нужно другими способами. Для этого нужны реальные дела, а не высокопарные декларации.

Не существует универсального стандарта, по которому можно было бы составить свод «внутрикорпоративных правил». В документе такого рода рекомендуется описывать общие цели и принципы компании, этические нормы поведения персонала, распорядок дня, повседневную форму одежды, правила отношений с клиентами. В данном документе могут быть прописаны обязательства администрации по отношению к сотрудникам, кадровая политика руководства, требования о неразглашении коммерческой тайны и другие элементы, относящиеся к деятельности организации. Наиболее стратегически мыслящие руководители стараются предусмотреть в этическом кодексе и, казалось бы, достаточно типовые вопросы, которые тем не менее встают перед отдельно взятым сотрудником и он должен получить на них ответ. Например, что делать, в случае, если тебя хотят перекупить конкуренты и предлагают тебе работать на них? Какие подарки допускается дарить партнерам и клиентам, чтобы не обидеть их? И некоторые другие. Основное, что необходимо учитывать при составлении свода корпоративных правил, это то, что все его положения должны помогать сотрудникам фирмы соответствовать ее имиджу и поддерживать ее авторитет, и одновременно способствовать повышению корпоративной культуры.

Под общей редакцией
доктора экономических наук, профессора,
Заслуженного деятеля науки РФ

В. С. Балабанова

У68 Ученые записки: Роль и место цивилизованного предпринимательства в экономике России: Сб. науч. трудов. Вып. XII / Под общей ред. В.С. Балабанова. — М.: Российская Академия предпринимательства; Агентство печати «Наука и образование», 2008. — 296 с.

ISBN 978-5-902722-25-0

В сборнике представлены статьи профессорско-преподавательского состава, соискателей Российской Академии предпринимательства и отечественных ученых, тесно сотрудничающих с Академией на протяжении многих лет.

ББК 65.9(2Рос)
УДК 330.35

Научное издание

Серия

«Ученые записки Российской Академии предпринимательства»

**РОЛЬ И МЕСТО
ЦИВИЛИЗОВАННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ**

Сборник научных трудов

Выпуск XII

Под общей редакцией В.С. Балабанова

Свидетельство о регистрации средства массовой информации
в Министерстве РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовой
коммуникации ПИ № 77 – 17478 от 18 февраля 2004 года.

Санитарно-эпидемиологическое заключение
№ 77.99.60.953.Д.002375.03.07. от 06.03.2007

Подписано в печать 03.03.2008
Формат бумаги 60x90 ¹/₁₆. Гарнитура «Ньютон7С»
Объем 18,5 усл. печ. л. Тираж 1000 экз. Заказ
Издательство Агентство печати «Наука и образование»