



Н а у ч н ы й ж у р н а л

ЭКОНОМИКА И ПОЛИТИКА

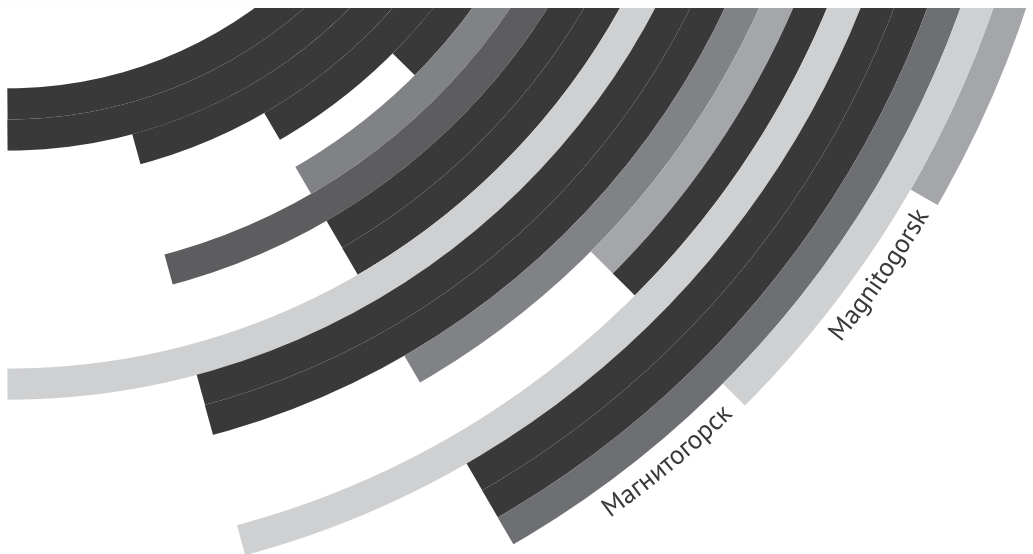
№2(5) / 2015

ISSN 2310-4570



Economics and politics

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



Магнитогорск

Magnitogorsk

Экономика и политика

Economics and politics

№2 (5) 2015

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

Электронные версии журнала размещаются на собственном ресурсе научной электронной библиотеки и в сети интернет.

The journal was included in the database of the Russian science citation index (RSCI).

Electronic versions of the magazine are placed on their own resource of the scientific electronic library and on the Internet.

Издается с 2013 года.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ74-01162 от 11 февраля 2015 г. выдано Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Челябинской области.

Учредитель ФГБОУ ВПО «МГТУ им. Г.И. Носова»

455000, Челябинская область, г. Магнитогорск, пр. Ленина, 38

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

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

Журнал отпечатан: ООО «Люкс-Полиграфия», г. Магнитогорск, пр. Ленина, 122.

Выход в свет: 17.07.2015

Тираж 495 экз. Заказ №9512/2015

Научный журнал
Экономика и политика
№2 (5) 2015
ISSN 2310-4570

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

Редакционный совет

Председатель редсовета:

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

Члены редсовета:

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

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

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

Р. Земан – заведующий кафедрой экономики и менеджмента Технико-экономического института в г. ЧешскиеБудейовице (Чехия);

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

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

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

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

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

Главный редактор: Н.Р. Балынская.

Технические редакторы: Л.М. Рахимова, Е.И. Канаева, ассистенты Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова.

Scientific journal
Economics and politics
№2 (5) 2015
ISSN 2310-4570

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

The Editorial Board

Chairman of the Editorial Board:

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

Editorial Board members:

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

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

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

R. Zeman – Head of the Department of Economics and Management, School of Economics and Technology, České Budějovice, Czech Republic;

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

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

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

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

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

Editor in Chief: N. R. Balynskaya

Technical Editors: L.M. Rakhimova, E.I. Kanaeva, assistants professor of Nosov Magnitogorsk State Technical University.

Акьюлов Р.И.

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО
В РАЗВИТИИ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ
РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ: ПРОБЛЕМЫ И
ПЕРСПЕКТИВЫ5

Александрова М.В.

АНАЛИЗ МЕРОПРИЯТИЙ ПО
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ СТРУКТУРЫ
УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ11

Балынская Н.Р., Якобсон З.В.

ВЫБОР СТИЛЯ УПРАВЛЕНИЯ В
ОРГАНИЗАЦИЯХ НА ПРИНЦИПАХ
СИСТЕМОГО И СИТУАЦИОННОГО
ПОДХОДОВ В МЕНЕДЖМЕНТЕ14

Большаков С.Н., Потолокова М.О.

ОСОБЕННОСТИ И СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ
МЕДИА-ЭКОНОМИКИ21

Большакова Ю.М.

О КОНЦЕПТЕ «ОТКРЫТЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ»
И ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ СЕРВИСА
ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ28

Бойцов В.Г., Баранова Ю.О.

МАЛЫЙ БИЗНЕС В РОССИЙСКОЙ
ЭКОНОМИКЕ И ЗА РУБЕЖОМ: ПОКАЗАТЕЛИ
РАЗВИТИЯ И ФОРМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ
ПОДДЕРЖКИ32

Владимиров С.А.

О МАГИСТРАЛЬНЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ
СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
ЭФФЕКТИВНЫХ СБАЛАНСИРОВАННЫХ
ЭКОНОМИК37

Замбрыцкая Е.С., Щепотьева Е.Ю.,

Точилкина В.П.
ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕТОДОВ И СПОСОБОВ
КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ
ПРОДУКЦИИ (РАБОТ, УСЛУГ): РОССИЙСКИЙ И
ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ44

Зарубина В.Р.

ОЦЕНКА ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ
ОРГАНИЗАЦИИ ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ
СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ.....49

Akyulov R.I.

PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIPS IN THE SOCIAL
DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN REGIONS:
PROBLEMS AND PROSPECTS5

Aleksandrova M.V.

ANALYSIS OF MEASURES TO IMPROVE THE
STRUCTURE OF PERSONNEL MANAGEMENT ...8

Balynskaya N.R., Jacobson Z. V.

THE CHOICE OF STYLE OF MANAGEMENT
IN ORGANIZATIONS ON THE PRINCIPLES OF
SYSTEMIC AND SITUATIONAL APPROACHES
IN MANAGEMENT14

Bolshakov S.N., Potolokova M.O.

CHARACTERISTICS AND STRATEGIES OF
DEVELOPMENT OF THE MEDIA-ECONOMICS ..21

Bolshakova Yu.M.

ABOUT THE CONCEPT "OPEN DATABASES" AND
THE FORMATION OF THE SERVICE SYSTEM
OF GOVERNMENT SERVICES28

Boytsov V.G., Baranova Y.O.

SMALL BUSINESS IN THE RUSSIAN
ECONOMY AND ABROAD: DEVELOPMENT
INDICATORS AND FORMS OF STATE
SUPPORT32

Vladimirov S.A.

ABOUT MAIN STRATEGIC DIRECTION
EFFECTIV BALANCED ECONOMY37

Zumbrzyckaya E.S., Shepotyeva E.J.,

Tochilkina V.P.
THE RELATIONSHIP OF METHODS AND
WAYS OF CALCULATING THE PRIME COST OF
PRODUCTS (WORKS, SERVICES): RUSSIAN AND
FOREIGN EXPERIENCE44

Zarubina V.R.

THE ASSESSMENT OF THE ORGANIZATIONAL
CULTURE OF THE ORGANIZATION THROUGH
A SYSTEM OF BALANCED SCORECARD49

| | |
|---|---|
| Козлова Т.В., Юферева О.Н. МЕТОДИКА ОЦЕНКИ РИСКОВ В УПРАВЛЕНИИ ФРАНЧАЙЗИНГ.....53 | Kozlova T.V., Iufereva O.N. TECHNIQUE OF RISK ASSESSMENT IN MANAGEMENT OF FRANCHISING53 |
| Козлова Т.В., Долгополов О.В. ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ БУХГАЛТЕРСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ59 | Kozlova T.V., Dolgopolov O.V. WAYS OF FORMATION OF THE MODERN ACCOUNTING TERMINOLOGY59 |
| Кузнецова Н.В., Васильева А.Г. К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ.....70 | Kuznetsova N.V., Vasilieva A.G. TO THE QUESTION OF ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF BANKING PRODUCTS IN THE REGIONAL MARKET70 |
| Лукас Кучера ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА ПОКАЗАТЕЛИ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ В ЧЕШСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ И РОССИИ76 | Kučera, Lukáš, Ing. THE INFLUENCE OF ECONOMIC CRISIS ON THE FOREIGN TRADE PERFORMANCE IN THE CZECH REPUBLIC AND RUSSIA76 |
| Кучмий Т.И., Кандина П.Н. СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: РАЗВИТИЕ ПОНЯТИЯ, ПОЛОЖЕНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ83 | Kuchmij T.I., Cantina P.N. SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: THE DEVELOPMENT OF CONCEPTS, STATUS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT83 |
| Лимарев П.В., Лимарева Ю.А. К ВОПРОСУ ОБ ОПРЕДЕЛЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОНЯТИЯ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ88 | Limarev P.V., Limareva J.A. METHODOLOGICAL MOTIVATION OF THE USING EVA (ECONOMIC VALUE ADDED)88 |
| Лимарева Ю.А., Кошевой Д.О. СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МИАССКОГО ЗАВОДА МЕТАЛЛОИЗДЕЛИЙ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОТНОШЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К ЕГО ПРОДУКЦИИ92 | Limareva J.A., Koshevoy D.O. SALES PROMOTION BY MIASS STEEL PLANT AND DETERMINATION CONSUMER'S RELATIONS TO ITS PRODUCT92 |
| Маковкина С.А. ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ В СТАРОПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕРРИТОРИЯХ.....97 | Makovkina S.A. PROBLEMS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RURAL SETTLEMENTS IN THE OLD INDUSTRIAL AREAS97 |
| Михальченкова Н.А., Ткачев С.А. ФОРМИРОВАНИЕ ПРИОРИТЕТОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ102 | Mikhalchenkova N. A., Tkachev S. A. FORMATION OF THE PRIORITIES OF THE STATE INNOVATION POLICY102 |

Акьюлов Р.И.,
к.э.н., доцент Уральского института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы.

Akyulov R.I.,
Phd, assistant professor of Ural Institute – a branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration.

ГОСУДАРСТВЕННО- ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В РАЗВИТИИ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIPS IN THE SOCIAL DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN REGIONS: PROBLEMS AND PROSPECTS

Аннотация

В данном исследовании основной гипотезой выступает тезис о том, что для развития отраслей социальной сферы в условиях экономической нестабильности необходимо внедрять передовые формы и методы сотрудничества государства и бизнеса по реализации совместных проектов, среди которых в экономически развитых странах наибольшее распространение получило государственно-частное партнерство (ГЧП). В связи с этим целью данной научной статьи является уточнение понятия «государственно-частное партнерство», анализ факторов, способствующих наиболее успешной реализации проектов в социальной сфере в рамках государственно-частного партнерства в развитых странах и в России и разработка комплекса мер по развитию государственно-частного партнерства в российских регионах. Для этого был применен метод контент-анализа научной литературы, веб-сайтов Интернета. В статье рассматриваются проблемы становления института государственно-частного партнерства в российских регионах, исследуются факторы, препятствующие развитию механизма государственно-частного партнерства. Предлагается определение понятия «государственно-частное партнерство», анализируется нормативно-правовая база ГЧП, обосновывается необходимость принятия федерального закона о государственно-частном партнерстве, дается характеристика ситуации по использованию ГЧП в нескольких российских регионах, приводится опыт экономически развитых стран по реализации проектов ГЧП в различных сферах. Предлагается комплекс мер по дальнейшему развитию государственно-частного партнерства в российских регионах.

In this study, the main hypothesis is the proposition that the development of the social sphere in the conditions of economic instability it is necessary to introduce advanced forms and methods of cooperation between the state and business in the implementation of joint projects, including in economically developed countries, the most widespread public-private partnership (PPP). In this regard, the aim of this article is to clarify the concept of «public private partnership», an analysis of the factors contributing to the realization of the most successful projects in the social sector through public-private partnership in developed countries and in Russia and the development of complex of measures on development of public-private partnership in the Russian regions. To this was applied the method of content analysis of scientific literature, web sites in the Internet. In the article the problems of formation the Institute for public-private partnership in Russian regions, examines the factors hindering the development of the mechanism of public-private partnerships. Proposed a set of measures for further development of state-private partnership in the Russian regions.

Ключевые слова

Государственно-частное партнерство, концессионное соглашение, инвестиционный фонд, инфраструктурные проекты.

Keywords

Public-private partnership, concession agreement, an investment Fund infrastructure projects.

В настоящее время в условиях экономической нестабильности, нарастания проблем в области международных экономических отношений в России одним из приоритетных направлений государственной политики становится развитие отечественного бизнеса, укрепление сотрудничества государства и предпринимательского сообщества. В этом смысле особую актуальность приобретает развитие передовых, современных форм взаимодействия государства и частного сектора экономики, наиболее успешно в этом вопросе зарекомендовал себя развивающийся во многих странах институт государственно-частного партнерства. Передовой опыт его развития и применения возможен для решения важных социально-экономических задач по реализации социально-значимых проектов в российских регионах путем совместных усилий государства и бизнеса. Следует констатировать, что государственно-частное партнерство пока в стадии становления, отсутствует федеральный закон, который регламентировал бы все вопросы взаимодействия государства и бизнеса в рамках государственно-частного партнер-

ства. Государственно-частное партнерство в условиях бюджетной ограниченности является эффективным инструментом реализации социально значимых и стратегически важных инвестиционных проектов в регионах. В большей степени данная форма сотрудничества государства и бизнеса проявляется в таких сферах, как здравоохранение, образование, электроэнергетика, транспорт. Проекты в этих сферах, имеют высокую социальную значимость, но государственных средств не всегда хватает для реализации данных проектов, поэтому привлекаются инвестиции частного бизнеса для совместного их финансирования и управления. Таким образом, целью данного исследования является анализ факторов, способствующих наиболее успешной реализации проектов в социальной сфере в рамках государственно-частного партнерства в развитых странах и в России и разработка комплекса мер по развитию государственно-частного партнерства в российских регионах.

В настоящее время федеральная нормативная правовая база в сфере государственно-частного партнерства находится на стадии формирования. Нормативное регламентирование на федеральном уровне имеет только одна форма государственно-частного партнерства – концессия, зафиксированное в Федеральном законе от 21.07.2005 года №115-ФЗ «О концессионных соглашениях». Вместе с тем, в 69 субъектах федерации приняты законы о государственно-частном партнерстве. При этом естественно существуют разночтения по тем или иным вопросам, касающимся ГЧП и, соответственно, реализовать крупные проекты, имеющие региональное значение силами одних регионов практически невозможно, поскольку региональные и местные бюджеты формируются централизованно и поэтому не в состоянии реализовывать проекты даже на муниципальном уровне без финансирования из Федерального бюджета. В результате участие в таких проектах для представителей крупного и среднего бизнеса представляет интерес в том случае, если в нем участвуют и предоставляют гарантии государственные структуры федерального уровня.

В научной литературе существуют различные трактовки понятия «государственно-частное партнерство», поскольку нет единой

концепции этого явления, которая была бы прописана и закреплена нормативно-правовым актом на общегосударственном уровне. Определение понятия «государственно-частное партнерство» является необходимым условием для формирования и развития института партнерства государства и бизнеса. Правильное и однозначное определение данного понятия требуется для утверждения единой правовой категории на законодательном уровне, в целях предупреждения различных толкований и последующих спорных моментов, которые возникают между партнерами и контрагентами в процессе реализации совместных проектов. Обобщив имеющиеся наработки ряда специалистов по данному вопросу, можно предложить следующее определение данного понятия.

Государственно-частное партнерство – это контрактные отношения между государственными структурами и частным бизнесом, предполагающие взаимовыгодное скоординированное сотрудничество между сторонами при реализации проектов, имеющих социально-государственную значимость, а финансовые риски, затраты и результаты распределяются в пропорциях, согласно положениям договора, имеющего юридическую силу.

Мнения специалистов и ученых, занимающихся данной проблематикой, разделилось. Одни считают, что федеральный закон необходим, другие же не видят острой необходимости в подобного рода нормативном акте. Автор разделяет мнение тех, кто считает, что такой нормативный документ жизненно необходим. По мнению О.В. Ревзиной, М.Г. Минсковой «любые ошибки, допущенные при определении предмета регулирования федерального закона о ГЧП, могут повлечь за собой ухудшение правовых условий для реализации ГЧП-проектов в России»[1].

По мнению других специалистов, «целесообразно было бы разработать ряд договоров, отражающих специфику отношений в сфере ГЧП, и дополнить ими Гражданский кодекс РФ. В отдельных случаях уже определенные во второй части ГК РФ договоры могут быть дополнены положениями, устанавливающими особенности применения таких договоров в рамках ГЧП» [2]. Основным аргументом принятия закона о ГЧП, является недостаточно проработанные вопросы взаимодействия го-

сударства и бизнеса в действующем законодательстве, а, именно:

«а) недостаточное регулирование в отраслевых законах партнерских отношений органов публичной власти и бизнес-структур, за исключением соглашений о социальном партнерстве, не позволяет четко определять содержание и сферы их применения. Это затрудняет разграничение отдельных видов соглашений как между собой (что не позволяет сформировать их эффективное правовое регулирование), так и с соглашениями, запрещенными антимонопольным законодательством;

б) договоры и соглашения о партнерстве органов публичной власти с бизнес-структурами в публично-правовой сфере (о сотрудничестве в сфере строительства и др., о передаче отдельных государственных (муниципальных) полномочий и т.д.) законодательством не предусмотрены;

в) отсутствие на законодательном уровне четких ориентиров отраслей и сфер, в которых допустимо заключение между органами публичной власти и бизнес-структурами договоров и соглашений публично-правового характера, не позволяет устанавливать взаимоотношения долгосрочного характера;

г) отсутствие в статусных правовых актах положений о полномочиях органов исполнительной власти устанавливать с бизнес-структурами партнерские взаимоотношения не позволяет определить последовательность совершения административных действий при организации и осуществлении государственно-частных партнерств» [3, с.156].

Согласно точки зрения Х.М. Салихова, «системообразующий нормативный акт мог бы обеспечить максимальную легитимность действий органов власти в области ГЧП, в частности, по вопросам, не урегулированным федеральным законодательством и открытым для нормативного регулирования или практической реализации субъектами федерации, а также обеспечил бы судебную защиту соглашениям, заключенным на его основе» [4].

В различных регионах государственно-частное партнерство развивается самостоятельно, на основе принятия местных законов. Наибольшее развитие государственно-частное партнерство получило в таких регионах, как г. Санкт-Петербург, Татарстан, Новосибирская

область, Ханты-Мансийский автономный округ, Свердловская область.

В частности, в Казани с 2008 года реализуется проект в рамках ГЧП – Казанский образовательный центр высоких медицинских технологий. Проект образовательного центра был запущен в сентябре 2007 г. по инициативе Минздравсоцразвития РФ и при поддержке ООО «Джонсон & Джонсон» в рамках реализации национального проекта «Здоровье». Основная функция центра – подготовка кадров для оказания высокотехнологичной медицинской помощи по направлениям: эндоскопическая хирургия, кардиохирургия, травматология, нейрохирургия, репродуктивные технологии и т. д. Цель проекта – создать новые стандарты подготовки медицинских кадров [5, с.9].

В Свердловской области государственно-частное партнерство регламентируется Законом Свердловской области от 23.05.2011 года № 28-ОЗ «Об участии Свердловской области в государственно-частном партнерстве», который предусматривает 4 ключевые формы ГЧП:

1) реализация комплексных инвестиционных проектов;

2) заключение концессионных соглашений;

3) участие в уставных капиталах открытых акционерных обществ на условиях договоров и соглашений, предусмотренных законодательством Российской Федерации;

4) иные формы, не противоречащие действующему законодательству.

Также с декабря 2012 г. у субъектов РФ существует еще один механизм реализации проектов на принципах государственно-частного партнерства – региональные инвестиционные фонды. В Свердловской области Инвестиционный Фонд создан Законом Свердловской области от 17.06.2013 года №53-ОЗ «Об Инвестиционном фонде Свердловской области» [6].

В 2014 г. В Уральском федеральном округе осуществлялось 6 проектов ГЧП, из них 1 – на территории Свердловской области. Государственно-частное партнерство в российских регионах пока не получило широкого применения. Во всем мире схемы ГЧП очень часто используются в связи со строительством объектов здравоохранения, образования, в сфере транспорта и дорожно-транспортной инфраструктуры, при реконструкции и строительстве

спортивных объектов. Популярность ГЧП в данных сферах объясняется рядом преимуществ для инфраструктурных проектов в целом: минимизация бюджета проекта, наилучшее соотношение цены и качества, привлекательное для частных инвесторов, применение лучших управленческих и строительных технологий, сокращение коммерческих рисков за счет участия в проекте государства.

Зарубежный опыт реализации проектов с применением механизмов взаимодействия государства и частного бизнеса работает уже долгое время и постоянно совершенствуется. Темпы развития реализации проектов ГЧП в зарубежных странах весьма различны. Такие страны как Великобритания, Франция, Германия и Испания уже достаточно хорошо развили данную область и являются в ней лидерами, но имеются такие страны, которые только начинают осваивать такие программы. Страны-лидеры по количеству соглашений ГЧП в Европе по данным 2010 го-да, распределились следующим образом: на долю Великобритании приходится 39%, Франции – 17%, Германии – 13%, Испания – 12% и доля прочих стран составляет 20%. Безусловным лидером является Великобритания, которая первая использовала механизм партнерства бизнеса и государства. Рассматривая историю развития ГЧП в Великобритании, стоит отметить, что первые проекты появились в 1981 году в связи с перестройкой лондонских доков. Затем в 1992 правительство Дж. Мейджора объявило о новой форме ГЧП – «Частная финансовая инициатива» (PFI – Private Finance Initiative), заключающейся в том, чтобы передать частному сектору функции финансирования строительства (эксплуатации, реконструкции, управления и т.п.) государственных объектов производственной и социальной сферы. В 1997 году, пришедшее к власти лейбористское правительство Т. Блэра, продолжило развитие государственно-частного партнерства [7, с. 140-141].

В мировой практике наибольший опыт успешного и широкого применения и высокоэффективных форм ГЧП имеют развитые страны Западной Европы и Северной Америки. При этом следует отметить, что темпы развития ГЧП различаются в разных странах. Наибольших успехов в данном направлении сотрудничества государства и бизнеса добились такие

страны, как Великобритания, Франция, Германия, Испания, Сингапур, Соединенные Штаты Америки, Канада. Опыт данных стран показывает, что лидерами по количеству проектов в рамках ГЧП являются такие сферы, как образование (34%), транспорта(21%) и здравоохранение (17%). В экономически развитых странах механизм ГЧП используется все активнее, поскольку представляет собой наиболее эффективный способ оказания услуг в транспортной, инфраструктурной, социальной сфере (здравоохранение, образование, спорт) и позволяет в условиях ограниченного бюджета реализовывать проекты и обеспечивать их рентабельность. Теоретически, проекты, осуществляемые с помощью механизма ГЧП, могут обеспечить больший экономический эффект, чем традиционные формы аутсорсинга, в котором подрядные работы осуществляются отдельно.

В результате ГЧП в различных сферах деятельности, включая отрасли социальной сферы, к настоящему времени в Великобритании реализовано более 450 проектов на общую сумму 24 млрд. фунтов стерлингов. Стоимость большинства проектов относительно невелика и колеблется в пределах 1,1-15 млн. фунтов стерлингов. Ежегодно заключается до 80 новых соглашений. В течение следующих трех лет планируется реализовать проекты на общую сумму 12 млрд. фунтов стерлингов. По данным британского правительства, такие проекты обеспечивают 17% экономии для бюджета страны[8].

В проектах, осуществляемых в рамках государственно-частного партнерства, процессы проектирования и планирования объединены в целях получения выгоды от экономии на масштабе, проектная стоимость может быть снижена за счет более быстрого наступления этапа эксплуатации и передачи в управление государственным структурам. Частный партнер, как правило, должен финансировать, строить и поддерживать проект в течение длительного периода, что выступает серьезным стимулом для завершения проекта в запланированные сроки, чтобы свести к минимуму эксплуатационные расходы.

Наиболее выдающимся и успешным примером сотрудничества государства и бизнеса в реализации совместных проектов является введенный в эксплуатацию в июне 2014 года

крупнейший в мире и самый современный многофункциональный спортивный центр-хаб в Сингапуре, имеющий ультрасовременный дизайн. Расположен на 35 гектарах, включает стадион с раздвижной крышей, многочисленные корты, бассейны, развлекательные и концертные площадки, торговый центр, кафе, что позволяет использовать его мощности в повседневном режиме для большого количества посетителей, от профессиональных спортсменов до широких масс любителей спорта.

Для развития государственно-частных партнерства и реализации проектов, подобных выше указанному в российских регионах необходимо создание благоприятных условий для становления данного института. Среди основных факторов, препятствующих широкому применению механизмов ГЧП в российской экономике, можно выделить следующие:

1) недостаточно развитая нормативно-правовая база, включая отсутствие федерального закона о государственно-частном партнерстве;

2) отсутствие механизмов эффективного финансирования и страхования проектов в равной степени для всех участников рынка, существенный политический компонент для реализации долгосрочных проектов;

3) неэффективно работающие правовые институты, которые могли бы гарантировать права частных собственников, участвующих в проектах;

4) ограниченный доступ потенциальных участников ГЧП к крупным проектам из-за высоких требований, предъявляемых к ним государством.

5) низкий уровень разнообразия и недоиспользование потенциала перспективных форм и инструментов государственно-частного партнерства, заметно ограничивающий возможности его использования.

Для обеспечения развития государственно-частного партнерства в регионах России следует разработать и реализовать комплекс мер системного характера.

1) Разработка в экономической науке концептуальных основ, теоретических принципов, практических стандартов государственно-частного партнерства и стратегического плана развития проектов ГЧП в России, предполагающих формирование системного взаимодействия

государства и бизнес-структур на законодательной основе с детально проработанными инструментами и организационно-экономическим механизмом сотрудничества, осуществляемого по единому алгоритму.

2) Возможно создание специального федерального и региональных центров, необходимых для координации, контроля, мониторинга и оценки реализуемых проектов в рамках государственно-частного партнерства с соответствующими полномочиями по решению юридических, организационных, финансовых, экономических проблем.

3) Развитие правовых, социальных, государственных институтов, независимых экспертных сообществ, эффективная деятельность которых обеспечит прозрачность, доверие и эффективное сотрудничество при взаимодействии государства и бизнеса.

4) Системная подготовка управленческих и экспертных кадров, компетентных в области государственно-частного партнерства с формированием благоприятного общественного мнения и общественного контроля при передаче представителям бизнеса управления и использования объектов государственной и муниципальной собственности для решения социально-экономических задач.

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

1. Следует совершенствовать научно-методологические основы государственно-частного партнерства, всемерно развивать и создавать условия для более широкого практического применения механизмов, моделей ГЧП в российских регионах, перенимая передовой опыт развитых стран, при реализации социально-значимых проектов.

2. Необходимо развивать нормативно-правовую базу государственно-частного партнерства с принятием федерального закона о ГЧП и совершенствованием институциональной среды для улучшения взаимодействия государства и бизнеса.

3. Данное исследование может служить дополнительным звеном по формированию научно-практической основы дальнейших системных мер государства по развитию института государственно-частного партнерства в российских регионах.

Источники

1. Ревзина О.В., Минскова М.Г. Государственно-частные партнерства в России – правовое регулирование сегодня перспективы на будущее / Государственно-частное партнерство: пути совершенствования законодательной базы // Сборник статей под общей редакцией Зверева А.А. М. 2009.
2. Царев Д., Иванюк А. Государственно-частное партнерство: правовой аспект // Финансовая газета. 2009. №17.
3. Хатаева М.А., Цирин А.М. Законодательство о государственно-частном партнерстве: проблемы, тенденции перспективы // Журнал российского права. 2008. №10. С. 156-166.
4. Ильин И.Е. Государство и бизнес: в русле взаимовыгодного партнерства // Организация продаж банковских продуктов. 2009. №1.
5. Героева А. Врачи ждут партнеров// Газета «Коммерсантъ» №33 от 29.09.2010.
6. Электронный ресурс. Режим доступа <http://economy.midural.ru/content/gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo> (дата обращения 7.04.2015)
7. Варнавский В.Г. Управление государственно-частными партнерствами за рубежом// Вопросы государственного и муниципального управления. 2012. №2. С. 134-147.
8. Электронный ресурс. Режим доступа http://studme.org/1151051319786/strahovoe_delo/gosudarstvenno-chastnoe_partnerstvo_sotsialnoy_sfere (дата обращения 6.04.2015)
9. Кабашкин В.А. Государственно-частное партнерство в регионах Российской Федерации. М.: Изд-во Дело. АНХ. 2010.
10. Делмон Дж. Государственно-частное партнерство в инфраструктуре. Практическое руководство для органов государственной власти. Астана. ИЦ Апельсин. 2010.
11. Варнавский В.Г. Партнерство государства и частного сектора: формы, проекты, риски. М.: Наука. 2006.

Александрова М.В.,
ассистент Магнитогорского государственного технического
университета им. Г.И. Носова.

Aleksandrova M.V.,
assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical
University.

АНАЛИЗ МЕРОПРИЯТИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

ANALYSIS OF MEASURES TO IMPROVE THE STRUCTURE OF PERSONNEL MANAGEMENT

Аннотация

В статье рассматриваются эффективные мероприятия по совершенствованию современной системы управления персоналом организации. Автор анализирует особенности организационной структуры управления персоналом и современные тенденции ее формирования.

Abstract

The article discusses effective measures to improve the modern system of personnel management of the organization. The author analyzes the features of the organizational structure of personnel management and the modern trends of its formation.

Ключевые слова

Эффективность управления персоналом, структура управления персоналом, адаптивная организационная структура.

Keywords

Efficiency of Personnel Management, the Structure of Personnel Management, Adaptive Organizational Structure.

В силу ряда обстоятельств, структура организации (или организационная структура) может и должна рассматриваться как отражение отношения организации к своему персоналу. Именно структура организации определяет степень включенности людей в дела предприятия, типы и принципы формирования рабочих групп и управленческих команд, особенности построения сетей коммуникации, и в конечном виде, ту метафору, в соответствии с которой и построена организация.

Поскольку структура – это, прежде всего,

совокупность взаимосвязанных звеньев, образующих систему, то возможные связи между звеньями системы позволяют различать следующие виды структурирования.

Адаптивные организационные структуры – гибкие структуры способны изменяться (адаптироваться) в соответствии с требованиями среды (по аналогии с живыми организмами). К ним относятся проектная и матричная организационные структуры.

Проектная структура представляет собой временное объединение специалистов внутри организации, которое создается для решения конкретной задачи. При создании организационной структуры следует учитывать, что в зависимости от характера факторов внешней среды организация может существовать в разных ситуациях. Ситуация характеризуется низкой неопределенностью как временем поступления работы, так и порядка ее выполнения. Для подразделений все заранее запланировано: и что делать, и когда делать.

Особенности персонала и корпоративной культуры. При создании организационной структуры наиболее существенными могут оказаться: уровень подготовки, способность к командной работе, тип управленческой роли, тип организационной культуры.

1. Уровень подготовки – если в организации достаточно высококвалифицированный персонал, то даже в линейной структуре можно создавать «плоские» организационные структуры, минимизируя количество звеньев управления. Если же персонал подготовлен мало и требуется частое вмешательство руководства, контроль и помощь, то целесообразнее использовать «высокую» организационную структуру. Более подготовленный персонал сможет эффективно работать в гибких структурах. Одним из путей изменений организационной структуры от линейной к матричной с учетом уровня квалификации персонала может быть введение функциональной организации, подготовка в ее рамках достаточного количества профессионалов, а затем переход к адаптивным структурам.

2. Способность к командной работе – стремление специалистов организации к активной групповой деятельности, умение формулировать цели совместной работы, изменять структуру группы и распределение ролей в ней в зависимости от специфики задач и условий

ее выполнения. Таким образом, в рамках этого параметра нас будет интересовать желание и умение работать совместно. Естественно, что адаптивные организационные структуры (проектные) предъявляют особые требования к персоналу с точки зрения умения работать в команде. Проект – образование, создаваемое для решения конкретной задачи в определенный срок. В рамках проекта все должны суметь максимум для достижения цели, не одна задача не может быть решена эффективно, если группа не договорится о целях и планах деятельности, и каждый не сможет сработаться максимально эффективно.

3. Тип управленческой роли – наличие в организации руководителей, способных выполнять разные управленческие роли, также определяет выбор организационной структуры. Если в организации большое количество руководителей, способных возглавить непосредственные трудовые коллективы, передавать свой опыт сотрудникам, управлять, используя средства мотивации и психологического контакта с подчиненными, то можно создавать линейную структуру с широким диапазоном контроля. Если в организации в достаточном количестве присутствуют только администраторы и диапазон средств воздействия ограничивается системами стимулирования и контроля, то целесообразно ориентироваться на создание жестких линейных структур, которые, впрочем, не могут быть эффективны без привлечения сильных организаторов, способных спроектировать такие структуры и зафиксировать правила их работы в регламентирующих документах. Ситуация усугубляется еще и тем, что организаторы должны будут постоянно проводить мониторинг эффективности организационной структуры и регулярный дизайн (видоизменение) организации в зависимости от изменения ее существенных параметров. Важным является наличие в организации квалифицированных управленцев, без которых не может существовать ни одна организация, живущая в изменяющейся рыночной среде. При построении организации необходимо учитывать: цель управления и тип управления, который может использоваться в организации, что косвенно связано с типом организационной и корпоративной культуры, особенности потребителей, те ожидания, которые они могут предъявлять к организации.

Этапы проектирования организации. Определяются цели и результаты деятельности – представляются продукт труда, его объемы, основные этапы технологии. Определяются связи с внешней средой – выделяются все контакты, которые необходимо осуществлять организации в связи с ее технологией выполнением законов. Разделяются процессы – по стадиям, по уровням иерархии. Группируются функции. При этом возможны две стратегии: группировка работ вокруг ресурсов и вокруг результата деятельности.

Современные тенденции реформирования организационной структуры. В настоящее время многие организации выбирают функциональный тип структуры, что дает возможность учитывать специализацию каждого хозяйственного звена, а, в конечном итоге, организации приходят к дивизиональному типу структуры региональной или продуктовой. Такие структуры характеризуются: наличием оперативных подразделений с широкими полномочиями, многоуровневой организационной структурой, делегированием полномочий.

Источники

1. Балынская Н.Р. Основные подходы к определению лидерства в области государственного и муниципального управления // Экономика и политика. 2014. № 2(3). С. 6-10.
2. Балынская Н.Р. и др. Управление персоналом предприятия на основе механизмов стимулирования репродуктивного труда: монография. – Санкт-Петербург: Издательство Инфо-да; 2014. 144 с.
3. Балынская Н.Р., Канаева Е.И. Основные периоды в истории развития технических знаний // Традиционные национально-культурные и духовные ценности как фундамент инновационного развития России. 2013. № 6 (6). С. 4-7.
4. Балынская Н.Р., Канаева Е.И., Гнедина Т.И. Современные СМИ в России в поисках самоидентификации // Традиционные национально-культурные и духовные ценности как фундамент инновационного развития России. 2015. № 1 (7). С. 10-11.
5. Зайцева Е.М., Канаева Е.И. Дифференциация российских СМИ в зависимости от аудитории // Перспективы развития науки и образования. Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 13 частях. 2015. С. 90-91.
6. Канаева Е.И. PR-политика в деятельности органов местного самоуправления // Наука и образование в жизни современного общества. Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 14 томах. 2015. С. 58-59.
7. Канаева Е.И. Особенности функционирования деловой прессы в РФ (на примере газеты «Ведомости») // Перспективы развития науки и образования. Сборник научных трудов по материалам Международной научно-

практической конференции: в 13 частях. 2015. С. 95-97.

8. Канаева Е.И. Роль информационных технологий в процессе управления // Экономика и политика. 2015. № 1 (4). С. 51-52.

9. Канаева Е.И. Лоббирование в современном российском обществе // Традиционные национально-культурные и духовные ценности как фундамент инновационного развития России. 2014. С. 20-23.

10. Канаева Е.И. Специфика управления социальным развитием организации // Традиционные национально-культурные и духовные ценности как фундамент инновационного развития России. 2014. С. 24-26.

11. Канаева Е.И. Социальные сети как новый информационный канал в Public Relations // Традиционные национально-культурные и духовные ценности как фундамент инновационного развития России. 2014. С. 27-31.

УДК (UDC) 005.34

Балынская Н.Р.,

д.полит.н., профессор Магнитогорского государственного
технического университета им. Г.И. Носова;

Якобсон З.В.,

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

Balynskaya N.R.,

D.Sc., professor of Nosov Magnitogorsk State Technical
University;

Jacobson Z. V.,

Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State
Technical University.

ВЫБОР СТИЛЯ УПРАВЛЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ НА ПРИНЦИПАХ СИСТЕМОГО И СИТУАЦИОННОГО ПОДХОДОВ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

THE CHOICE OF STYLE OF MANAGEMENT IN ORGANIZATIONS ON THE PRINCIPLES OF SYSTEMIC AND SITUATIONAL APPROACHES IN MANAGEMENT

Аннотация

Выбор стиля управления в организации сопряжен со сложностями, требующими одновременного учета основополагающих принципов менеджмента- ситуационного и системного подходов.

Принцип системного подхода предопределяет необходимость расстановки приоритетов в выделении управленческой системы более высокого уровня, которому подчиняются системы второго уровня, входящие в нее (как более элементарные) и подчиняющиеся ей. Системой более высокого уровня является общество (государство), в котором преобладает естественный стиль управления- демократический. Искусственные управленческие системы создаются человеком и в таких элементарных (ограниченных контуром управления) системах уместен к применению искусственный стиль- авторитарный. Сочетание двух стилей управления на разных уровнях систем требует от менеджеров ситуационного выбора того, или иного стиля управления.

Abstract

The choice of management style in the firm is fraught with many difficulties, requiring simultaneous consideration of the

fundamental principles of management – situational and systemic approaches. The principle of system approach predetermines the need for prioritization in the allocation of the management system of a higher level, to which are subject the systems of the second level included in it and obeying him. The system of a higher level is a society (a state), in which dominates the natural management style – the democratic style. The artificial management systems are created by humans and in such elementary systems is appropriate for use the artificial style. The combination of the two management styles at different levels of systems requires managers situational selection of a particular management style.

Ключевые слова

Выбор стиля управления на предприятии, ситуационный и системный подходы в выборе управленческого стиля, авторитарный и демократический стили управления.

Keywords

The Choice of Style of Management, Situational and Systemic Approaches in the Choice of Managerial Style, Authoritarian and Democratic Styles of Management.

Системный подход к управлению возник в середине XX столетия, который интегрировал концепции ранних школ менеджмента и определил модель организации как открытой системы. В соответствии с данной концепцией любая хозяйствующая организация имеет связи с внешней средой и как элемент рынка «входит» в систему более высокого порядка и подчиняется ей.

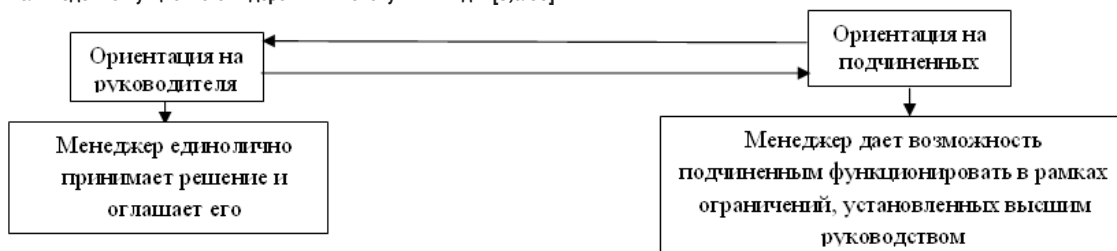
Согласно одному из правил системного подхода в управлении (привило «черного ящика») объекты обмена с внешней средой формируются как на входе (задаются ресурсы, поставляемые рынком), так и на выходе (готовая продукция, услуги, потребляемые рынком) хозяйствующей системы.

Логическим продолжением системного подхода в управлении является ситуационный подход в менеджменте. Он учитывает определенный набор обстоятельств в данное реальное время и обуславливает конкретную единичную управленческую ситуацию. Оба подхода тесно взаимосвязаны.

Новая парадигма управленческой мысли требует правильной интерпретации ситуации, что возможно при наличии системного и ситуационного мышления у профессиональных управленцев.

Концепция ситуационного подхода в управлении организацией породила теорию ситуационного лидерства. Данная теория ис-

Рис.1 Модель ситуационного лидерства Танненбаума- Шмидта [3,с. 88]



следует взаимодействие различных факторов, оказывающих влияние на поведение лидера в управлении и его последствия.

Подходов к исследованию ситуационного лидерства достаточно много. Например, согласно модели Танненбаума-Шмидта, вариант поведения лидера выбирается в диапазоне стилей между демократической и авторитарной альтернативами. Демократическая ориентация поведения ориентирована на подчиненных, авторитарная – на цели, средства и политику, которую определяет сам лидер, рис. 1.

Ситуационная модель эффективности лидерства также разработана Ф. Фидлером. Автор учел восемь ситуаций, в которых переменными факторами, характеризующими конкретную ситуацию, являются: взаимодействия руководителя с подчиненными, структурированность задачи и полномочия руководителя.

Согласно этой модели в ситуациях, когда четко сформулированы задачи, значительные должностные полномочия руководителя, (которыми он наделяется в формате законной власти), взаимоотношения с подчиненными хорошие и на них можно легко воздействовать. Наоборот,

когда все плохо, по мнению Ф. Фидлера, более уместный стиль управления авторитарный. Он применим в ситуациях 1,2,3,8. Поле авторитарного подхода в модели находится выше пунктирной линии. Это обеспечивает строгую дисциплину, единоличное принятие решений, безоговорочную подчиненность и жесткий контроль. Демократический стиль управления по Ф. Фидлеру более уместен в ситуациях 4,5,6.

Ситуационное поле, в котором эффективно работает руководитель – демократ, в модели расположено ниже пунктирной линии, которая является гранью деления двух альтернативных стилей. Характерными особенностями демократического стиля (при благоприятных взаимоотношениях руководителя и подчиненных) являются: делегирование полномочий без четких инструкций и, соответственно, структурированности задач (ситуация 4). В ситуациях 5 и 6 возможны конфликты по причине смены привычного стиля управления – усиление полномочий, четких указаний. В ситуации 7 оба стиля одинаково эффективны.

Графически модель ситуационной модели Ф. Фидлера представлена на рис.2

Рис.2 Ситуационная модель стилей управления Ф. Фидлера [2, с. 172]

| Переменные факторы (номер ситуации) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|--|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|
| Взаимодействия руководителя с подчиненными | хорошие | | | | плохие | | | |
| Структурированность задачи | высокая | | низкая | | высокая | | низкая | |
| Полномочия руководителя | сильные | слабые | сильные | слабые | сильные | слабые | сильные | слабые |
| Ситуационное поле руководителя-демократа | ↓ | | ↑ | | ↓ | | ↓ | |
| Ситуационное поле руководителя-автократа | ↓ | | ↑ | | ↓ | | ↓ | |

Ситуационная модель стилей руководства разработана также авторами Т. Митчелл и Р. Хаус. Рассматриваемая модель ситуационного лидерства «путь-цель» базируется на мотивационной теории ожидания. Когда имеется жесткая связь между усилиями работников и итогами работы, а также полученными результатами и вознаграждением, то предполагается, что работники удовлетворены и производительны. Именно такая логика является исходным моментом в данной модели. Эффективный лидер ориентирует подчиненных на достижение результата. Идеальный вариант, когда вознаграждение в полной мере соответствует полученному результату.

Основная идея модели этих авторов в том, что руководитель-лидер ориентирует подчиненных на достижение цели. При этом предполагаются различные варианты его поведения. Руководители-лидеры могут менять свое поведение, применяя либо один либо несколько вариантов зависимости от ситуации.

В таблице 1 представлены варианты поведения лидерства, разработанные авторами модели, и их особенные характеристики [2, с.173].

Таблица 1- Варианты поведения руководителя- лидера и его характеристики

| Варианты поведения лидера | Характеристика поведения |
|---------------------------|--|
| Директивное лидерство | Работа планируется, структурируется. Устанавливаются нормы труда; разъясняются правила; подчиненные инструктированы и ориентированы на ожидаемый результат. Стиль поведения ориентирован на задания. |
| Поддерживающее лидерство | К нуждам работников и их благополучию проявляется большое внимание. Развивается дружественный рабочий климат. С подчиненными обращение как с равными. Стиль поведения ориентирован на людей. |

| | |
|--|---|
| Лидерство, ориентированное на достижение | Лидер ставит ясные и сложные цели. Установка в поведении - доверие своим подчиненным и оказание помощи в достижении желаемых результатов. |
| Стиль поведения – участие | Лидер консультируется, советуется с подчиненными во время принятия решения. Поощряет тех, кто принимает участие в решении проблем. Стиль поведения ориентирован на привлечение подчиненных к участию в управлении |

Четыре стиля, описываемые в данной теории, рассматриваются не как личные характеристики лидера, а как формы поведения, которые руководитель может использовать, адаптируясь к ситуации.

Ученые Техасского университета Р. Блейк и Д. Мутон разработали «управленческую решетку», представляющую собой силовое поле между производством и человеком, рис. 3.

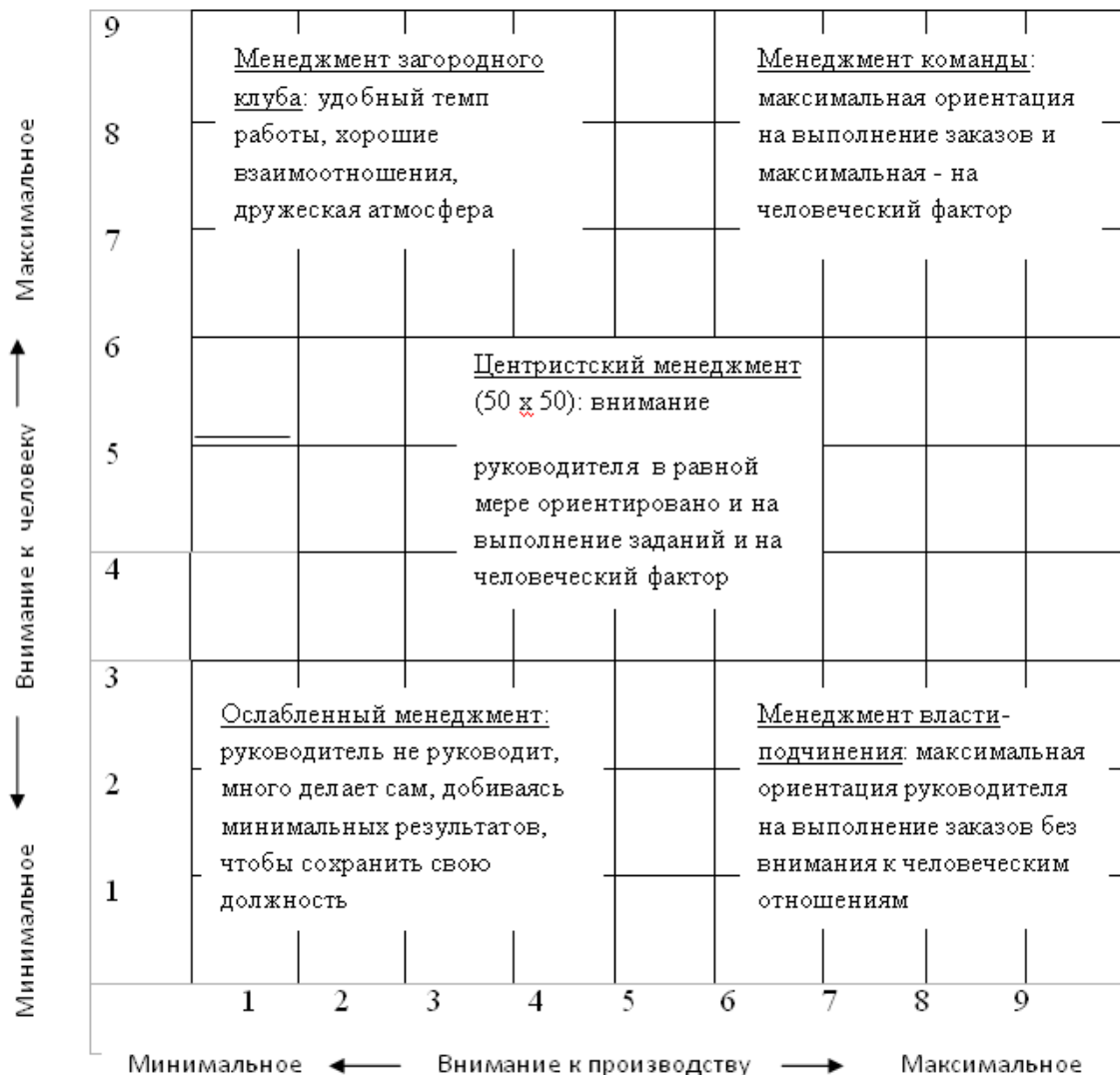
По нашему мнению, именно данная модель представляет интерес с точки зрения учета в ней системного подхода при выборе стиля управления (лидерского поведения). В ней присутствует система пяти стилей лидерского поведения, расположенные в диапазоне от авторитарного до демократического и промежуточные варианты стилей, находящиеся между ними. В остальных моделях в основном исходным моментом является ситуационный подход и влияющие факторы, формирующие конкретную, единичную управленческую ситуацию.

Дадим характеристику каждого стиля управления, размещенные в «решетке» Р. Блейка-Д. Мутона и проанализируем их, рассуждая философски.

Из пяти вариантов стилей управления можно выделить два альтернативных: «наилучший наихудший».

В нижнем левом поле расположена позиция (min – min), в которой размещен наихудший вариант руководства, который характеризуется как «Невмешательство в управление». Философия лидерства здесь отсутствует, а руководитель не проявляет интереса ни к сотруд-

Рис.3 Стили управления в «решетке менеджмента» Р.Блейка Д. Мутона [1, с. 58]



никам, ни к производству. Реально такой стиль управления не должен применяться.

В противоположном верхнем правом углу решетки расположена альтернативная позиция (max-max), в которой размещен наилучший стиль, характеризуемый как «Команда». В данной позиции присутствует одновременное наличие двух максимумов, что свидетельствует о том, что две альтернативы – человеческий фактор (чисто демократический стиль) и производство (чисто авторитарный стиль) совместимы, что исключено, ибо альтернативность (лат. alter один из двух) означает их несовместимость. Исключительность данной позиции в том, что в ней нарушено структурное равно-

весие- баланс двух альтернатив, которые реально в сумме должны равняться 100%. В позиции же двойной суммы альтернатив (100% + 100%) на одном «полюсе» можно видимо допустить только теоретически и идеально. В реальной же действительности одновременное максимальное и взаимоисключающее использование демократического стиля (ориентир на человеческий фактор) и авторитарного (ориентир на задачу) невозможно. Означает ли это, что стиль «Команда» не совсем «вписывается» в силовые поля «решетки» Р. Блейка и Д. Мутона?

Центристский менеджмент расположен в поле между 3-мя и 6-тью баллами по обе-

им осям и считается «Золотой серединой». В данной позиции лидерский (демократический и авторитарный) стиль распределен в соотношении 50 : 50 и в сумме равен 100%. В буквальном математическом смысле это может означать то, что выполнять заказы допустимо наполовину, а это неизбежно приведет к срыву сроков их исполнения, потери доверия заказчиков к производителю. Также половинчатая демократия исключает целостность личности – руководителя и ее раздвоение встречает сопротивление подчиненных.

Левая верхняя позиция (min-max), в которой размещен максимальный демократический стиль может буквально означать необязательность формирования и исполнения заказов потребителей. Благоприятные условия и удобный темп работы несовместимы с применением норм труда и отдыха в соответствии с Трудовым кодексом РФ, с использованием стандартов качества продукции, услуг и т.д. Даже в творческих коллективах, в формальных организациях должны соблюдаться нормативно- правовые акты, что означает об ограничениях свободы человека- исполнителя работы.

Альтернативная позиция (max-min), в которой размещен максимальный авторитарный стиль управления означает, что постоянно достигаются крупные производственные результаты без внимания к человеческим отношениям. Степень свободы у подчиненных – ноль. От них требуется быть всегда «в ноте высокого «до», как у музыканта, или «отличной форме», как у спортсмена. Когда человек находится на повышательной волне, в формате постоянного уровня высоты и особенно без его мотивации, то это может порождать стрессовый стиль жизни и соответственно болезни. Особенно опасно, когда еще и низкий уровень оплаты труда и неудовлетворенность личности в соответствии с теориями ожидания и справедливости.

Таким образом, соответствие двум альтернативным критериям – вниманию к людям и вниманию к производству может (в какой- то степени) означать наличие оптимального стиля. Оптимальный стиль означает, что он наилучший и у него постоянное соотношение процента демократии и авторитарности, например, руководитель на 20% проявляется более как демократ и на 80% более как автократ. Это, в свою очередь, исключает принцип ситу-

ационного подхода в управлении, т.к. в любых ситуациях не надо делать выбор, потому что есть один- наилучший.

Баланс принципов ситуационности и системности в управлении может быть обеспечен моделью гибкого, мобильного стиля. Гибкость и мобильность означает быстрое приспособление к ситуации и повышает устойчивость системы. Однако при этом одновременно исключается стабильность в поведении руководителя и в политике руководства.

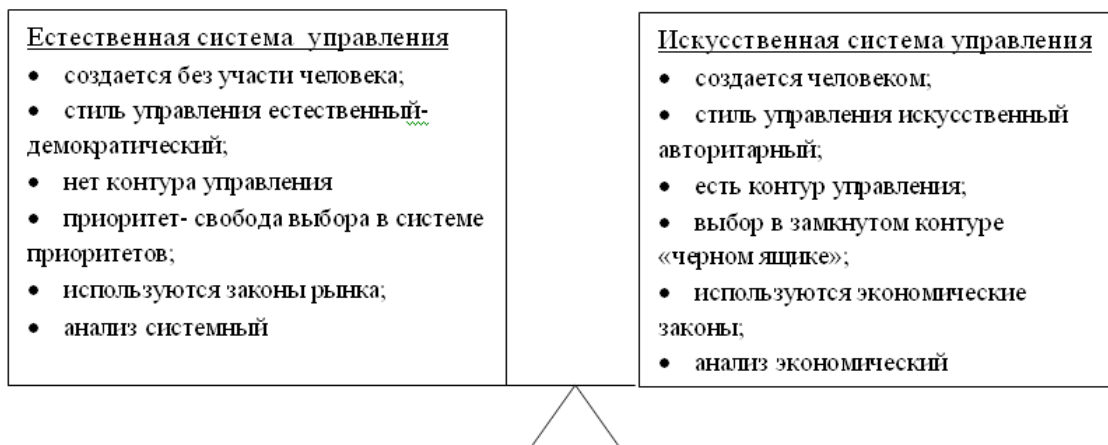
Разрешение описанных противоречий возможно, если использовать правила системного подхода в управлении. Первым исходным моментом обозначим систему ранжирования самих систем с использованием первого критерия – деление систем на естественные и искусственные. Искусственные системы создаются человеком и они имеют определенный контур управления с использованием ограничений.

В качестве ограничений выступают нормы, нормативы, Стандарты, Госты, Инструкции, Положения и т.д. В пределах этих ограничений (контуре) организуется производственно-хозяйственная деятельность, ориентированная на конечный результат всего коллектива. Такая система устойчива к изменениям, происходящим во внешней среде на определенный период времени,

(например, до пересмотра некоторых норм) и только в устойчивой системе можно разрабатывать рациональную (выгодную) политику – товарную, ресурсо-обеспечения, кадровую и др. В рамках ограничений вся неопределенность и подвижность во внешней среде сведены к минимуму.

Естественные системы формируются без участия человека. Примером может быть сообщество граждан страны, управление которым осуществляется государственным аппаратом на принципах демократии. Для естественного демократического руководства характерна свобода граждан, которая, тем не менее, не безгранична, ибо государство также через политику регулирует степень свободы личности.

Основным отличием естественных и искусственных систем будем считать фиксированное рабочее время, в течение которого человек, как исполнитель и подчиненный, пребывает 8 часов на предприятии. Даная система



управления искусственная и в ней адекватным может быть также искусственный авторитарный стиль. Но он не может быть 100%-ным. В управленческой системе для сохранения баланса должны присутствовать естественные составляющие- демократические элементы управления. Где же они должны проявляться?

Ответ на этот вопрос даем, используя систему приоритетов – второй критерий выбора стиля управления. Наиболее приоритетной системой более высокого уровня является естественная демократическая система, а любая авторитарная искусственная система рассматривается как элементарная, локальная, входящая как отдельный элемент. Вполне логично, что каждое предприятие рассматривается в системе рынка как отдельный элементарный субъект хозяйствования, функционирующий на принципе авторитарного управления. Но он входит в другую систему более высокого порядка, в которой работают другие законы. Так, экономические законы работают только в авторитарной системе в рамках внутренней среды предприятия, но они элементарны по сравнению с рыночными законами спроса и предложения и должны им подчиняться. Экономические законы не работают на рынке.

Используем систему приоритетов применительно к стилю «Команда». Необходимо сделать выбор, что более высокого уровня – выполнение поставленных задач (авторитарность) для удовлетворения потребителей рынка или человеческий фактор (демократия для исполнителей). Ответ очевиден- более высокий уровень у первого ориентира – 100%-ное

выполнение заказа. Тогда на второй уровень опускается ориентир – человеческий фактор (демократия). Вполне логичен данный вывод – в искусственной управленческой системе приоритеты выстраиваются в обратной последовательности- от искусственно- авторитарного до естественного – демократического стиля управления.

Противоположная логика в выстраивании приоритетов в естественных системах- от демократической (естественной) до авторитарной (искусственной).

Таким образом, стиль «Команда» можно признать вполне реальным и возможным к использованию менеджментом предприятий. Он означает, что в пределах рабочего времени (смены) человек – производитель функционирует в авторитарной среде. Вне рабочего времени человек становится потребителем с достойным уровнем благосостояния, которое должно обеспечить его предприятие. Когда срабатывает основной прямой фактор – выполнение заказов, тогда косвенно обеспечивается ориентация второго человеческого фактора. В системе приоритетов авторитарность реализуется на первом уровне и она составляет 100%, а демократия на втором уровне и она также составляет 100%.

В естественной системе все наоборот, демократия на первом месте – в системе рынка, авторитарность на втором – во внутренней среде предприятия, рис. 4.

Использование балансового метода, принципов системного и ситуационного подходов в выборе стилей управления позволяет сде-

лать заключительный вывод – одностороннего стиля управления не существует. Выбор стиля управления определяется по «правилу цепи», в последовательности:

– во-первых, проводится обоснование, в какой системе управления делается выбор: естественной с демократическим устройством или искусственной с авторитарным устройством;

– во-вторых, делается выбор поведения лидера с учетом «вычисления» конкретной, единичной управленческой ситуации. Владение ситуацией осуществляется путем организации эффективных коммуникационных каналов связи руководителей и подчиненных.

Источники

1. Дафт Р.Л. Уроки лидерства / пер. с англ. А.В. Козлова / под ред. проф. И.В. Андреевой. М.: Эксмо. 2008.

2. Веснин В.Р. Менеджмент: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Проспект. 2008.

3. Одегов Ю.Г., Козлов В.В., Свиридова В.Н. Организационное поведение в структурно-логических схемах: учебное пособие. М.: Издательство «Альфа-Пресс». 2007.

4. Балынская Н.Р. Основные подходы к определению лидерства в области государственного и муниципального управления // Экономика и политика. 2014. № 2(3). С. 6-10.

5. Балынская Н.Р. и др. Управление персоналом предприятия на основе механизмов стимулирования репродуктивного труда: монография. Санкт-Петербург: Издательство Инфо-да, 2014. 144 с.

6. Кузнецова Н.В., Сеницына О.Н. Бренд, брендинг, бренд-менеджмент: к вопросу о роли в деятельности современной организации // Экономика и политика. 2014. №2(3). С. 118-123.

7. Акьюлов Р.И. Современные инструменты менеджмента и маркетинга в муниципальном управлении // Муниципалитет: экономика и управление. 2014. № 4 (9). С. 85-90.

Большаков С.Н.

д.э.н., д.полит.н., профессор, Санкт-Петербургского государственного университета;

Потолокова М.О.,

д.э.н., профессор Санкт-Петербургского государственного университета.

Bolshakov S.N.,

D.Sc. (Economics), D.Sc. (Political), Professor of St. Petersburg State University (SPbGU);

Potolokova M.O.,

D.Sc. (Economics), Professor of St. Petersburg State University (SPbGU).

ОСОБЕННОСТИ И СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МЕДИА-ЭКОНОМИКИ

CHARACTERISTICS AND STRATEGIES OF DEVELOPMENT OF THE MEDIA-ECONOMICS

Аннотация

В статье анализируются условия функционирования средств массовой информации в условиях рыночных отношений. Анализируются проблемы диверсификации форм собственности в СМИ, влияние социальных и общественно-политических факторов на динамику спроса и предложения медиа. Дается оценка процессов развития рынка рекламных коммуникаций стран БРИК – Бразилии, России, Индии, Китая. Исследуется проблема влияния цифровых коммуникаций на изменение предложения медиапродуктов.

Abstract

The article analyzes the conditions for the functioning of the media under market relations. Analyzes the problems of diversification of forms of ownership in the media, the impact of social and political factors on the dynamics of supply and demand media. Assesses the processes of development of the market of advertising communications BRIC countries – Brazil, Russia, India and China. We study the problem of the influence of digital communications to change the transfiguration of media products.

Ключевые слова

Медиа, экономика, рыночные отношения, средства массовой информации, массовая коммуникация.

Keywords

Media, economy, market relations, mass communication.

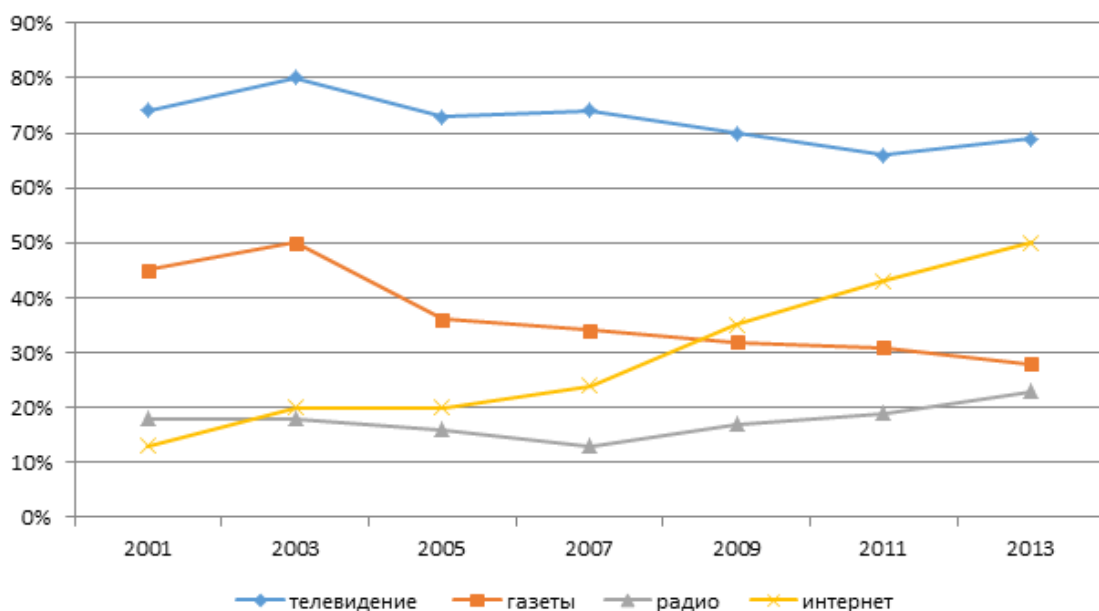
Актуальность исследования вызвана динамикой проблем функционирования рынка в отраслях масс медиа в условиях глобализации, смены информационной парадигмы функционирования. Стратегии развития национальных рынков масс медиа, специфика электронных и рекламных коммуникаций, формирование новых рынков и видов бизнеса в сфере маркетинговых коммуникаций в социальных сетях обуславливают появление комплекса социальных и экономических проблем функционирования средств массовой информации. Нельзя не отметить, что существует целый ряд исследований посвященных данному направлению, как зарубежных исследователей Банержи С., Изарет Ж-М., Нолана Т., Пинеды Ж., так и российских ученых Пую А.С., Вартановой Е. Бодруновой С., Давыдова С. и многих других. настоящее время электронные средства информации занимают все большее место за счет широкого использования компьютерных технологий и Интернета. Наряду с Интернетом и другими подобными системами, обеспечивающими доступность содержания документов в компьютерах, установленных в разных концах мира, к электронным средствам информации относятся и привычные радио и телевидение, новые формы видео- и аудиоинформации, записанной на лазерных компакт-дисках (CD-ROM и DVDROM), а также анимация (мультипликация).

Электронные средства информации, так же как и печатные, при своем производстве проходят стадии подготовки и передачи. Как правило, первая стадия обработки связана с содержательной стороной информации, например, аудио- или видеозаписями. Мультимедийные системы дают возможность представления информации в комплексном виде и с одновременным использованием нескольких каналов ее создания. Внедряемое сквозное цифровое управление производственными процессами, реализуемое цифровыми методами (Workflow), обеспечивает ускорение выпуска продукции.

Таблица 1 Тенденции развития рынка печатных и электронных средств информации

| | 1996 | 2011 |
|---------------------------------|------|------|
| Электронные средства информации | 30% | 50% |
| Печатные средства информации | 70% | 50% |

Рис. 1 Меняющаяся новостная среда граждан США, 2013



*Примечание: Представителям взрослого населения США задали вопрос о том, откуда они узнают о событиях в стране и за рубежом. Респондентам разрешалось назвать максимум два источника. В % респондентов из США. Источник: Pew Research Centre, 2013

Рынок печатных средств информации, несмотря на рост электронных медиа, останется и в дальнейшем привлекательным, с большим оборотом. Человечество не может отказаться от книг, упаковки, рекламы. Во всем мире наряду со спросом на электронные средства увеличивается потребность и в печатной продукции.

Печатные и электронные средства информации имеют свои предпочтительные области применения и сегменты рынка и лишь частично участвуют в конкуренции между собой. Анализ спроса на печатные СМИ отчетливо показал, и это многократно было подтверждено, что с растущим распространением электронных медиа в последние годы возрастет также потребность и в печатных. Так, остаются необходимыми, например, справочники, описания и дополнительная информация об электронных медиа и об их обслуживании. Эти источники содержат функциональные описания, которые дают возможность осмысленного использования электронных средств.

Цель настоящего обзора раскрыть тенденции развития экономики конвергентных СМИ, обобщить сценарии развития рынка IT-бизнеса, раскрыть потенциал рынка СМИ и рекламы в странах Бразилии, России, Индии, Китая (БРИК).

Распространяемые СМИ данные рейтинговых агентств, односторонняя интерпретация национальных экономических показателей часто выступают инструментами внешней политики. Мировой медийный рынок по-прежнему не выглядит устойчивым. Размещаемая в Интернете информация с каждым днем все больше и больше влияет на целый ряд решений – как минимум, инвестиционных, а во вторую очередь – и политических. Актуальную информацию о том, что происходит сейчас в мире, люди получают сегодня не только из традиционных СМИ, но в первую очередь из социальных сетей – из Twitter, Facebook, YouTube. Современные социальные сети создают платформу, где каждый может рассказать новость каждому и принять участие в обсуждении. Аббревиатуру СМИ – «средства массовой информации» – иногда стали расшифровывать как «слишком много информации»

Результаты социологического опроса США, известного исследовательского центра «Pew Research Centre», об источниках международной информации среди граждан США, выявил следующую динамику (см. рис.1)

В США Интернет опередил радио и газеты в качестве источника новостей. Перенасыщен-

ность информационного поля и поставила вопрос о доверии масс-медиа аудитории к той информации, которая ежедневно потребляется в значительных объемах. Психологи заговорили о так называемой невротизирующей природе пребывания в информационном пространстве: недоверие к источникам, опасение, что трактовка может оказаться неполной или предвзятой, невозможность усвоить нужный объем, дефицит времени оказывают на аудиторию невротизирующее воздействие. Другое заметное современное явление – блокировка информации: человек сознательно или подсознательно стремится оградить себя от нежелательной или просто избыточной информации.

Первыми это констатировали представители рекламного бизнеса. Теперь это с каждым днем становится все более справедливым для других видов информации. В условиях переизбытка информации включаются механизмы психорегулирования, блокирования аудио- и визуальной модальности, немедленное вытеснение информации в подсознание, снижение ее значимости, высмеивание и т.д.

Нельзя не отметить, что рост рекламных рынок в России обусловлен бурным ростом отраслей ИТ-бизнеса, темпы которого были близки к 100% в годовом исчислении. Почти два

года подряд удваивались доступный капитал и объем инвестиций в ИТ-компании. По данным агентства Dow Jones, в 2012 году Россия вышла на 4 место в Европе по объему инвестиций и на 1 место – по темпам роста, причем большая часть инвестиций идет в ИТ и интернет-сектор.

Согласно результатам международного исследования BCG (Boston Consulting Group) в 2010 г. (см. рис.2) доля интернет-экономики от ВВП среднем по 20 ведущим странам мира составила 4,3%. В России данный показатель оказался равен 1,9%. По результатам опроса экспертов в этом исследовании, ожидания по поводу изменения положения России по доле Интернет-экономики от ВВП от среднего значения по 20 ведущим онлайн экономикам в 2018 г. распределились следующим образом.

Объем рынка медийной рекламы России составил 19,20 млрд руб., что на 21% больше, чем в 2011 году. Рост рынка медийной рекламы в 2013 году составил 16%. Контекстная реклама за 2012 год набрала в объеме 37,55 млрд руб., что составило рост в 55%. Рост рынка контекстной рекламы в 2013 год, по оценке специалистов, составил 28%. Видеореклама за текущий промежуток времени выросла на 118%, до 1,74 млрд руб., и ожидаемый прогноз на текущий год составляет 72%. Поисковая оп-

Рис.2. результаты экспертного опроса BCG (Boston Consulting Group) в 2010 г. о состоянии интернет экономики в России



тимизация за прошедший год набрала 10,24 млрд руб., что в процентном показателе составило рост на 20%. Рынок маркетинга и коммуникации в социальных сетях был оценен на 2012 в объеме 4,67 млрд руб., с перспективами роста в 32%.

Сфера электронной коммерции в России аккумулируется в 4 сегментах: онлайн-ритейл в объеме 284,96 млрд рублей; электронные платежи в объеме 268,7 млрд рублей, а также рынок цифрового контента в интернете (видео, музыка, книги), который составил 5,07 млрд руб. Сегмент онлайн-трэвел достиг отметки в 153,20 млрд руб., что составляет прирост 40% по сравнению с предыдущим годом и ростом на 29% в 2013 г. в развивающейся интернет-экономике границы рынков быстро меняются и эксперты не всегда готовы очертить эти границы.

С ростом популярности новых гаджетов и моделей дистрибуции задача лишь усложняется. Так, все большее количество сервисов можно по формальным признакам отнести к облачным, а электронные платежи становятся «кровеносной системой» интернет-экономики, переплетенной со всеми другими сегментами рынка. С другой стороны, такие сегменты, как экономика IT-бизнеса, заслужили более подробной оценки.

По оценке представителей экспертного сообщества, предметом около 70% инвестиционных сделок, состоявшихся на российских рынках в 2012 году, были инвестиции в IT и интернет-компании. Половина всех инвестиций, сделанных в России, была произведена в сегмент пользовательского Интернета, в различные проекты, связанные с электронной торговлей. Общий объем всех инвестиций в 2012 г. составил более 1 млрд. долл. США, из которых 500 миллионов пришли в интернет-проекты, главным образом в сегменте пользовательского Интернета.

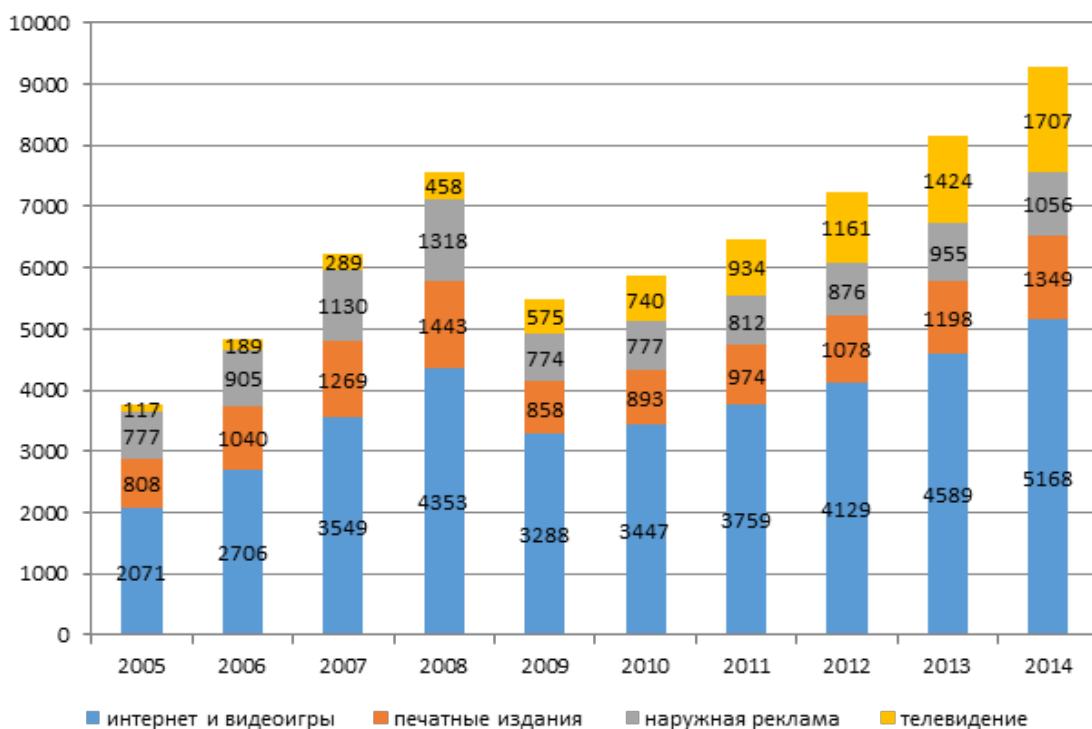
Сегодня информационные технологии стали основой экономического развития, и новый тренд – это приход IT-технологий в реальный сектор экономики. Речь идет о разнообразных смарт-системах, интеллектуальных распределенных системах управления, о том, что называется digital manufacturing, о применении IT-решений в секторе биотехнологий (все мы наблюдаем бурное развитие биоинформатики) и так далее. Согласно имеющимся данным,

интернет-сегмент, который, так или иначе, является частью IT-индустрии, в 2013 году дал около 5% от ВВП России и растет со скоростью 30% в год.

Неравномерно развитие мирового IT-рынка и в региональном разрезе. Так, по данным PwC, в 2012 г. наибольшие темпы роста продемонстрировал Азиатско-Тихоокеанский регион (АТР), который увеличил IT-расходы на 6,2% и продолжит занимать лидирующие позиции в дальнейшем. Опережающий ранее конкурентов IT-рынок Америки в 2012 г. сравнялся по темпам развития с IT-рынком стран EMEA (Европа, Ближний Восток и Африка), 3%, и в ближайшее время будет расти с ним примерно в одном ритме (до 4% к 2013 г.). Согласно данным Gartner, на долю развивающихся рынков, в том числе рынков стран Азиатско-Тихоокеанского региона (исключая рынки Японии, Австралии, Новой Зеландии, Сингапура, Южной Кореи, Гонконга и Тайвани), Латинской Америки, Ближнего Востока и Африки (кроме Израиля), Центральной и Восточной Европы, в 2012 г. приходится 31% мировых IT-затрат. Латинская Америка взяла на себя около 8%, Ближний Восток и Африка – около 6,5%, Центральная и Восточная Европа – около 4%, а Азиатско-Тихоокеанский регион – около 12,5% мирового IT-рынка. Более половины IT-расходов среди развивающихся стран или 17% мирового показателя в 2012 г. приходится на БРИМК (Бразилию, Россию, Индию, Мексику и Китай).

Нельзя сказать, что существует определенное сходство в бизнес-моделях IT-индустрии. Все продолжают в основном утверждать, что, вне зависимости от рынка, важна реклама. Компаниям для развития необходима рекламная поддержка. В той же мере цифровое пространство, которое тоже пыталось занять лидирующие позиции по размещению рекламы, принесло сильное разочарование. По мнению известного специалиста в области цифрового бизнеса П.Вистербака: «все самые известные интернет-бренды США, или почти все, потерпели провал в Китае. Google не занимает там первой позиции. Amazon нет на их рынке, eBay тоже отсутствует. Groupon также терпит неудачу. Все они терпят неудачи, за исключением компании Apple, у которой дела идут отлично. Есть еще несколько исключений. Но все эти Интернет-бренды не являют-

Рис.3. Затраты на рекламу в России (в млн. долл. США текущие цены, по среднему обменному курсу в 2009 году)



ся по-настоящему глобальными». Интернет из коммуникационной среды, из места, где используются самые передовые технологии, превратился в мощнейший политический фактор.

За 10 лет с момента появления телевидения в США оно завоевало долю рекламодателей, в точности равную доле зрителей. За 15-16 лет истории коммерческого Интернета доля рекламодателей, инвестирующих в Интернет в США, до сих пор значительно отстает от доли пользователей сети.

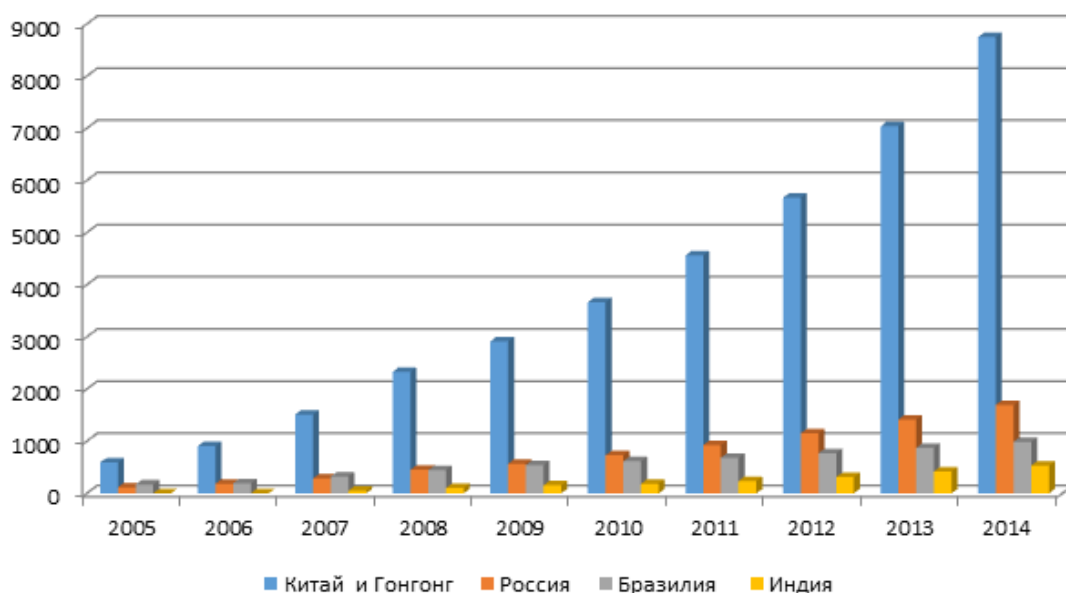
Реклама в России на интерактивных носителях является драйвером роста. На рис. 3. Продемонстрированы затраты на рекламу в млн. долл. США текущие цены, по среднему обменному курсу в 2009 года.

Классический подход в измерении эффективности рекламного бизнеса в цифровую эпоху состоит, в следующем – доход от рекламы измеряется доходом за тысячу просмотров страницы или тысячу кликов на рекламный баннер. В случае с неограниченным ассортиментом стоимость рекламы держится невысокой. Превращение контента в деньги, которые пользователи платят за то или другое в интернете, развивается весьма быстрыми темпами.

По мнению американских специалистов, вместо демонстрации рекламы, требовавшей больших затрат времени на создание послания бренда, которое затем проходило через авторские агентства, компания Google просто стала отражать около 160-200 текстовых знаков, которые каждый может найти в сети. Секрет успеха Google кроется в верно выбранном формате, а также в том, что это произошло отчасти незаметно, потому что были малые и средние компании, которые обычно не рекламировались и вдруг внезапно стали рекламироваться.

Добросклонская Т.Г. отмечает: «Развитие технических средств связи постоянно расширяет как общий объем текстопроизводства в сфере массовой коммуникации, так и совокупный объем повседневного речепользования. Особая роль в этом процессе, несомненно, принадлежит непрерывному текстообмену в виртуальном пространстве. Для описания нового типа мультимедийных текстов, органично сочетающих черты традиционных СМИ с возможностями новейших информационных технологий, включая различные виды мобильной телефонии, используется специальный термин – конвергентные тексты».

Рис.4. Затраты на рекламу в странах БРИК (в млн. долл. США текущие цены, по среднему обменному курсу в 2009 году)



Информационно-коммуникационное сопровождение любого политического и экономического интеграционного объединения обеспечивает его результативность и успешность. Несомненно требуют дальнейшего исследования тексты по проблематике БРИКС, интернет-изданий, политических блогов, «многомерных текстов» различных телеканалов, реализующие возможности семиотических систем.

Нельзя не отметить, что ширящееся в России вмешательство государства в деятельность IT-бизнеса не имеет под собой какой-либо внятной стратегической основы. Несмотря на разнообразие принимаемых «программ развития», и исполнительная, и законодательная власти сегментируют «рынок поддержки» и регулирования отраслей IT-бизнеса предпринимают попытки срочно что-то изменить в меру своего понимания и видения текущей политической и экономической ситуации. Совершенно не ясно, как повлияет законодательные новеллы 2014 г. о хранении данных на территории РФ на начинающие интернет-компании (стартапы). Такая крупнейшая страна БРИКС, как Бразилия, после некоторого обсуждения решила не принимать подобный закон.

Эксперты, также указывают на определенную незрелость рынка рекламы в сетевых коммуникациях: несмотря на повсеместную современную моду использовать социальные

медиа для продвижения товаров и услуг, рекламодатели не до конца понимают механизм их работы и собственные потребности. Другой быстрорастущей областью является сегмент видеорекламы. Это связано с постепенным, только начавшимся перетеканием аудитории с традиционного телевидения на интернет-площадки, предоставляющие доступ к телевизионной и видеопродукции, а также традиционно большей эффективностью новых рекламных форматов. При этом простота адаптации телевизионной рекламы под интернет-форматы также упрощает выход новых рекламодателей на этот рынок. Появляется все больше потенциальных каналов для рекламного взаимодействия: если сейчас все большим становится проникновение смартфонов и планшетов, то в ближайшем будущем эксперты видят немалый потенциал у SmartTV и «носимой» электроники (умные часы, Google Glass)

Анализ показывает существенную долю Китая, среди стран БРИК, по показателю интерактивной рекламы (см. рис.4).

Интернет-СМИ, веб-сайты крупных газет и журналов, уже вынуждены модернизироваться под реалии Веб 2.0, оптимизируя свои проекты под функционал социальных медиа. Задача маркетологов и рекламных агентств, работающих в странах БРИК, осложняется значительной территорией этих стран, где потенциальные

потребители являются носителями разных культур, языков и традиций. Маркетинговая инфраструктура в таких странах как Китай, Индия и Россия пока еще развивается, и западные корпоративные культуры, которые воспринимаются как должное в экономически зрелых странах, еще находятся в стадии формирования. Для рекламных агентств с глобальным охватом закрепиться в Китае и Индии стало стратегической необходимостью.

Глобальная консолидация рекламной деятельности способствует усилению позиций рекламных агентств на данных континентах. Стратегическое развитие рекламного бизнеса в азиатских странах выражается в постоянном росте котировок акций рекламно-коммуникационных холдингов. Благодаря поглощениям и слияниям, рекламные гиганты смогли существенно повысить свою конкурентоспособность в странах БРИК.

По мнению многих специалистов, благодаря развитию Интернета, цифрового телевидения, видеоигр и росту числа игорных заведений и т.п., будущий рост не менее чем на четверть будет обеспечен развитием рекламного бизнеса именно в странах БРИК.

Ключевые факторы, определяющие траектории развития отрасли в XXI в., иные – это меняющийся характер медиапотребления, вызванный социально-демографическими причинами, и революционные изменения технологий (так называемая «цифровая революция»). Благодаря возможностям, открытым цифровыми технологиями, традиционная цепочка создания ценности в отрасли трансформируется в мультимедийную. Такая же трансформация происходит и с бизнес-моделями медиакомпаний.

Перспективы развития информационных технологий однозначно проецируют значительный рост медиарынка в целом и его сегментов, как в географическом, так и в отраслевом контекстах. Рост медиарынка объективно обуславливает конкуренцию в медиабизнесе, поиск новых форм продвижения услуг на рынке массовой информации, рекламы, маркетинговой информации и коммуникаций.

Источники

1. Banerjee S., Izaret J-M., Nolan T., Pineda J. Making More Money from Data: Five Pricing Secrets of B2B Information-Services Companies. Published «BCG». October

2014.pp.1-10

2. PwC Global Entertainment & Media Outlook 2010-2014гг. Pricewaterhouse-Coopers. <http://www.pwc.com/> [дата посещения 10.10.2014]

3. Vartanova E.L. Interpreting mass media and journalism in contemporary society.

World of Media. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies. 2011. № 2. С. 7-21.

4. Bodrunova SS, Litvinenko A.A. Hybridization of the media system in Russia: technological and political aspects. World of Media. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies. 2013. № 3. pp. 37-49.

5. Добросклонская Т.Г. Методология анализа медиатекстов в условиях конвергентных СМИ // Развитие русскоязычного медиапространства: коммуникационные и этические проблемы. Материалы научно-практической конференции (26 – 27 апреля 2013 г.). Москва: Издательство АПК и ППРО. 2013. С. 18-27.

6. Лобанова Т.Н. БРИКС: государственное управление, политика, экономика // Государственное управление. Электронный вестник. Москва. №47. Декабрь 2014.с.390-412.

7. Пую А.С., Бодрунова С.С. и др., Современная зарубежная журналистика. Глокализация в практике западноевропейских СМИ: учебное пособие. Санкт-Петербург. СПбГУ. 2010. С.170

8. Страны БРИКС – драйвер роста мирового рынка IT http://www.cnews.ru/reviews/new/rynok_it_itogi_2012/articles/strany_briks_drajver_rosta_mirovogo_rynka_it/ [дата посещения 10\10\2014]

9. Экономика рынков интернет-сервисов и контента в России 2011-2012. / под редакцией Давыдов С. Москва. Издательство ГУ-ВШЭ. РАЭК. М. 2013. С. 47

10. Киппхманн Г. Энциклопедия по печатным СМИ. М. «МГУП»- «А.Шпрингер».2010. с.1245.

11. Большаков С.Н., Большакова Ю.М. Тенденции развития пространства рунета // Экономика и политика. 2014. № 1(2). С. 43-47.

12. Балынская Н.Р. Роль СМИ в создании имиджа территории: муниципальный уровень управления (на примере Магнитогорска) // Экономика и политика. 2014. № 1(2). С. 14-16.

13. Балынская Н.Р. Функционирование правовой информации в масс-медийных потоках глобального мира // Вопросы управления. 2012. №1(1). С. 7-12.

14. Балынская Н.Р., Ковалева М.М. Специфика создания образа власти в средствах массовой информации в условиях информационно-технического прогресса (на примере Челябинской области) // Вопросы управления. 2014. № 6(12).

15. Балынская Н.Р. Специфика участия средств массовой информации в политическом процессе современной России: монография. – Екатеринбург: Уральская академия государственной службы. 2009. 183 с.

Большакова Ю.М.,

к.полит.н., доцент

Санкт-Петербургского государственного университета
сервиса и экономики.**Bolshakova Yu.M.,**Ph.D., Associate professor of St. Petersburg State University
of Service and Economy.

О КОНЦЕПТЕ «ОТКРЫТЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ» И ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ СЕРВИСА ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ

ABOUT THE CONCEPT “OPEN DATABASES” AND THE FORMATION OF THE SERVICE SYSTEM OF GOVERNMENT SERVICES

Аннотация

Характеризуется необходимость повышения информационной открытости органов государственной власти в условиях модернизации системы государственного и муниципального управления, показывается объективная необходимость перехода к управлению социальной сферой на основе жизненных ситуаций. В статье раскрыт дискурс трансформации сервиса государственных услуг, проблематику повышения качества государственного и муниципального управления.

Ключевые слова

Государственные и муниципальные услуги, государственное и муниципальное управление, качество управления, информационная открытость власти.

Abstract

Characterized by the need to increase transparency of public authorities in the modernization of the state and municipal government, shows the objective necessity of transition to social management on the basis of situations. The article discloses the discourse of transformation of service of public services, improving the quality problems of state and municipal government.

Keywords

State and local government services, state and municipal management, quality management, information transparency power.

Необходимость законодательного закрепления механизмов обеспечения свободного

доступа к информации, в первую очередь к официальной информации, определяется интересами государства сделать власть прозрачной, обеспечить постоянное взаимодействие государства и общества через широкое использование решений власти населением. Сейчас особенно важно активизировать процесс разработки информационного законодательства, которое является важнейшим инструментом реализации государственной информационной политики.

В статье 10 Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод информационные права выступают как составная часть свободы выражения мнения: они должны реализоваться «без вмешательства со стороны публичных властей и независимо от государственных границ». По мнению Европейского Суда, это не означает, что на государство возлагается обязанность собирать и распространять информацию по собственной инициативе, – речь идет о доступе к информации, а не о праве на информацию в собственном смысле.

В современном мире рынок выбирает открытые данные, и бизнес-модель, предполагающая открытость данных, – гораздо более предпочтительный вариант, особенно для компаний, принадлежащих к сектору информационных технологий. Правительства различных стран начали внедрение концепции открытых данных – обеспечения свободного доступа к информации, собранной государственными органами и не являющейся конфиденциальной. Имея доступ к этой информации, компании, предприниматели и рядовые граждане могут использовать ее в качестве основы для новых идей, создавать инновационные сервисы и иным образом способствовать развитию общества.

Прозрачность данных позволяет увеличить доходы, сократить издержки, создать новые рабочие места. Экономические преимущества прозрачности данных в таблице 1.

Таблица 1 Экономические преимущества прозрачности данных

| | |
|------------------------------------|--|
| Преимущества для правительства | Преимущества для частного сектора |
| Сокращение транзакционных издержек | Появление нового бизнеса |
| Повышение качества услуг | Снижение издержек на преобразование данных |

| | |
|--|---|
| Создание рабочих мест | Повышение информированности принимающих решения лиц |
| Поощрение предпринимательства | Повышение квалификации сотрудников |
| Возможность реализации высококачественной информации | |
| Увеличение налоговых поступлений | |

Информационные технологии помогают решать данную проблему, но при этом создают новые потребности. Правительство «On Line» (в интерактивном режиме) является крупнейшей инициативой, основная цель которой предоставить гражданам интерактивный доступ к услугам государственных органов, но это подразумевает и предоставление правительственной информации в электронной форме.

В 2013 году правительство РФ внесло в законодательство значительный массив поправок, который позволил органам власти, Правительству раскрывать информацию в машиночитаемом формате, в формате открытых данных, бесплатно, для общего пользования. Концепция по открытым данным разработана правительством совместно с широкой общественностью, с Открытым правительством, с экспертами. Она прошла очень широкое обсуждение в Интернете, было получено несколько десятков тысяч комментариев. У нас государственные органы до сих пор не были «заточены» под то, чтобы делать информацию о своей деятельности публичной, нести ответственность за ее адекватность, своевременность, за чистоту данных, а тем более размещать ее в более продвинутых форматах, которые нужны для того, чтобы можно было обрабатывать эти данные в машиночитаемом виде.

Модернизация системы предоставления качественных услуг органами государственного и муниципального управления – комплексная задача, не решаемая разобценными усилиями отдельных ведомств. Глобальные задачи реформирования системы оказания государственных и муниципальных услуг, поставленные Правительством, потребовали организации взаимодействия ведомств на новом уровне. В связи с этим был осуществлен переход на межведомственное взаимодействие.

Законом был установлен запрет для государственных служащих требовать от получателей государственных и муниципальных услуг документы, уже имеющиеся в распоряжении органов власти. Что, в свою очередь, потребовало реализации полноценной электронной системы обмена данными между ведомствами, внедрение которой позволило сократить сроки предоставления государственных и муниципальных услуг.

Направление «Повышение информационной открытости» в системе мероприятий по совершенствованию государственного управления предполагает создание условий доступности в сети Интернет для всех аудиторий актуальной информации о деятельности государственных органов и порядке предоставления государственных и муниципальных услуг [1]. В 2011 году создан инструмент контроля данного направления – автоматизированная информационная система мониторинга государственных сайтов, размещенная по адресу gosmonitor.ru, Развитие этой системы позволяет выявлять критичные и неразвитые особенности функционирования сайтов государственных органов и стимулировать представителей государственных органов, ответственных за работу официальных сайтов, совершенствовать функциональные характеристики для удобной работы и использования. В рамках повышения информационной открытости проводится работа по обеспечению доступа в сети Интернет к открытым данным, содержащимся в информационных системах органов государственной власти Российской Федерации, благодаря чему деятельность государственных органов должна стать понятнее и доступнее для граждан.

Чтобы оценить потребности и ожидания граждан и эффективно удовлетворять их, чтобы предвидеть возможные проблемы и формулировать стратегии для адекватного вмешательства, учреждения должны постоянно контролировать и анализировать настроение общества, на которое направлены их стратегии, программы, услуги и инициативы.

Для повышения качества государственных и муниципальных услуг и совершенствования системы их оказания в Минэкономразвития России ежегодно проводится мониторинг качества и доступности государственных и муниципальных услуг, а также исследование сте-

пени удовлетворенности граждан качеством деятельности государственной власти и органов местного самоуправления в части предоставления государственных и муниципальных услуг и осуществления контрольно-надзорных функций.

Государственные и муниципальные учреждения должны заниматься связями с общественностью параллельно со своими обычными делами. Работа с гражданами является предметом разделенной ответственности, и ее надо проводить согласованно с другими функциями управления. Необходимо постоянно поддерживать определенную рабочую связь между информационной деятельностью и другими фундаментальными функциями, такими, например, как реализация стратегий и программ, предоставление услуг, работа с кадрами, обработка информации и освоение информационных технологий.

Государственные и муниципальные учреждения должны включать планирование своей информационной политики в ежегодное планирование своей оперативной деятельности и оценивать ее как неотъемлемую часть этой деятельности. В планах работ должны учитываться потребности учреждения в области связей.

Каждое государственное и муниципальное учреждение должно выработать общий план в области публичных связей и открытых данных, в котором бы:

- содержались приоритеты правительства, министерств и учреждения;
- был четко указан получатель информации (граждане, группы партнеров, и т.д.) внутри и вне учреждения;
- учитывались мнения и озабоченность получателей информации внутри и вне учреждения (внешние и внутренние настроения и ситуация);
- определялись стратегии и методы в области связей с общественностью, содержание обращений к получателям информации и круг ответственности;
- четко обозначались потребности оперативного характера и необходимость в ресурсах.

Исследования показывают, что сегодня в разных странах есть уже достаточно свидетельств огромной потенциальной роли откры-

тых данных для экономического роста. Такие исследования были сделаны Евросоюзом, а недавно McKinsey опубликовали отчет – многие из вас, наверное, о нем слышали: они проанализировали семь крупнейших отраслей и посчитали, что потенциальный экономический эффект от реализации открытых данных составит в мире три триллиона долларов. Сегодня такие ведущие страны, как США, Великобритания, Голландия активно занимаются коммерциализацией открытых данных.

Сегодня информационные технологии стали основой экономического развития, и новый тренд – это приход ИТ-технологий в реальный сектор экономики. Речь идет о разнообразных smart-системах, интеллектуальных распределенных системах управления, о том, что называется digital manufacturing, о применении ИТ-решений в секторе биотехнологий (все мы наблюдаем бурное развитие биоинформатики) и так далее. Согласно имеющимся данным, интернет-сегмент, который, так или иначе, является частью ИТ-индустрии, в 2013 году дал около 5% от ВВП России и растет со скоростью 30% в год.

Проблема либерализации рынка государственных услуг, таких как социальное обеспечение, часть государственных служб, в большей степени взаимозависима от факторов территориального потребления государственных услуг. Критическим фактором в обеспечении качества публичных услуг является профессионализация кадров государственного управления и служение идеалам государственной службы, как считает С.Хортон. Исследователи Фостер, Вилдинг, Лаутон отмечают, значение внутренней оценки качества услуг включающие – обязательство, ответственность, целостность, беспристрастность, организационное поведение и аккумулирование общественного интереса, отличного от частных интересов. Однако реформы и контекстные изменения государственного сектора в рамках модели «new publik management», продемонстрировали высокие результаты во многих странах, стимулировали принятие управленческих ценностей бизнеса и частного сектора и соответствующих принципов администрирования. люди, работающие в сфере предоставления государственных услуг тесно взаимосвязаны морально-этическими обязательствами служения, мотивированы

идеалом государственной службы. Это характеризуется рядом ценностей, таких как честность, целостность, ответственность, активность в вовлечении в процесс, например, продвижения на основе личных заслуг или общественного признания. Это предполагает, что те, кто соблюдает требования идеала служению государству, будут заинтересованы, чтобы способствовать соблюдению общественного интереса, а не частных интересов на государственной службе.

В Великобритании на основе результатов исследований в фокус-группах, консультаций с менеджерами государственного сектора выявили некоторые из ключевых показателей качества государственного сектора являются: бизнес-модель превосходства, инвестиции в персонал, устав-марка, ISO 9000, система сбалансированных показателей и бенчмаркинг.

Для обеспечения равных возможностей доступа к государственным и муниципальным услугам требуется функционирование «посредника» в лице многофункционального центра предоставления государственных и муниципальных услуг (далее – МФЦ), который оказывает услуги по приему документов, выдаче результатов услуги, а также организации межведомственного взаимодействия, являясь при этом «одним окном» для заявителей.

Как показывает анализ проведенный автором, на первоначальных этапах реформирования государственного управления основными задачами являлись: реализации «пилотных» мероприятий по внедрению принципа «одного окна», анализ и обобщение накопленного опыта, выявление лучших практик по созданию МФЦ и формирование правовой базы развития нового направления. В рамках реализации данных мероприятий отдельное внимание уделялось оптимизации административных процедур и регламентации процесса предоставления государственных и муниципальных услуг.

Таким образом, следует констатировать, что реализация многопланового принципа доступности обращения за предоставлением государственных и муниципальных услуг должна быть основным направлением совершенствования государственного (муниципального) управления в части удовлетворения потребностей и желаний населения.

Источники

1. The open data economy: unlocking economic value by opening government and public data, Capgemini Consulting, 2013.
2. Activities for Public Service Quality Improvement in Public Working Group <http://www.nispa.sk/news/kalnins.rtf>
3. AMA. Management handbook. – Edited by John J. Hampton.- AMACOM., American Management Association, New York., 1994.
4. Институты прозрачности государственного управления: Канадский опыт для России / под. ред. О.В. Афанасьева и С.В. Кабышева. М.: «Формула права», 2006. – 205 с.
5. Большаков С.Н., Большакова Ю.М. Тенденции развития пространства рунета // Экономика и политика. 2014. № 1(2). С. 43-47.
6. Акьюлов Р.И. Современные инструменты менеджмента и маркетинга в муниципальном управлении // Муниципалитет: экономика и управление. 2014. № 4 (9). С. 85-90.

Бойцов В.Г.,
старший преподаватель Магнитогорского государственного
технического университета им. Г.И. Носова;

Баранова Ю.О.,
Студент Магнитогорского государственного
технического университета им. Г.И. Носова.

Boytsov V.G.,
Assistant professor of Nosov Magnitogorsk State
Technical University;

Baranova Y.O.,
Student of Nosov Magnitogorsk State
Technical University.

МАЛЫЙ БИЗНЕС В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ И ЗА РУБЕЖОМ: ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ И ФОРМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ

SMALL BUSINESS IN THE RUSSIAN ECONOMY AND ABROAD: DEVELOPMENT INDICATORS AND FORMS OF STATE SUPPORT

Аннотация

Экономика большинства крупных экономически высоко-развитых стран построена на функционировании предприятий малого и среднего бизнеса. Малый бизнес выполняет социальную функцию, обеспечивая занятость различных слоев населения. Особую значимость имеет инновационная функция малого бизнеса, так как внедрение инновационных проектов способствует развитию экономики государства и увеличению темпов экономического роста. В российской экономике развитие малого бизнеса сдерживается рядом факторов: налоговые барьеры (около 40% участников опросов констатировали, что вынуждены были закрыть свое дело из-за нерентабельности, которая связана с высокой налоговой нагрузкой), кредитные проблемы (в 2014-15 гг. до 30% респондентов отмечали высокую процентную ставку по кредиту), бюрократические препятствия, слабая правовая защищенность предприятий малого бизнеса. В этой связи приобретает актуальность проявление государственной поддержки малого бизнеса.

Abstract

The economy of most of the major economically developed countries is built on the functioning of enterprises of small and average business. Small business has a social function, providing employment to a diverse population. Special importance has the innovative feature of small business, since the implementation

of innovative projects contributed to the development of the state's economy and increase economic growth. In the Russian economy, small business development is constrained by several factors: tax barriers (about 40% of respondents stated that they were forced to close their business due to unprofitability, which is associated with a high tax burden), credit problems (at 2014-2015 to 30% of respondents mentioned high interest rate on the loan), bureaucratic obstacles, poor legal protection of small businesses. In this regard may be very actual the manifestation of the state support of small business.

Ключевые слова

малый бизнес, предпринимательство, показатели развития малого бизнеса, сдерживающие факторы, государственная поддержка малого бизнеса, государственное финансирование, программа развития малого бизнеса в Челябинской области.

Keywords

Small Business, Entrepreneurship, Indicators of Small Business Development, Constraints, State Support of Small Business, Government Funding, the Program of Development of Small Business in the Chelyabinsk Region.

Наличие среднего класса в стране является показателем экономической стабильности. Основой же среднего класса традиционно считается малый бизнес. Кроме того, малое предпринимательство в странах со стабильной экономикой – один из ведущих секторов, во многом задающий темпы экономического роста, состояние занятости населения, определяющий структуру и качество валового национального продукта. Это существенная составляющая рыночного хозяйства, реального сектора экономики, основа конкурентного механизма. По данным Минэкономразвития [1], доля малого бизнеса в ВВП крупнейших стран составляет более 50%, в том числе в быстрорастущей экономике Китая – около 60%. В российской экономике доля малого бизнеса в ВВП значительно отстает от показателей развитых стран, отмечает Э. Набиуллина.

По данным за 2012 год количество малых предприятий (в тыс.) составляло: в Великобритании – 2630, в Германии – 2290, в Италии – 3920, в США – 19300, в Японии – 6450, в России – 836,2.

Доля малого бизнеса в ВВП страны достигает в Великобритании – 53%, в Германии – 54%, в Италии – 60%, в США – 52%, в Японии – 55%, в России – 20%.

Малый бизнес обеспечивает занятость в Великобритании на 49%, в Германии на 46%, в

Италии на 73%, в США – 54%, в Японии -78%, в России – 9,6% от общей численности занятых [2].

Малый бизнес придаёт экономике необходимую трансформационную гибкость, подвижность, изменчивость, создает внешнюю конкурентную среду, которая выступает основной движущей силой развития экономики и общества в целом.

По мнению экспертов, малый бизнес в развитых странах играет важную социальную роль, так как обеспечивает рабочие места для различных слоев населения. В свою очередь, доходы, которые государство получает от деятельности малых предприятий, направляются, в том числе, и на социальные проекты. В условиях социально ориентированной направленности современной экономики, переход к которой актуален для сегодняшней России, роль малого бизнеса многократно возрастает. Поэтому одной из стратегических задач государственной экономической политики должно быть создание комфортных условий для развития малого предпринимательства.

Особую значимость имеет инновационная функция малого бизнеса. Как известно, большинство выдающихся мировых изобретений нашего времени были созданы небольшими компаниями и лишь по истечении некоторого времени стали производиться крупными корпорациями. Несмотря на то, что в настоящее время по-настоящему новый продукт требует от разработчика значительных усилий и ещё более значительных ресурсов, малый бизнес не может быть исключён из инновационных процессов: существенная доля инновационных

разработок может быть осуществлена предприятиями малого бизнеса, в особенности участие малого бизнеса в инновациях может быть значительным при совершенствовании новых товаров. Для российской экономики, в структуре которой преобладает развитие сырьевой составляющей, а доля высокотехнологичной продукции очень низка и составляет в общем экспорте примерно 1%, необходима активизация инновационного потенциала. Для этого в рамках инновационной политики должно быть усилено внимание к развитию малого бизнеса, который является источником инноваций, каналом трансфера знаний, технологий и создаёт среду, восприимчивую к нововведениям и модернизации.

В таблице 1 приведены основные показатели, характеризующие развитие малого бизнеса в России в сравнении с другими странами в 2012 г. [2]. Данные показатели говорят о недостаточном (а если говорить прямо – крайне низком) развитии малого бизнеса, в нашей стране.

Развитие малого бизнеса в российской экономике сдерживается рядом факторов.

Во-первых, серьёзное влияние на малый бизнес оказывают финансовые проблемы. По данным опросов, около 40% участников констатировали, что вынуждены были закрыть свое дело из-за нерентабельности, связанной с высокой налоговой нагрузкой, которая превышает показатели развитых стран. Совокупная налоговая ставка в России в конце 2012 года составляла 54,1%, что значительно выше средней ставки налоговых платежей как в странах ЕС – 42,6%, так и в мире в целом – 44,7%.

Таблица 1 – Основные показатели развития малого бизнеса в ведущих странах и в России в 2012 году

| Страны | Количество малых предприятий (в тыс.) | Количество малых предприятий на 1000 жителей | Доля работающих в малом бизнесе в общей численности занятых, % | Доля малых предприятий в ВВП страны, % |
|----------------|---------------------------------------|--|--|--|
| Великобритания | 2630 | 46,00 | 49,0 | 50-53 |
| Германия | 2290 | 37,00 | 46,0 | 50-54 |
| Италия | 3920 | 68,00 | 73,0 | 57-60 |
| Франция | 1980 | 35,00 | 54,0 | 55-62 |
| США | 19300 | 74,20 | 54,0 | 50-52 |
| Япония | 6450 | 49,60 | 78,0 | 52-55 |
| Россия | 836,2 | 5,65 | 9,6 | 18-20 |

В начале 2013 г. в два раза была увеличена сумма страхового (медицинского и пенсионного) взноса индивидуальных предпринимателей (ИП) – до 35 тыс. руб. в год вместо 17 тыс. руб. Тогда только за первую половину года более 600 тысяч ИП закрыли бизнес, не выдержав финансового давления. С января 2014 г. налоговым законодательством были вновь снижены страховые взносы для индивидуальных предпринимателей с 35 тыс. руб. до 19 тыс. руб. Однако с учётом других сдерживающих факторов этого может быть недостаточно, чтобы предпринимательское движение активизировалось.

Малый бизнес, имеющий в новейшей истории нашей страны непродолжительный период существования, требует особого к себе отношения. И самую важную поддержку предприятиям малого бизнеса должно оказывать государство. Для того, чтобы позволить малому предпринимательству окрепнуть и приносить доход в казну государства, субъектам нужно предоставить льготные условия – налоговые каникулы, кредитные преференции и другие формы финансовой и иной поддержки со стороны государства.

Существенной проблемой для малого бизнеса является доступ к банковским кредитам. Высокие процентные ставки сдерживают желание и возможность получения кредитов малым бизнесом. Если в 2011 г. об этой проблеме говорили только 5% опрошенных, то в 2014 г. число респондентов, отмечающих этот фактор, возросло в 6 раз – до 30%.

Во-вторых, значительное влияние на деятельность малых предприятий оказывают бюрократические трудности при организации и ведении бизнеса. Существуют серьёзные экономические и административные барьеры для выхода новых предприятий на рынок и развития их деятельности. Для регистрации предприятия предпринимателю требуется огромное количество справок и документов, кроме того, существует большое количество проверок малого бизнеса – до 100 проверочных дней в году. Бюрократические процедуры неизбежно приводят к коррупции, которая разрушает всю социально-экономическую систему общества.

В-третьих, развитие малого бизнеса сдерживает слабая материально-техническая база и институциональная среда: нехватка или не-

доступность помещений, оборудования, современных технологий, квалифицированных кадров, правовой поддержки, достоверной информации, недостаточность государственного участия в программах поддержки малого бизнеса очевидна.

К другим факторам, сдерживающим темпы развития малого бизнеса в России, относится низкий уровень экономических знаний предпринимателя и отсутствие корпоративной и деловой этики; неразвитая инфраструктура (энергетические и транспортные связи), несправедливая конкуренция, и главное – отсутствие уверенности в том, что правовые нормы, на которые опирается малый бизнес, не будут изменены в любой момент по желанию чиновников.

Несмотря на декларируемую государственную поддержку малго предпринимательства, в экономической политике государства отмечается недооценка малого бизнеса и его экономических и социальных возможностей и перспектив. Государство традиционно рассматривает крупный бизнес как основу экономики страны и не желает видеть в секторе малого предпринимательства равноправного бизнес-субъекта. Соответственно, экономическая политика в отношении малого предпринимательства отличается низкой мотивацией, непоследовательностью и неопределённостью. Мелкий собственник не имеет каких-либо существенных прав и преимуществ в кредитно-финансовой и в налоговой системе, в таможенной защите, испытывает значительные препятствия в развитии бизнеса, действует в необычайно сложных условиях. Поэтому развитие малого бизнеса требует прежде всего реформирования самой государственной политики по отношению к малому бизнесу.

Малый бизнес в развитых странах получает весомую помощь со стороны государства. Многие страны вводят налоговые льготы для определённых отраслей бизнеса, которые необходимы для развития экономики государства; создаются специализированные технопарки, где имеются все условия для творчества.

Особо следует отметить защиту на уровне законодательства. В западных странах законодательство относительно малого бизнеса является стабильным, прозрачным и внятным, оно подчинено устранению бюрократических препонов, а значит, способствует развитию бизнеса.

Практически во всех странах регистрация предприятия является простой и быстрой процедурой. Например, в Испании предприниматель получает подтверждение уже спустя сутки после подачи документов. Сама регистрация проводится в режиме одного окна. В США можно регистрироваться даже по домашнему адресу, что особенно распространено для бизнеса, связанного, например, с программированием. Нет ограничений для предпринимателей по найму работников, достаточно получить специальный номер в налоговой службе для уплаты налогов за своих работников [3].

В России в настоящее время предполагаются существенные перемены в отношении к малому предпринимательству. Российское государство, опираясь на опыт развитых стран и объективную значимость малого предпринимательства для развития экономики, стремится создать условия для развития малого бизнеса.

Разрабатываются государственные программы финансирования и поддержки малого бизнеса, которые реализуются на региональном уровне.

С 2014 году в России действуют различные программы государственной поддержки малого бизнеса (малого предпринимательства) [3, 8]. Поддержка может предоставляться в различных формах:

1. Денежные субсидии (например, при регистрации ИП; условия указываются в региональном центре поддержки предпринимательства или центре занятости). С 2013 года появилась новая субсидия от департаментов инвестиций и предпринимательства, администрации города. Субсидия предоставляется в размере 70% от затрат на бизнес, но не более 300 000 рублей. Гражданам РФ, официально зарегистрированным как безработные в соответствие с «Программой поддержки безработным гражданам РФ, желающим открыть собственное дело» предоставляется пособие в размере 58 800 рублей на открытие собственного бизнеса;

2. Обучение и переподготовка кадров (на безвозмездной основе, либо с частичным, обычно символическим, покрытием расходов);

3. Стажировки (возможность пройти стажировку на предприятиях за рубежом);

4. Льготный лизинг (гарантийный фонд, имеющий банки-партнёры, которые и занима-

ются финансированием малого бизнеса, а сам фонд, кроме того, что является поручителем, ещё и частично платит за предпринимателя процентную ставку по кредиту);

5. Бизнес-инкубаторы (льготные условия на аренду офисов, информационная и технологическая помощь);

6. Льготный/бесплатный аутсорсинг (внешнее бухгалтерское и/или юридическое обслуживание);

7. Льготное/бесплатное участие в выставках и ярмарках;

8. Гранты (например, начинающему фермеру) и другие.

Самой обременительной для государственного бюджета и одновременно самой привлекательной для бизнеса является финансово-кредитная поддержка, включающая льготное кредитование, предоставление гарантий под кредиты коммерческих банков и другие подобные формы.

Государство осуществляет мероприятия по финансовой поддержке индивидуальных предпринимателей в рамках общей поддержки малого бизнеса. Основным инструментом реализации государственной финансовой политики в этой области служат федеральные, региональные (межрегиональные), отраслевые (межотраслевые) и муниципальные программы развития и поддержки малого предпринимательства [5, 6].

Финансовое обеспечение реализации мер по развитию малого бизнеса осуществляет Федеральный фонд поддержки малого предпринимательства (ФФПМП), который является заказчиком федеральных программ, и региональные (муниципальные) фонды, которые выполняют соответствующие функции на уровне субъектов РФ (муниципальных образований).

На территории Челябинской области для оказания финансовой поддержки приоритетными видами деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства являются:

- 1) обрабатывающие производства (кроме производства подакцизных товаров);

- 2) производство изделий народных художественных промыслов и ремесленных изделий;

- 3) инновационная деятельность;

- 4) сельское хозяйство, рыболовство, рыбодоводство;

5) здравоохранение (деятельность лечебных учреждений, врачебная практика, ветеринарная деятельность), образование и предоставление социальных услуг;

6) услуги по организации внутреннего, въездного туризма.

Срок рассмотрения обращений субъектов малого и среднего предпринимательства об оказании финансовой поддержки не должен превышать шестидесяти календарных дней.

Правительственные программы софинансирования, кредитования и поддержки малого бизнеса помогут создать дополнительные рабочие места, что будет способствовать уменьшению безработицы, увеличению ВВП и, соответственно, развитию экономики и общества. Государственная поддержка подразумевает активную деятельность предпринимателя. Тем не менее, решение по каждому случаю оказания поддержки малому бизнесу должно приниматься на основе взвешенного подхода. Очевидно, что в определённых условиях никакая помощь сама по себе не в силах обеспечить выживаемости бизнеса. Рынок сам должен определить неэффективные предприятия, поэтому важно установить ту границу, до которой помощь малому предприятию целесообразна и возможна, а за которой даёт противоположные результаты [5].

Государственные программы поддержки и финансирования должны служить дополнением к общей политике создания условий деятельности малого бизнеса, политике, направленной на устранение бюрократических барьеров на пути малого бизнеса, ограничение монополизации рынков и создание эффективной правовой среды, что является необходимыми основами развития бизнеса в рыночной экономике.

Источники

1. Набиуллина Э.С. Малому бизнесу мешают развиться высокие налоги, коррупция и недостаток денег [Электронный ресурс]. Режим доступа: [<http://www.qazeta.ru/business/2010/09/17/3420680.shtml>].

2. Сабликова М.С. Малый бизнес в России и за рубежом [Электронный ресурс]. Режим доступа: [<http://www.rae.ru/forum2012/327/3248>].

3. Господдержка малого бизнеса (малого предпринимательства) [Электронный ресурс] Режим доступа: [<http://ip-nalog.ru>].

4. Андреев В.П. Правовой статус малых предприятий // Российская юстиция. 2002. №9. С.15.

5. Малый бизнес в Челябинской области. [Электрон-

ный ресурс]. Режим доступа: [<http://www.chelbiznes.ru/news/hot?article=1288>].

6. Бизнес, взгляд изнутри [Электронный ресурс] Режим доступа: [<http://skoval.com>].

7. Финансы: учебник // под ред. Грязновой А.Г., Маркиной Е.В. М.: Финансы и статистика. 2006.

8. Государственные источники финансирования малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс] – Режим доступа: [<http://www.tppzkam.ru>].

9. Одегова Ю.В., Мочалова Л.А. Развитие институтов социального партнёрства между местными органами власти, бизнесом и общественностью (на примере реализации экологических проектов) // Муниципалитет: экономика и управление. 2015. № 1 (10). С. 42-48.

Владимиров С.А.,

Д.э.н., профессор Северо-Западного института управления Российской Академии Народного Хозяйства и Государственной Службы при Президенте Российской Федерации.

Vladimirov S.A.,

D.Sc. in Economics, professor of, North-West Management Institute (RANEPA).

О МАГИСТРАЛЬНЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ЭКОНОМИК

ABOUT MAIN STRATEGIC DIRECTION EFFECTIV BALANCED ECONOMY

Аннотация

Цель настоящей статьи – теоретическое обоснование возможности достижения максимально возможных общественных эффективностей государственных расходов, инвестиций и налогов в идеальном состоянии сбалансированной открытой экономической системы. Предложенная модель всегда может привести в идеальном случае («нулевых потерь» общественных эффективностей государственных расходов и инвестиций) к максимально возможному темпу экономического роста, что позволяет обосновать основные направления соответствующей макроэкономической (финансовой, налоговой и бюджетной) политики.

Abstract

The purpose of this article is a theoretical substantiation of the possibility of DOS reaches the maximum possible public efficiencies of government spending, investments and taxes in perfect condition coordination bath open economic system. The proposed model can always bring in the ideal case («zero-loss» public effectively scope of public expenditure and investment) to the maximum possible rate of economic growth, that allows you to substantiate the main directions of the relevant macroeconomic (fiscal, tax and budget) policy.

Ключевые слова

Эффективность; макроэкономика; качество; политика; налоги.

Keywords

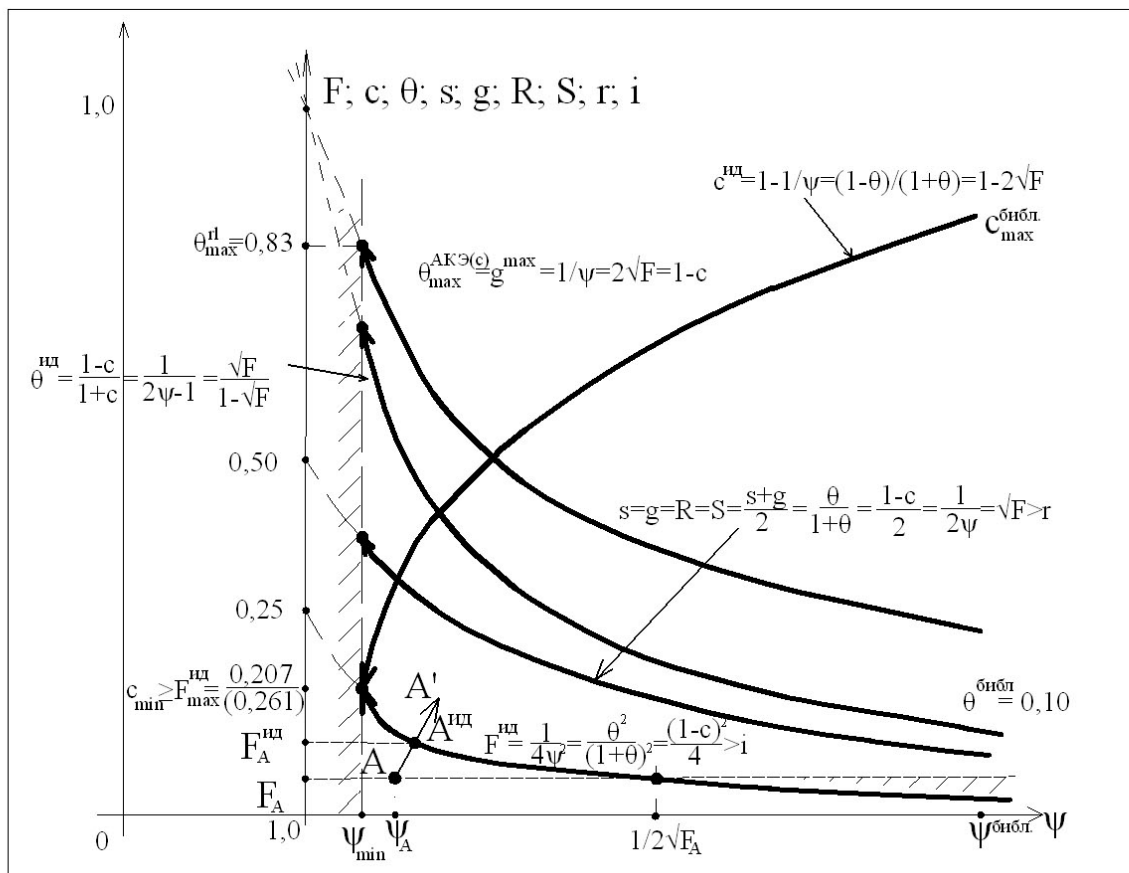
Efficiency; macroeconomic; quality; a policy; taxes.

Общественное развитие находит свое конкретное выражение в статистических (в том числе макроэкономических) показателях, без установления и измерения численных значений которых невозможно управление. Устойчивое развитие без разрушения в течение неограниченно длительного периода времени единой системы «природа – человек», должно не ставить под сомнение способность будущих поколений удовлетворять свои потребности. Такое развитие определяется тремя переменными: а) эффективностью экономики, б) экологической стабильностью, в) социальной справедливостью [2,59].

Показатели уровня и темпов экономического и социального развития, в частности показатели уровня жизни, являются важнейшими для оценки эффективности проводимой в стране экономической политики и, в конечном счете, существующего в ней общественного строя. В то же время высокие темпы экономического развития не всегда являются критерием соответствующего роста уровня жизни населения [11, 468]. В ходе подлинного экономического роста происходит инновационное обновление производственного капитала страны, устаревшее оборудование заменяется новым, с лучшими качественными характеристиками, так что степень износа основных фондов в целом по экономике, по меньшей мере, не увеличивается [3,6].

Критический анализ имеющихся в литературе, экономической и управленческой практике подходов к решению проблемы. Более шестидесяти лет в экономической науке и преподавании доминирует модель экономического выбора «экономиста всех времен и всех народов» П. Самуэльсона [4; 5,22]. Он утверждал, что язык математики является единственно возможным для изложения положений современной экономической теории. Из этой модели выводятся якобы прямая (жесткая) связь между большими объемами накоплений и соответствующим уровнем потребления, экономические законы возрастания дополнительных затрат, убывающих эффективности и производительности/ доходности, экономии на масштабе производства и др. Развитие современных развивающихся и развитых экономик зачастую противоречат этой модели экономического выбора.

Рис.1. Взаимосвязь основных макроэкономических показателей СОЭ с нулевым сальдо платежного баланса (заштрихованы области невозможных значений: меньших, чем Ψ_{\min} и больших, чем $\Psi = 1/2\sqrt{FA}$).



Ниже рассматривается общепринятая математическая модель сбалансированной открытой экономики (СОЭ) и взаимосвязи между абсолютными значениями основных макроэкономических показателей: планируемой (прогнозируемой) госорганами величиной валового внутреннего продукта; государственными расходами, инвестициями, потреблением, налоговым бременем, сальдо платежного баланса страны и их нормами, общественными эффективностями, темпом экономического роста сбалансированной открытой экономики (СОЭ), ставкой ссудного процента Центробанка страны и инфляцией.

Вышеуказанные соотношения между важнейшими макроэкономическими показателями могут быть представлены в математической и графической форме (рис.1):

Главное отличие авторской модели в том, что разделяемое большинством экономистов

утверждение о прямой зависимости между объемами накоплений и ростом потребления (де большие объемы накоплений неизбежно приводят к резкому повышению уровня потребления) вытекающее из модели П. Самуэльсона заведомо неточно. Как показала мировая практика (в т.ч. в РФ 2001-2013г.г.), значительные объемы накоплений не всегда приводят к высокому приросту потребления, иногда вплоть до «проедания» накопленных стратегических резервов, что и находит отражение на авторском графике.

При этом в соответствии с историческим опытом и культурными традициями средняя норма налогового бремени в макроэкономических системах не может снижаться ниже десяти процентов («библейская десятая», близкая, по мнению автора, к анархии) [6, с. 34]. В то же время ни при каких обстоятельствах средняя налоговая нагрузка не может превышать

своего максимального значения, отраженного на графике кривой $\theta_{s=0}^{\max} = g^{\max} = 1/\psi$.

Эта кривая соответствует административно-командной экономике АКЭ(С) (системе) (например, СССР), в которой инвестиции (капитальные вложения) являлись «перераспределенными» государственными расходами, поскольку государственная собственность была абсолютно преобладающей (более 98%) [9,67]. Весьма показательно, что характер этой кривой позволяет сделать теоретически корректный вывод, что в АКЭ(С) нет никаких оснований заведомо идеологически ограничивать

$F_{AKЭ(С)} \leq F_{РЫНОЧНОЙ} = F_{ид} = 1/4\psi^2$, поскольку не форма собственности, а качество организации и управления и перераспределения валового продукта – суть экономического потенциала любого общества [10, с. 187].

Важно также иметь в виду, что средняя налоговая нагрузка в идеальной СОЭ не минимальная для любых соотношений основных МЭП, но именно сбалансированная относительно соответствующих максимальному теоретически возможному экономическому росту показателей норм государственных расходов, инвестиций и их общественных эффективностей, одновременно равных корню квадратному из численного значения экономического роста [7, с. 48].

Бесконечное множество реальных состояний СОЭ располагается на площади ниже кривой максимально возможного темпа экономического роста – $F_{ид} = 1/4\psi^2$. Эти состояния определяются соответствующими точками, например, на графике точкой А с координатами: $A[\psi_A; F_A; \Omega_A]$. Из этой точки возможны следующие очевидные направления развития (повышения эффективности и качества) макросистемы:

а) идеальное (единственное, стратегическое) – по кратчайшему направлению к кривой максимально возможного темпа экономического роста (то есть в направлении перпенди-

куляра \vec{AA} к касательной из точки А). Более подробно: направление развития реальной экономики выбрано государственными органами близким к идеальному (наилучшему теоретически возможному), если оно сопрово-

ждается повышением экономического роста при снижении суммы норм государственных расходов и инвестиций, а также и средней налоговой нагрузки при одновременном повышении нормы потребления (в том числе за счет положительного сальдо платежного баланса страны, вызванного прежде всего экспортом высокотехнологичной продукции), сбалансированностью основных макроэкономических параметров.

б) неидеальные – стремящиеся (близкие) к идеальному;

в) заведомо неэффективные для общества – такие направления развития реальной экономики, которые сопровождаются снижением экономического роста и нормы потребления, при одновременном росте суммы норм государственных расходов и инвестиций, средней налоговой нагрузки, несбалансированностью всех или большей части основных макроэкономических параметров (коррупционные или заведомо некомпетентные направления экономического развития – «на авось», вплоть до умышленного развала, деградации собственной экономики по советам «экономических убийц»: общеизвестная проблема «псевдоинвестиций» западных инвесторов в предприятия российского высокотехнологичного комплекса, которые зачастую приводят к ликвидации этих предприятий (например, уничтожение конкурентов, скупка земли под предприятиями и др.) [8, с. 31].

Достижение равновесия в реальной макроэкономической системе является труднейшей финансово-политической задачей (в том числе государственного долга), включающей выпуск госзаймов, ужесточение налогообложения, печатание денег. При этом несбалансированность экономической системы может быть объективной (войны, периоды крупных социально-экономических реформ, катаклизмов), случайной и преднамеренной, выгодной определенным (как правило, властным или оппозиционным, в том числе теневым структурам) «группам влияния» но, безусловно, невыгодной обществу в целом.

Несложный математический анализ соотношений между основными МЭП при конкретной заданной государственными органами численной величине темпа экономического роста, позволяет жестко выделить следующие

«иерархические ряды (ИР) МЭП» с соответствующими диапазонами ограничений их «дрейфа» внутри конкретного ряда.

I) Равновесные СОЭ. а) Идеальные ИР СОЭ с нулевым сальдо платежного баланса и нулевой инфляцией (наиболее простые, имеющие очевидный «геометрический смысл», отражены на рис.1). Их бесконечное множество, определяются они конкретным значением, как правило (для удобства) ОПСЭ, автоматически строго определяющем все остальные МЭП (и, наоборот, также строго определяемым любым другим основным МЭП). Например: пусть государственными органами утверждены следующие нормы государственных расходов и инвестиций: $s = g = 1/4$ (то есть нормы государственных расходов и инвестиций равны 25%), следовательно $\psi = 2,0$. Кроме того, их общественные эффективности равны также 25%, то есть: $R = S = 25\%$. Идеальное налоговое бремя

равно: $\theta = 1/(2 - 1) = 0,33$ (33%). Норма потребления: $c = 1 - 1/\psi = 0,50$ (50%). Темп экономического роста (идеальный, максимально возможный для этой совокупности МЭП): $F^{ид} = 1/4 \psi^2 = 1/(4 \times 4) = 6,25\%$.

Поэтому иерархический ряд будет в этом случае выглядеть так:

$$c \succ \theta \succ s = g = R = S = \sqrt{F} \succ F \succ i = 0,$$

где: i - инфляция.

б) Реальные, определяемые конкретно заданными государственными органами численными величинами темпа экономического роста, государственных расходов (их нормой) и соотношениями («перестановками») между основными МЭП и фундаментальной величиной: корнем квадратным из темпа экономического роста. Например (два экстремальных случая):

а) «общество эффективного потребления – экономическая идиллия»:

$$c \succ S \succ s \succ \sqrt{F} \succ R \succ g \succ F \succ i,$$

Обращает на себя внимание высокая норма потребления при значительных общественной эффективности государственных расходов и норме инвестирования, малых норм налогового бремени и государственных расходов, весьма удовлетворительной общественной эффективности инвестиций.

б) «войны, периоды сложных крупных соц.-эк. реформ (управляемых)»: $\succ g \succ R \succ \sqrt{F} \succ s$

$\succ S \succ c \succ F \succ i$.

В этом ряду очевидны высокие нормы налогового бремени и государственных расходов, незначительная норма потребления и общественной эффективности государственных расходов. Норма потребления для этих двух случаев «дрейфовала» от максимальной к минимально возможной («биологического прожиточного минимума»).

Не представляет трудностей скомбинировать другие промежуточные равновесные иерархические ряды (число их ограничено соответствующими перестановками, читатель легко может сделать это самостоятельно).

II) Неравновесные (с заведомым нарушением иерархии МЭП)

Как уже указывалось, неравновесность (несбалансированность) макроэкономической системы является следствием нарушения основных требований иерархичности отношений между МЭП в СОЭ, несбалансированностью финансовых интересов государства и налогоплательщиков, чрезвычайных обстоятельств (например, войн, некомпетентных действий правительства), безусловной причиной инфляции.

Например, заведомо несбалансированной при заданном соответствующими госорганами темпе экономического роста является следующая, часто встречающаяся экономическая система (нарушенный иерархический ряд МЭП):

$$c \succ g \succ \theta \succ \sqrt{F} \succ s \succ R \succ S \succ i \succ F \succ 0,$$

В этом ряду норма государственных расходов с весьма низкой их общественной эффективностью больше нормы налогового бремени (заведомое перенапряжение экономических потенциала), а норма инвестиций и их общественная эффективность одновременно меньше корня квадратного из темпа экономического роста, что свидетельствует о недопустимо низкой эффективности инвестиционной политики (государственной инвестиционной программы) и, что интересно, заведомо завышенном (возможно в пропагандистских целях перед очередными выборами) утвержденном госорганами темпом экономического роста, в свою очередь численно меньшим уровня инфляции...

Примером катастрофического состояния макроэкономической системы является следу-

г) прямой (отрезком DC¹), параллельной оси ψ , определяющей максимально возможное значение обобщенного показателя структурной эффективности СОЭ в реальных, исторически и статистически подтвержденных границах, равное: $\psi_{\max}^{\text{реал}} = 2,0$.

Очевидны два характерных (экстремальных, геометрических) направления макроэкономической политики («налоговый крест»):

а) по прямой из точки A [$\psi_{\min=1,207}$; $\theta_{\text{Анарх}}^{\text{Библ}} = 0,10$] в точку C¹ [$\psi_{\max}^{\text{реал}} = 2,0$; θ^{MAX}], что эквивалентно переходу от «от анархической к административно-командной экономике-АКЭ(С)»;

б) по прямой из точки B¹ [$\psi_{\min=1,207}$; $1/\psi_{\min=1,207}$] в точку D [$\psi_{\max}^{\text{реал}} = 2,0$; $\theta_{\text{Анарх}}^{\text{Библ}}$], что эквивалентно переходу «от суперАКЭ(С) к архианархической экономике»...

Легко высчитываемая точка E пересечения этих направлений определяет, по мнению автора, «золотосерединное» значение средней налоговой нагрузки в «усредненной экономике», равное $\theta_E^{\text{з.с.}} = 0,31$ (весьма близкое к показателю среднего налогового бремени в США и Японии, – около 30%), при $\psi_E^{\text{з.с.}} = 1,77$ (также очень близкое к японскому, равному 1,81), определяющее «ядро» налоговой политики и его исторический «дрейф».

Интересными являются также три характерные «тройственные» точки налогового поля, расположенные на кривой нормы потребления $HC1 = 1 - 1/\psi$ в которых одновременно соблюдается равенство трех (и более) разных МЭП:

а) точка X, пересечения кривых нормы потребления и кривой равенства нормы налогового бремени и инвестиций, в которой $s = \theta = s$;

б) точка C¹, пересечения кривых нормы потребления и кривой равенства максимальных значений средней налоговой нагрузки и государственных расходов в АКЭ(С), в которой $s = \theta = g$.

в) точка Z, пересечения кривых нормы потребления и кривой равенства максимальных значений государственных расходов и инвестиций и их общественных эффективностей: $s = g = s = R = S$ – идеальная цель идеальной макроэкономической стратегии – «магистральная траектория» любого развитого государства (как близкий реально существующий вариант – «шведский социализм»).

На рис.2 приведена высчитанная автором на основании [6,32] «анархистская» кривая

нормы государственных расходов, минимальное значение которой равно 1,9%, а максимальное – 4,4%. Мировая статистика настаивает на минимальной норме инвестирования, не меньшей средней нормы амортизационных отчислений, – $s_{\text{Аморт}}^{\text{MIN}} = 3\%$, которая и указана на этом же рисунке. Приведено также максимально возможное значение средней нормы налоговой нагрузки: $\theta_{\max}^{\text{rl}} = 0,83$, которое делает понятным близкое к нему значение налогового бремени в Швеции. Для более подробного анализа вариантов налоговой политики (выявления и обоснования соотношений между основными МЭП) приведены также из рис.1: кривая идеальной нормы налогового бремени: $\theta^{\text{ИДЕАЛ}} = 1/(2\psi - 1)$ и кривая идеальных значений норм государственных расходов и инвестиций: $(s=g=R=S)^{\text{ид}} = 1/2\psi$.

Безусловно, размер, знак и структура сальдо платежного баланса страны оказывают сильное влияние на качество макроэкономического состояния. Например, положительное сальдо соответствующей экономики, безусловно, в денежном (количественном) отношении повышает ее эффективность. И наоборот, отрицательное сальдо платежного баланса снижает качество макроэкономической политики. При этом особое значение приобретает товарная структура экспорта и импорта. Очевидна неперспективность преобладания в структуре экспорта ограниченных природных ресурсов в обмен на продовольствие и невысокотехнологичную (заведомо отсталую от передового мирового уровня) продукцию.

Несомненно, авторская модель экономики (несмотря на ее кажущуюся парадоксальность), имела место в период 1879-1897 гг. в реальной экономике США («Золотая эпоха» золотого стандарта, введенного в 1879 г.). В результате США вышли на первое место в мире по объему ВВП и промышленного производства, на лидирующие позиции в мировой экономике [12, 30]. Модель хорошо отражает известные периоды парадоксальных взлетов экономических систем в СССР и Германии, Японии, Южной Кореи, Китае.

Автор полностью сознает основные ограничения своей модели, которая не может быть полностью адекватна реальности, поскольку речь идет о человеческой деятельности, развивающейся в необратимом времени, несводимости общественного прогресса, развития

человека к увеличению денежных доходов или к приумножению материального богатства, темпов экономического роста. Несовершенство людей и их отношений делает значимым фактор случайности, неопределенности.

Аналитические методы, назначением которых должно служить преодоление субъективизма в принятии решений, на деле нередко используются в качестве одного из инструментов политической борьбы. Следовательно, экономисты в любых обстоятельствах не должны слепо копировать политический процесс, обязаны стать блюстителями общественной дальновидности в экономических вопросах.

Автором приведены соответствующие зависимости [9,37].

Источники

1. Краткая философская энциклопедия. М.: «Энциклопедия». 1994.
2. Овсиенко Ю.В. и др. Устойчивое развитие: концепция и стратегические ориентиры // Экономика и математические методы. 2007. т. 43. №4. С. 57-71.
3. Губанов С. Рост без развития и его пределы // Экономист. №4. 2006. С. 5-19.
4. Самуэльсон П. Экономика. Вводный курс. М.: Экономика. 1964.
5. Блауг М. Методология экономической науки, или как экономисты объясняют / пер. с англ. М.: НП «Журнал Вопросы экономики». 2004. С. 30-41.
6. Владимиров С. О моделировании сбалансированной экономики // Общество и экономика. 2010. №6. С. 31-48.
7. Владимиров С. Об обосновании эффективности государственных инвестиций // Общество и экономика. 2006. № 2. С. 44-57.
8. Владимиров С.А. О научном обосновании экономической эффективности стратегической сбалансированной программы государственных инвестиций // Инновации. 2006. № 2. С. 28-34.
9. Владимиров С.А. Экономическая эффективность инвестиционной деятельности в строительстве: теория и практика. Санкт-Петербург. 2006.
10. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения. М.: Госиздат. 1924.
11. Экономико-математический энциклопедический словарь / под ред. В.И. Данилова-Данильяна. М.: ИНФРА-М, 2003.
12. Иноземцев В.Л. «Постамериканский мир»: мечта дилетантов и непростая реальность // Мировая экономика и международные отношения. 2008. №5. С. 27-36.

Система управления затратами, метод учета затрат и калькулирования себестоимости, способ калькулирования.

Замбрицкая Е.С.,
к.э.н., доцент Магнитогорского государственного техниче-
ского университета;

Щепотьева Е.Ю.,
магистрант Магнитогорского государственного техниче-
ского университета;

Точилкина В.П.,
студент Магнитогорского государственного технического
университета.

Zumbrzycka E.S.,
Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State
Technical University;

Shepotyeva E.J.,
master student of Nosov Magnitogorsk State Technical
University;

Tochilkina V.P.,
student of Nosov Magnitogorsk State Technical University.

Keywords

The Expense Management System, Method of Cost Accounting and Cost Calculation, Way of Calculating.

Любое предприятие создается и работает для достижения основной цели – извлечение прибыли и поддержание ее на оптимальном/максимальном уровне. Исходя из математической формулы расчета прибыли, ее максимизация возможна в двух случаях: за счет повышения доходов или за счет снижения затрат [1]. Рассматривая организацию деятельности предприятия как совокупность управляемых и неуправляемых процессов, элементы формулы расчета прибыли можно отнести к управляемым процессам. Снижение затрат путем построения эффективной системы управления ими – процесс, полностью зависящий от руководства компании, а повышение выручки за счет роста продаж – процесс, управляемый в меньшей степени, т.к. факторы, оказывающие на него влияние, зачастую являются внешними. Таким образом, все вышеперечисленное говорит о целесообразности достижения поставленной цели в рамках системы управления затратами [2], основным элементом которой является выбор метода учета затрат и калькулирования себестоимости [3]. Метод учета затрат – система способов, используемых для исчисления себестоимости калькуляционной единицы. Отсюда следует различать такие понятия как «методы учета затрат» и «способы калькулирования себестоимости».

На данный момент в мировой практике существует большое количество методов учета затрат и калькулирования себестоимости продукции. Классическим набором методов учета затрат за рубежом является директ-костинг, стандарт-костинг, ABC-метод, Just in time. Наряду традиционными в зарубежной практике активно применяются современные методы учета затрат (ФСА, таргет-костинг, кайзен-костинг), которые позволяют учитывать инновационный характер деятельности предприятий, а также потребности конечного потребителя продукции. Российский же управленческий учет строится традиционно на одном из пяти методов учета затрат и каль-

ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕТОДОВ И СПОСОБОВ КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ (РАБОТ, УСЛУГ): РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

THE RELATIONSHIP OF METHODS AND WAYS OF CALCULATING THE PRIME COST OF PRODUCTS (WORKS, SERVICES): RUSSIAN AND FOREIGN EXPERIENCE

Аннотация

Проведен обзор известных на данный момент методов учета затрат и калькулирования себестоимости продукции как в зарубежной, так и в отечественной практике. Рассмотрена взаимосвязь методов и способов калькулирования себестоимости продукции. Определены перспективы развития современных методов учета затрат в российской практике.

Abstract

In this article we review the currently known methods of cost accounting and calculation of production costs both in foreign and in domestic practice. The authors also examined the relationship of methods and ways of calculation of the cost of production. It was identified prospects for the development of modern methods of cost accounting in the Russian practice.

Рисунок 1 – Существующие методы учета затрат и калькулирования себестоимости продукции (отечественная и зарубежная практика)



кулирования себестоимости: нормативный, попроцессный, попередельный, позаказный и котловой. Однако на практике можно встретить применение и зарубежных методов учета затрат, адаптированных под отечественный учет [4]. Уже адаптированные методы, такие

как директ-костинг, стандарт-костинг и др., на данный момент полностью удовлетворяют потребности российских организаций. Но развитие бухгалтерского учета в России в перспективе должно обеспечить возможность применения передового опыта зарубежных

Рисунок 2 – Классификация способов калькулирования себестоимости продукции



стран и в части внедрения современных методов учета затрат и себестоимости продукции, сложность адаптации которых состоит в принципах построения бухгалтерского учета российских предприятий и менталитете их руководителей и работников (рисунок 1).

Способы калькулирования затрат как в России, так и за рубежом, ничем не отличаются.

В зависимости от точности получаемых результатов их можно классифицировать следующим образом (рисунок 2):

Способы калькулирования себестоимости продукции зависят от технологии и организации производства, наличия побочных продуктов и других факторов. Характеристика каждого из способов рассмотрена в таблице 1.

Таблица 1 – Способы калькулирования себестоимости продукции и их характеристика

| Способ калькулирования | Характеристика |
|--|--|
| 1.Способ прямого счета (в западной практике – «калькуляция удельных издержек») | Способ прямого расчета наиболее прост и достоверен и заключается в том, что себестоимость продукции определяется на основе прямого учета затрат, а себестоимость изделия исчисляется делением общей величины затрат по этой продукции на ее количество. Он применяется в производствах, где выпускаются изделия одного вида или несколько изделий, если технически возможно вести учет затрат по каждому изделию в отдельности. Исчисление себестоимости этим способом используется тогда, когда объекты учета затрат совпадают с объектом калькулирования. |
| 2.Способ суммирования затрат | Способ суммирования затрат заключается в том, что фактическая себестоимость объекта калькулирования или единицы продукции определяется путем суммирования затрат по отдельным частям изделия или процессам технологического цикла его изготовления в разрезе калькуляционных статей и деления полученных сумм на фактическое количество выпущенной продукции. Этот способ применяется прежде всего в производствах, где учет затрат и калькулирование себестоимости продукции ведутся попередельным (попроцессным) методом. |
| 3.Нормативный способ | Нормативный способ – составная часть нормативного метода учета затрат и калькулирования себестоимости продукции. Предпосылками применения этого способа являются: наличие норм и нормативов, составление калькуляции нормативной себестоимости единицы продукции, достоверное документирование и учет отклонений от действующих норм и нормативов. |
| 4.Способ исключения затрат | Способ исключения затрат на сопутствующую продукцию состоит в том, что получаемые в комплексном производстве продукты подразделяются на основные и сопутствующие. Чтобы определить себестоимость основной продукции, на сопутствующие продукты калькуляция не составляется, а затраты по этим продуктам исключаются из затрат по заранее установленным расчетным ценам. |
| 5.Кoeffициентный способ | Кoeffициентный способ калькулирования применяется для калькулирования себестоимости продукции в условиях одновременного производства нескольких видов изделий, прямое отнесение затрат на которые невозможно. Этот способ наиболее приемлем в производствах сопряженных продуктов, когда в одном технологическом цикле одновременно получают несколько видов продукции, а сопутствующая отсутствует. Сводный учет затрат организуется по группе однородных изделий, а затраты внутри групп распределяются на отдельные виды продуктов с помощью экономически обоснованных коэффицентив. Суть расчетов по данному способу калькулирования сводится к тому, что все продукты в соответствии с коэффицентивами распределения переводятся в условные единицы, после чего определяется их себестоимость, а потом калькулируется себестоимость единицы каждого продукта. Кoeffицентивы распределения определяются исходя из: – норм выхода отдельных продуктов с единицы сырья; – соотношения расходов на обработку; – удельного веса полезного вещества; – физико-химических свойств полученной продукции. |

| | |
|---------------------------|---|
| 6.Пропорциональный способ | Пропорциональный способ калькулирования себестоимости широко распространен как в комплексных, так и в специализированных производствах, которые изготавливают одновременно несколько видов продукции. Суть данного метода заключается в том, что себестоимость совокупного выпуска распределяется между видами продукции пропорционально какой-то избранной базе распределения. При этом определяются соответствующие индексы. Расходы могут распределяться пропорционально плановой или нормативной себестоимости, реже – пропорционально оптовым ценам, физическому весу, основной заработной плате производственных рабочих, станко-часам и т. п. |
| 7.Комбинированный способ | Комбинированный способ калькулирования представляет собой сочетание нескольких перечисленных выше способов, если применение каждого из них в отдельности невозможно или не обеспечивает обоснованного исчисления себестоимости. |

Способы расчета являются неотъемлемой составляющей метода калькулирования, без которой невозможно исчислить себестоимость калькуляционной единицы. Тем самым между «методом» и «способом» существует тесная взаимосвязь: определенный метод учета затрат в виду своей специфики применяет определенный набор способов калькулирования себестоимости. В таблице 2 определена взаимосвязь методов и способов калькулирования себестоимости продукции (работ, услуг) как российской, так и зарубежной практики.

Таким образом, система управления затратами в разрезе выбора метода учета затрат и калькулирования себестоимости в практике

отечественных и зарубежных предприятий существенно отличается. Зарубежный опыт имеет более широкий спектр методов учета затрат благодаря развитию современных информационных систем и управленческого учета. Российские предприятия в этом плане уходят на второй план и не могут в полном объеме перенять зарубежную практику, ввиду существующих принципов бухгалтерского учета, самого подхода к производственному процессу и менталитета руководства российских предприятий и их работников. Однако следует отметить, что различие методов учета затрат не говорит о наличии различных способов калькулирования себестоимости. Взаимосвязь этих понятий

Таблица 2 – Взаимосвязь методов и способов калькулирования себестоимости продукции (работ, услуг): российская и западная практики

| Метод калькулирования | | Способ калькуляции |
|-----------------------|----------------------|---|
| Российская практика | | |
| Традиционные методы | Нормативный | Нормативный способ, способ суммирования затрат |
| | Попроцессный | Способ суммирования затрат, прямого счета |
| | Попередельный | Способ суммирования затрат, пропорциональный способ, способ исключения затрат |
| | Позаказный | Способ суммирования затрат, прямого счета, исключения затрат |
| | Котловой | Способ прямого счета |
| Зарубежная практика | | |
| Современные методы | ФСА (Value Analysis) | Способ суммирования затрат, пропорциональный способ, способ исключения затрат |
| | Таргет-костинг | Нормативный способ, способ суммирования затрат |
| | Кайзен-костинг | Нормативный способ, способ суммирования затрат |
| Классические методы | АВС-метод | Способ суммирования затрат, пропорциональный способ |
| | Just in time | Способ суммирования затрат, прямого счета, исключения затрат |
| | Стандарт-костинг | Нормативный способ, способ суммирования затрат |
| | Директ-костинг | Комбинированный (способ прямого счета, способ суммирования затрат) |

предполагает лишь различный набор способов калькулирования себестоимости в каждом отдельно взятом методе учета затрат, применяемом как в зарубежной практике системы управления затратами, так и в российской.

Источники

1. Замбрицкая Е.С., Калинина Т.В., Щепотьева Е.Ю. Понятия «затраты», «расходы», «издержки»: сходства и различия // Экономика и политика: 2014. №2(3). С.58-63.
2. Замбрицкая Е.С., Балбарин Я.Д. К вопросу о понятии «система управления затратами» // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. 2014. №14. С. 90-98.
3. Замбрицкая Е.С., Щепотьева Е.Ю. К вопросу о классификации методов учета затрат и калькулирования себестоимости // Актуальные проблемы современной науки, техники и образования: материалы 72-й международной научно-технической конференции / под ред. В.М. Колокольцева. Магнитогорск: Магнитогорск. гос. техн. ун-та им. Г.И. Носова, 2014. Т.2. С.242-245.
4. Данилов Г.В., Рыжова И.Г., Войнова Е.С. Системы учета и распределения затрат на базе современных информационных технологий: учеб. пособие. Магнитогорск: ГОУ ВПО «МГТУ». 2011.
5. Балынская Н.Р. и др. Регулирование социально-экономических и политических процессов России: история и современность: монография / под ред. Н.Р. Балынской. Санкт-Петербург: Издательство Инфо-да. 2014.
6. Балынская Н.Р. и др. Управление персоналом предприятия на основе механизмов стимулирования репродуктивного труда: монография. // Санкт-Петербург: Издательство Инфо-да. 2014.

Зарубина В.Р.,
к.э.н., доцент Рудненского индустриального института.

Zarubina V.R.,
Phd, Assistant professor of of Rudny Industrial Institute.

ОЦЕНКА ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

THE ASSESSMENT OF THE ORGANIZATIONAL CULTURE OF THE ORGANIZATION THROUGH A SYSTEM OF BALANCED SCORECARD

Аннотация

Автор утверждает: в эффективных организациях люди обладают полномочиями и заинтересованы в своей деятельности, такие компании выстраиваются вокруг команд, человеческий потенциал развивается на всех уровнях. Для этого нужна система сбалансированных показателей (ССП). СПП – инструменты, позволяющие определить, выполняем ли мы свои цели и движемся ли в направлении успешной реализации стратегии. Используя СПП можно описать показатели как количественные стандарты, используемые для оценки и сообщения фактических результатов деятельности в сравнение с ожидаемыми.

Abstract

In effective companies the people have the authority and are interested in its activities. These companies are built around teams, their human capacity develops at all levels. This requires the System of Balanced Scorecard. The System of Balanced Scorecard is a tool that allows you to define, do we fulfill our goals and moving towards successful implementation of the strategy. Using the System of Balanced Scorecard can be described indicators as quantitative standards used to assess and report actual results compared to expected.

Ключевые слова

Показатели, баланс, организация, организационная культура, эффективность.

Keywords

Indicators, Balance, Organization, Organizational Culture, Efficiency.

Каждая организация осуществляет свою деятельность в соответствии с теми ценностями, которые имеют существенное значение для ее сотрудников. При создании или изменении существующей организационной культуры необходимо добиться полного понимания и усвоения ценностей сотрудниками организации и обеспечить различное проявление организационных ценностей в рамках организации.

Организационная культура – это представления, ценности, убеждения, верования, ожидания, установки, нормы, которые связывают предприятие в единое целое и разделяются ее сотрудниками. Культура организации содержит как субъективные, так и объективные элементы. К первым относятся верования, ценности, ритуалы, табу, образы и мифы, связанные с историей организации и жизнью ее основателей, принятые нормы общения. Объективные элементы отражают материальную сторону жизни организации. Это, например, символика, цвета, удобство и оформление интерьеров, внешний вид зданий, оборудование, мебель и пр.

Организационная культура позволяет сформировать определенный имидж организации, отличающий ее от любой другой; выражается в чувстве общности всех членов организации; усиливает вовлеченность в дела организации и преданность ей; является средством, с помощью которого формируются и контролируются формы поведения и восприятия, целесообразные с точки зрения данной организации.

Различают следующие уровни организационной культуры: декларируемый – ценности предприятия и нормы поведения, выраженные в таких документах, как миссия, кодекс фирмы, правила внутреннего распорядка, регламенты; внешний – присущие компании символика, стиль, униформа, нормы поведения, обычаи и традиции, которые может оценить «внешняя среда»; внутренний – правила взаимоотношений сотрудников между собой.

Организационная культура воздействует на результативность бизнеса четырьмя основными путями: создает в организации понимание миссии и задает направление; придает значительную адаптивность и гибкость; питает заинтересованность и вовлеченность представителей организации; обеспечивает после-

довательность, основанную на ключевых ценностях. Эти особенности культуры наиболее явным образом влияют на результативность организации.

У успешных организаций есть четкое представление о собственном предназначении и верном направлении, на основании чего они выстраивают цели и стратегии и разрабатывают впечатляющее видение будущего организации. Руководство играет ключевую роль в разработке миссии, но достижимой она становится тогда, когда она будет понятна всем, сверху донизу. Понятная миссия, давая привлекательную социальную роль и комплекс целей организации, придает целенаправленность и значимость действиям ее членов. В миссии отражается стратегическое направление и замысел, цели и задачи, видение.

Четкое представление о собственной цели и направлении движения должно подкрепляться высокой степенью гибкости и развитой способностью реагировать на деловую среду. Организации, четко видящие свою цель и предназначение, часто бывают наименее адаптивными. Адаптивность может быть измерена с помощью осуществления изменений, концентрации на потребителях, организационного обучения.

В эффективных организациях люди обладают полномочиями и заинтересованы в своей деятельности, такие компании выстраиваются вокруг команд, человеческий потенциал развивается на всех уровнях. Члены организации

очень преданы своей работе, их отличает высокий уровень заинтересованности и причастности к компании. На всех уровнях иерархии люди чувствуют, что вносят свой вклад в принятие решений, влияющих на их работу, и ощущают, что их деятельность напрямую связана с целями организации.

Характеристики вовлеченности: наделение полномочиями, командная ориентация, развитие потенциала. Организации особенно эффективны, когда они последовательны и интегрированы. Поведение должно базироваться на наборе ключевых ценностей, и люди должны иметь навыки претворения этих ценностей в жизнь, необходимо, чтобы они обладали умением достигать согласия при наличии разных точек зрения. Такие организации характеризуются высоким уровнем преданности работников, наличием собственного метода ведения бизнеса, выдвижением на руководящие должности работников изнутри организации, а также четким набором правил относительно того, что нужно и чего не нужно делать. Факторы, характеризующие последовательность: ключевые ценности, согласие, координация и интеграция.

Стратегическая согласованность всегда достигается через построение четкой схемы, соединяющей формулировку и внедрение стратегии. Для формулировки стратегии важен опыт представителей всех уровней организационной иерархии. Если стратегия создается только высшим руководством, возрастает ве-

Рисунок 1 – Управление изменениями в культуре.

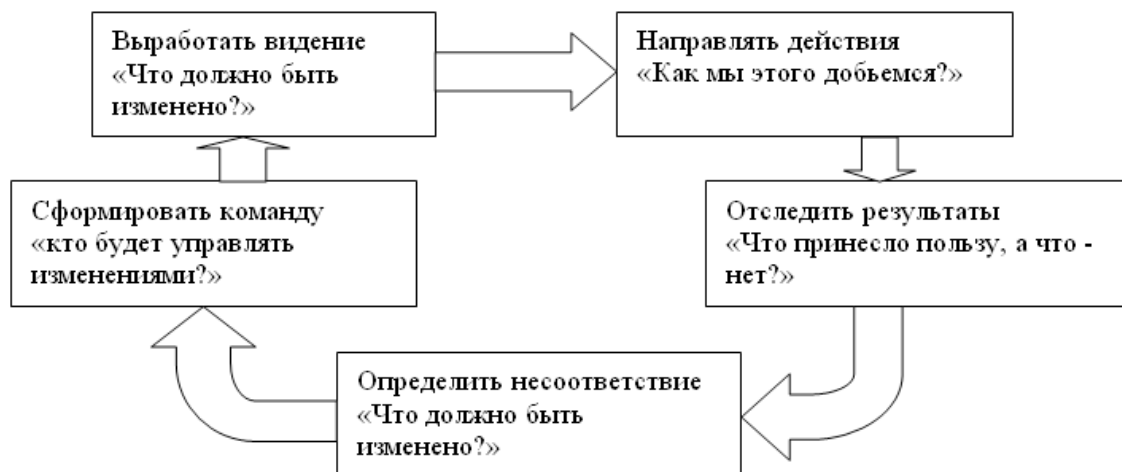


Рисунок 2 – Последовательность разработки системы сбалансированных показателей.



роятность того, что организация не сможет внедрить ее на практике.

Один из наиболее полезных подходов к визуализации цикла разработки и внедрения стратегии предложен главными специалистами по системе сбалансированных показателей – Робертом Капланом и Дэвидом Нортоном [1].

Система сбалансированных показателей (Balanced Scorecard), разработанная Институтом Нолана Нортона под руководством Дейвида Нортона, рассматривает эффективность деятельности компании по четырем взаимосвязанным составляющим: финансовой, клиентской, внутренних бизнес процессов, обучения и развития. В рамках этих составляющих выделяются показатели, для которых можно определить целевое значение, достижение которого отвечает стратегическим задачам компании. Если индикатор не достигает своего целевого значения, то это свидетельствует о наличии фактора, сдерживающего или противодействующего достижению стратегических целей. Таким образом, данная система позволяет анализировать эффективность деятельности компании по основным составляющим и структурным подразделениям.

ССП – это инструменты, позволяющие определить, выполняем ли мы свои цели и движемся ли в направлении успешной реализации стратегии. Используя СПС можно описать показатели как количественные стандарты, используемые для оценки и сообщения фактических результатов деятельности в сравнение с ожидаемыми: ясное понимание роли и значения организации в будущем; однозначность горизонтальных связей и сотрудничество всех структур; соответствие целей по всем уровням организации; связь достижений с вознаграждением; связь стратегии с бюджетированием; система обратной связи в управлении; постоянный процесс обучения.

Организации, в которых этот цикл соблюдается, могут создать «культуру, направленную на достижение результатов, в которой деятельность каждого соответствует миссии организации, прозрачность и ответственность являются нормой, новые идеи находят гармоничное применение, а конфликты разрешаются позитивно и эффективно» [2, с.77].

Нормами в системе сбалансированных показателей могут быть: данные по отрасли, собеседование с высшим руководством, ди-

намика прошлых лет, сравнение с эталонами, внутренние и внешние оценки экспертов.

Один из самых серьезных поводов для изменения культуры – это наличие целого набора старых традиций, которые существуют много лет и не принят пользу. Наиболее мощными активаторами изменений во всех организациях являются их руководители. Всегда самым главным ингредиентом выступают их прозрение, видение будущего, убежденность в том, что время для изменений уже наступило.

Постоянный мониторинг показателей и их анализ позволяет выявить проблемы, а также осуществлять изменение культуры посредством изменения процедур, традиций [2, с. 154].

Рисунок 3. Изменение культуры посредством изменения обычаев, процедур.

| | | |
|---------|-------------|--|
| Хорошие | Сохранять | Изобретать и оттачивать |
| Плохие | Избавляться | Переосмыслить и попробовать еще раз |
| | Старые | Новые |

Разработанная система сбалансированных показателей организации позволяет сформировать адекватные критерии оценки эффективности ее деятельности, выработать стандарты, производить корректировку стратегии развития с учетом обработанной информации, организовать систему учета данных. Создание организационной культуры, выверенной в соответствии с бизнес – стратегией, позволяет организации решать возникающие проблемы, обеспечив конкурентное преимущество.

Источники

1. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. 2-е изд., испр. и доп. / пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес». 2004.
2. Денисон Д., Хойшберг Р., Лэйн Н., Лиф К. Изменение корпоративной культуры в организациях. СПб.: Питер. 2013.
3. Зарубина В.Р., Зарубин М.Ю. Интернет-сайт как способ продвижения вуза // Экономика и политика. 2014. №1(2). С. 89-93.

Козлова Т.В.,
к.э.н., доцент Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова;
Юферева О.Н.,
Магистрант Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова.

Kozlova T.V.,
Phd, associate professor of Nosov Magnitogorsk State Technical University;
Iufereva O.N.,
Master student of Nosov Magnitogorsk State Technical University.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ РИСКОВ В УПРАВЛЕНИИ ФРАНЧАЙЗИНГА

TECHNIQUE OF RISK ASSESSMENT IN MANAGEMENT OF FRANCHISING

Аннотация

Статья посвящена повышению качества планирования и управления рисками франчайзинга. Принятие решения по выбору инструментария для проведения научных и практических исследований, для формирования плана и программы управления рисками франчайзинга является первоочередной и достаточной сложной задачей. В настоящей статье рассматривается метод экспертных оценок с точки зрения его места и роли в управлении рисками франчайзинга, а также актуализируемые для этого процесса требования к проведению экспертной оценки, к порядку ее проведения, которые позволяют реализовать данный инструментарий качественно и значительно снизить уровень тех недостатков, которые ему присущи. Выполнение предложенных в статье требований и порядка проведения экспертной оценки при применении метода экспертных оценок гарантирует достоверность и высокое качество полученных результатов. Франчайзерам и франчайзи такая оценка позволит избежать всевозможные риски, связанные с деятельностью франчайзинга, либо уменьшить их влияние на потери в денежном выражении.

Abstract

The article is devoted to improve the quality of planning and risk management franchising. The decision-making on the choice of tools for conducting scientific and practical research, the forming of a plan and risk management program of franchising is the primary and rather difficult task. The pre-sent article deals with the method of expert assessments from the point of view of its role in franchising risk management and also the requirements for carrying out expert evaluation that will

help implement these tools efficiently and significantly reduce the level of those shortcomings that are inherent to them. The implementation proposed in the article requirements and procedure for conducting expert evaluation in applying the method of expert estimates guarantees the reliability and high quality of the results.

Ключевые слова

Оценка рисков, методика оценки рисков, метод экспертных оценок, групповая экспертиза, франчайзинг, риски франчайзинга, управление рисками.

Keywords

Risk Assessment, Technique of Risk Assessment, Method of Expert Evaluations, Group Expertise, Franchising, Risks of Franchising, Risk Management.

В современных условиях, когда на рынке одновременно присутствует большое количество крупных иностранных и российских предприятий и конкуренция с их стороны значительна, очень остро встает вопрос развития малого и среднего бизнеса, а так же снижение рисков в условиях жесткой конкурентной среды. Выходом из сложившейся ситуации является применение механизма франчайзинга, который с одной стороны, значительно снижает риски конкуренции с крупными корпорациями, с другой, рождает (порождает) собственные риски – риски франчайзинга, о которых и пойдет речь в данной статье.

М.Г. Лапуста и Л.Г. Шаршукова считают, что риск возникает при любых видах предпринимательской деятельности, связанных с производством продукции, товаров и услуг, их реализацией, товарно-денежными и финансовыми операциями, коммерцией, а также осуществлением научно-технических проектов. Йозеф Шумпетер, связывая риск и предпринимательство, указывал, что если риски не учитываются в хозяйственном плане, они становятся источником, с одной стороны, прибыли, с другой стороны – убытков. Таким образом, риски франчайзинга неизбежны, должны быть исследованы, оценены и предотвращены.

Несмотря на стремительное развитие франчайзинга, в российском законодательстве понятие договора франчайзинга не существует. Отсутствуют и нормативные акты, описывающие франчайзинговые отношения. Это в значительной мере приводит к возникновению рисков франчайзинга.

Принятие решения по выбору инструмен-

тария для проведения научных и практических исследований, для формирования плана и программы управления рисками франчайзинга является первоочередной и достаточной сложной задачей. При этом после такого выбора зачастую требуется актуализация и некоторое совершенствование данного инструментария для достижения конкретных целей.

В настоящей статье рассматривается метод экспертных оценок с точки зрения его места и роли в управлении рисками франчайзинга, а также актуализируемые для этого процесса требования к проведению экспертной оценки, к порядку ее проведения, которые позволят реализовать данный инструментарий качественно и значительно снизить уровень тех недостатков, которые ему присущи.

Предметом исследования настоящей статьи являются риски франчайзинга и методы их оценок.

Нами были определены риски франчайзинга – это риски двух сторон: франчайзера и франчайзи, приобретаемых от деятельности в рамках системы франчайзинга и классифицируемые следующими видами и группами рисков.

Многообразие преимуществ и рисков требует очень серьезного, грамотного подхода при принятии решений как о формировании и применении концепции франчайзинга, так и об участии во франшизных отношениях. Не лишним будет напомнить, что модели франчайзинга, мотивации франчайзеров и франчайзи, цели и схемы взаимодействия сторон, при наличии общих признаков, могут существенно различаться между собой. Соответственно будут изменяться перечисленные выше преимущества и недостатки. Они будут идентифицированы для каждой конкретной системы [4, с.107].

В настоящее время в экономике в целях повышения качества планирования и управления разрабатываются и всемерно внедряются методы групповой экспертизы. В условиях ограниченных возможностей применения математических методов при исследовании рисков интеграционной деятельности, экспертные оценки являются единственным средством решения практических задач для рисков франчайзинга. Групповая экспертиза представляет собой мощное средство переработки слабо-

Рисунок 1 – Риски обеих сторон франчайзинговых отношений





формализованных данных, которое позволяет выделить наиболее обоснованные утверждения специалистов-экспертов и использовать их в конечном счете для подготовки различных решений. Однако, как говорилось выше, метод экспертных оценок имеет ряд недостатков, которые можно преодолеть [7].

Оценка финансового риска заключается в сравнении уровня финансового риска с уровнем его приемлемости. Основанием для отнесения к группе приемлемых финансовых рисков служит система параметров, различная для каждого портфеля финансового риска. Методика оценки должна отвечать следующим требованиям: достоверности и объективности заключений; точности; экономической целесообразности (затраты на проведение анализа не должны превышать дополнительных доходов от использования результатов оценочной деятельности) [6, с.204].

На выбор методов оценки финансовых рисков влияют: возможность количественной оценки, возможность качественной оценки, простота расчетов, доступность информации, возможность оценки в динамике.

Теория и практика выработала множество методов для определения величины финансо-

вых рисков. Все эти методы можно объединить в две группы: качественные методы анализа финансового риска и количественные методы [5, с.75].

Необходимо отметить, что по мере усиления неопределенности классические вероятностные описания уступают место вероятностям определенным не количественно, а качественно. На схеме 1 представлено соотношение классических вероятностных, экспертных и нечетко-множественных описаний.

Оценка риска может быть выполнена с различной степенью глубины и детализации с использованием одного или нескольких методов разного уровня сложности. В современном мире, когда значительно развиты средства коммуникации и уровень знаний о предмете исследования в силу развития науки достаточно высок, все большее значение начинает приобретать метод экспертных оценок [6]. Метод экспертных оценок представляет собой комплекс логических и математических процедур, направленных на получение заключения эксперта по определенному кругу вопросов [4, с.112].

Преимущество этого метода – возможность использования для принятия оптималь-

Рисунок 2 – Требования к проведению экспертной оценки

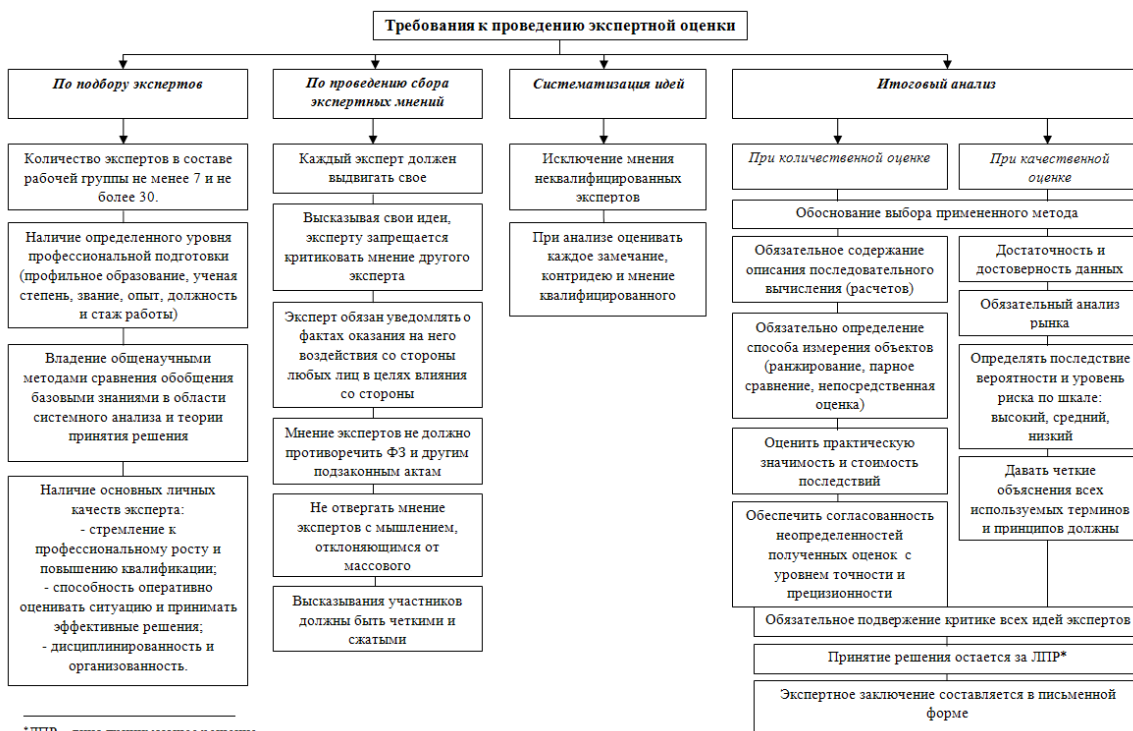


Рисунок 3 – Порядок проведения экспертной оценки



* РГ - рабочая группа

** Деструктурирование - специализированная процедура оценки идей на практическую реализуемость в процессе мозговой атаки, когда каждая из них подвергается всесторонней критике со стороны участников мозговой атаки.

ных управленческих решений опыта и интуиции компетентного специалиста, характеристики риска могут устанавливаться экспертным путем. Достоинства данного метода – отсутствие необходимости точных данных и дорогостоящих программных средств и простота расчетов. Недостатки – трудность в привлечении независимых экспертов и объективность их оценок. Недостатки этого метода заключаются в повышении вероятности произвольной интерпретации вопроса со стороны экспертов, что может привести, в конечном счете, к несопоставимости данных, полученных от группы экспертов. К недостаткам метода так же можно отнести сложность процедуры получения информации, сложность формирования группового мнения по индивидуальным суждениям экспертов и возможность давления авторитетов в группе.

Предлагаем для нивелирования данных недостатков, а так же для адаптации метода к задачам управления финансовыми рисками при их оценке использовать следующие принципиальные, на наш взгляд, подходы: реализацию определенных требований к проведению экспертной оценки (рисунок 2), а так же требований к порядку, последовательности ее проведения (рисунок 3).

Одним из существенных требований по подбору экспертов является критерий их количества. Необходимое количество экспертов в составе рабочей группы не менее 7 и не более 30 экспертов, что способствует адекватности решению проблемы и раскрытию более полной информации и мнений.

Наличие профессиональной подготовки и личных качеств экспертов необходимо для принятия эффективных и квалифицированных решений.

Очень важно, чтобы эксперты высказывали все идеи, не критикуя идеи других участников анализа и не противореча законам РФ. Стоит уделить внимание идеям, высказанным экспертами с мышлением, отклоняющимся от массового, но при этом исключать мнения неквалифицированных экспертов или менее квалифицированных в области, по которому высказано мнение (идея).

Как правило, экспертный опрос нацелен на уточнение гипотез, разработку прогноза и пополнение интерпретации определенных социальных явлений и процессов. В таких опро-

сах доминируют открытые формулировки, а закрытые вопросы предназначены лишь для оценки уровня уверенности, меры согласия или несогласия с уже высказанными позициями других специалистов. Интеграция экспертных оценок обязательно подвергается оценке практической значимости и обоснованности принятого решения. Экспертное заключение составляется в письменной форме после принятия окончательного решения лицом принимающим решение.

При проведении экспертной оценки стоит четко следовать порядку ее проведения. На этапе подбора экспертов очень важно определить из всего состава экспертов самого квалифицированного эксперта для назначения его лицом принимающим решение, от которого и будет зависеть правильность принятого заключительного решения.

Всей группе экспертов самое главное четко поставить задачу и определить сроки решения этой задачи и организовать общение экспертов в необходимом для проведения экспертной оценки процессе.

Проведение экспертной оценке может проводиться в несколько туров, как с участием того же состава экспертов, так и с небольшим его обновлением, а именно смена менее квалифицированных экспертов на более квалифицированных. При применении экспертной процедуры оценки из нескольких туров, происходит повторение второго и третьего этапов. Чем больше проводится туров, тем более тщательным будет являться анализ [1].

При проведении итогового анализа необходимо систематизировать все предлагаемые идеи и провести деструктурирование систематизированных идей.

Основное правило этапа деструктурирования – рассматривать каждую из систематизированных идей только с точки зрения препятствий на пути к её осуществлению, т.е. участники атаки выдвигают доводы, опровергающие систематизированную идею. Особенно ценным является то обстоятельство, что в процессе деструктурирования может быть генерирована контридея, формулирующая имеющиеся ограничения и выдвигающая предложение о возможности снятия этих ограничений.

Обработка данных полученных в ходе проведения экспертной оценки должна прово-

даться при помощи методов математической статистики. По итогам проведенного анализа заключительное мнение утверждается лицом принимающим решение.

Выполнение предложенных нами в статье требований и порядка проведения экспертной оценки при применении метода экспертных оценок гарантирует достоверность и высокое качество полученных результатов.

Франчайзерам и франчайзи такая оценка позволит избежать всевозможные риски, связанные с деятельностью франчайзинга, либо уменьшить их влияние на потери в денежном выражении.

Источники

1. Архангельский Н.Е. и др. Экспертные оценки и методология их использования. М. 1974.
2. ГОСТ, Национальный стандарт Российской Федерации 31010 – 2011г.
3. Григан А.М. Управленческая диагностика: теория и практика: монография. Ростов н/д: Изд-во РСЭИ, 2009. 316 с.
4. Куликова Е.Е. Управление рисками. Инновационный аспект. М.: Паблшинг. 2008.
5. Никитина О.А., Слободяник Т.М. Принятие управленческих решений на основе применения финансовых и экономических методов оценки эффективности инвестиционных проектов предприятия // Экономика и политика. 2015. № 1 (4). С. 75-82.
6. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. М.: Мысль. 2011.
7. <http://franchisetop.ru> (16.04.2015г).
8. Одегова Ю.В., Мочалова Л.А. Развитие институтов социального партнёрства между местными органами власти, бизнесом и общественностью (на примере реализации экологических проектов) // Муниципалитет: экономика и управление. 2015. № 1 (10). С. 42-48.

Козлова Т.В.,

к.э.н., доцент Магнитогорского государственного технического университета, зав. кафедрой бухгалтерского учёта и экономического анализа;

Долгополов О.В.,

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

Kozlova T.V.,

Phd., Assistant Professor, Head of the Department of Accounting and Economic Analysis, Nosov Magnitogorsk State Technical University;

Dolgoplov O.V.,

Phd., Assistant Professor, Nosov Magnitogorsk State Technical University.

ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ БУХГАЛТЕРСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

WAYS OF FORMATION OF THE MODERN ACCOUNTING TERMINOLOGY

Аннотация

В статье рассматриваются пути и источники формирования современной бухгалтерской терминологии, отражающей концептуальный аппарат различных направлений и школ, теорий отдельных авторов, а также обусловленность национальными традициями и менталитетом.

На разных этапах своего существования терминология формируется в результате более или менее сознательной деятельности людей и поддаётся реформированию и регулированию.

Abstract

The article discusses the ways and the sources of formation of the accounting terminology, reflecting the conceptual apparatus of different scientific schools, of theories of individual authors, as well as the conditionality of their national traditions and mentality. At different stages of its existence, the terminology is formed as a result of a more or less conscious actions of men, and gives in to the reform and regulation.

Ключевые слова

Терминосистема; терминология; термин; упорядочение, унификация и стандартизация бухгалтерской терминологии.

Keywords

System of terms; Terminology; the Term; Streamlining, Unification and Standardization of Accounting Terminology.

Любой вид человеческой деятельности в той или иной мере связан с использованием терминологических систем. Каждая терминологическая система представляет собой относительно автономное образование, со своими, только ей присущими признаками. И, тем не менее, при всём разнообразии отраслей научного знания, обслуживающие их терминологические системы неизбежно обнаруживают некоторые общие черты. Причина подобия кроется в единстве выполняемых функций: любая терминологическая система призвана обеспечить полноценную коммуникацию представителей определённой отрасли знаний, техники или технологии. Немаловажным оказывается и другой фактор, который можно обозначить как «искусственность»: в отличие от естественного языка, терминологическая система сознательно формируется, и процесс формирования контролируется научным сообществом.

Терминологическая система, или терминология, научной отрасли [лат. *tērminus* m 'предел, граница' + др.-греч. *λόγος* 'слово; учение'] представляет собой совокупность слов, словосочетаний и устойчивых словесных комплексов – терминов, связанных с обозначением (номинацией) специфических для этой отрасли знания понятий. В представлении о терминологии обнаруживается взаимодействие двух систем – системы знаний и системы единиц кодирования этих знаний – слов, словосочетаний и устойчивых словесных комплексов как средств обозначения. Термин – слово, словосочетание или устойчивый словесный комплекс точно и однозначно обозначающие понятие специальной области знания или деятельности [Языкознание БЭС 1998: 508-509]. Суммируя наиболее конструктивные идеи отечественных и зарубежных лингвистов, в понятие «термин» мы вкладываем следующее содержание: термин – это основная единица науки, специальных отраслей знаний и сфер деятельности человека, призванная номинировать объекты и процессы и одновременно служить инструментом и средством познания окружающего мира [Ивина 2003: 14].

Термином, как уже говорилось, может быть слово (кредитор, дебет, налог, овердрафт, расходы, регистр), словосочетание (бухгалтер-

ский баланс; корреспонденция счетов; метод начисления; План счетов; бухгалтерская (финансовая) отчётность), устойчивый словесный комплекс – УСК (красное сторно; двойная запись; деловая репутация), свободное словосочетание (отложенный налоговый актив; пользователь учётной информации; отчётная дата; маргинальный налог) и аббревиатура (НДС, ТЗР, МСФО, ПБУ, ТМЦ).

Свойства термина реализуются внутри системы, за пределами которой термин теряет свои характеристики – детерминологизируется (ср. «всё в ажуре» как образное выражение в общелитературном языке со значением ‘всё в порядке’). Процессы детерминологизации (переход термина в общеупотребительную лексику) и терминологизации (создание термина на основе общеупотребительного слова или словосочетания, например, усталость, надёжность как технические термины, счёт, отчёт, вложение, двойная запись как бухгалтерские термины и др.) свидетельствуют о возможности взаимопроникновения элементов разных систем – терминологической и общелитературной лексики.

Наряду с терминологизацией, в основе которой часто лежит метафорическое переосмысление общеупотребительного слова (тяжёлая вода в химии; налоговая декларация, налоговая база в налогообложении; центр ответственности, центр затрат в управленческом учёте), к способам создания терминов относятся и ретерминологизация – заимствование готового термина с полным или частичным переосмыслением его содержания, ср. реакция <цепная> в физике – реакция в политологии; иммунитет в иммунологии – иммунитет в налогообложении (иммунитет налоговый); корреспонденция в журналистике – корреспонденция (счетов) в бухгалтерском учёте; провизия в общественном питании – провизия в финансовом учёте и налогообложении; валентность <атома> в химии – валентность <счёта> в финансовом учёте и т.д.

Термины могут заимствоваться из другого языка (бухгалтерия, реинвестирование, аваль, дебет, баланс), а также создаваться из морфемного инвентаря собственного языка (платёжеспособность, предоплата, задолженность, налогообложение, себестоимость) или из интернациональных элементов (интерпре-

тация <бухгалтерской (финансовой) отчётности>, <налоговая> декларация, рекапитализация, унификация документации, модификация и пермутация <баланса> и др.).

Как уже неоднократно указывалось, термины – вербальные знаки, которые не существуют изолированно, а являются элементами терминологической системы определённой области знания. Совокупность терминов, используемых в той или иной научной отрасли, называется терминологией. Терминология соотносится с системой научных понятий. В зависимости от того, насколько изоморфны [др.-греч. ἴσος ‘равный, одинаковый, подобный’ + μορφή ‘вид, образ’] эти две системы – «система понятий» и «система терминов», – терминология может быть: собственно терминологией (система понятий ≠ система терминов) или терминосистемой (система понятий = система терминов).

Собственно бухгалтерская терминология (естественно сложившаяся терминология бухгалтерского учёта), является недостаточно или слабо изоморфной, и представляет собой стихийно сформировавшуюся совокупность терминов, отражающую исторический процесс накопления и осмысления знаний в теории и практике бухгалтерского учёта на протяжении семи столетий его существования. В этом случае основным источником для формирующейся системы специальных обозначений является общеупотребительная лексика языка (процесс терминологизации). При этом связи и отношения, сложившиеся между словами как элементами общего словаря, отчасти наследуются новой системой. В естественно сложившейся терминологии бухгалтерского учёта обнаруживаются системные отношения, характерные для любого естественного языка:

1) синонимия (терминологические дубли, триплеты и т.д.): бухгалтерская проводка – бухгалтерская запись – модель экономического события (В.П. Астахов); имущество – активы <организации>; аваль – вексельное поручение;

2) антонимия: оприходование – списание <объекта основных средств, НМА>;

3) градация: первичный документ – сводный (накопительный) документ – учётный регистр – бухгалтерская (финансовая) отчётность – бухгалтерский отчёт;

4) родовидовые связи: полнота – досто-

верность – реальность <бухгалтерской (финансовой) отчётности>;

5) отношение «целое – часть»: бухгалтерский баланс = актив + пассив; бухгалтерский счёт = дебет + кредит и др.

По мере развития учётной теории и практики совершенствуется и обслуживающая их терминология. Возникновение терминологии возможно лишь на продвинутом этапе развития отрасли знания, когда наука достигнет достаточно высокой ступени развития, иными словами, термин появляется только тогда, когда понятие окончательно сформировалось и оформилось в сознании научного сообщества, что ему можно поставить в соответствие дефиницию. Не случайно важнейшим средством отграничения термина от не-термина является его проверка на дефинитивность, то есть проверка, поддается ли термин строгому научному описанию по принципам и канонам науки, к которой относится, или нет.

Показателем развития бухгалтерской терминологии является увеличение дробности членения понятий, так как знания становятся всё более частными и конкретными, что служит основанием для более дробной классификации понятий. Например, в дискуссии о том, сколько классификаций счетов необходимо, профессор В.Ф. Палий указывал, что «чем больше признаков классификации можно выделить, тем больше степень познания исследуемой системы». В настоящее время предложено более восьми классификаций счетов бухгалтерского учёта, выделено более пятидесяти различных наименований счетов: активные, пассивные, активно-пассивные; синтетические, аналитические; основные, регулирующие, операционные, сопоставительные; балансовые, небалансовые, забалансовые; инвентарные, фондовые, денежные, счета учёта расчётов и т.д.

Развитие сферы научного знания ведёт не только к уточнению представлений о старых объектах исследования, но и к появлению новых и, как следствие, к формированию новых понятий. Возникновение новых понятий сопровождается процессом их номинации – закрепления за ними знака (слова-термина). Новые обозначения в течение некоторого периода имеют статус терминов-неологизмов (лицевой счёт, абсорпшен-костинг, тагет-костинг, модель экономического события, овердрафт, центр

ответственности и т.д.). В дальнейшем термин может закрепиться как полноправный член системы обозначений, либо будет заменён другим более удачным. Например, в современной теории бухгалтерского учёта не подчёркивается приоритет какого-либо из двух параллельно используемых терминов бухгалтерская проводка и корреспонденция счетов. Вместе с тем, расширение круга пользователей учётной информации и, как результат, усложнение хозяйственных связей требуют более современных терминообозначений. В.П. Астахов считает, что адекватным термину бухгалтерская проводка, а равно и термину корреспонденция счетов мог бы стать предложенный им термин модель экономического события (МЭС) [Астахов 2004: 174-175].

Толчком к развитию терминологии служит формирование зон пересечения интересов разных научных отраслей или сфер производства. Например, можно наблюдать включение терминов математики, химии, информатики, лингвистики, маркетинга и других научных дисциплин в современную бухгалтерскую терминологию: информационно-поисковый язык, база данных, бухгалтерский архив, контроллинг, леверидж, баланс (как экономическая категория), «украшение витрины» (жарг.), клиринг, бухгалтерский синтаксис, бухгалтерская прагматика; интерпретация бухгалтерской (финансовой) отчётности и т.д.

В отличие от стихийно формирующейся терминологии, терминосистема является упорядоченной и высоко изоморфной системой. Это – совокупность знаков, целенаправленно организуемых таким образом, чтобы их структура и словообразующие элементы изоморфно соотносились с соответствующими понятиями науки, техники или технологии. Она формируется тогда, когда какая-либо область знания сложилась в достаточной степени, имеет развитую теорию, подкреплённую практикой, чётко дифференцированные основные понятия и сложившуюся иерархию связей между ними. При этом создание терминосистемы требует понимания той концептуализации, на которой основаны знания в отдельной предметной области. Поскольку терминосистемы всегда имеют дело со специальным языком конкретной области знания (метаязыком), понятие следует рассматривать не только как единицу мышле-

ния, но и как единицу знания [ГОСТ Р ИСО 704-2010: 6].

В отличие от терминологии, терминосистема научной дисциплины конструируется специалистами данной области знания из сознательно отбираемых, а в ряде случаев и специально создаваемых терминов (например, логисмография – Дж. Чербони; счёт-экран – В.Ф. Палий; факт хозяйственной жизни – Я.В. Соколов и др.), а также готовых терминов, заимствуемых из других языков [Соколов 2000: 85, 300]. Для успешного конструирования терминосистемы необходима чётко продуманная и выверенная концепция. При наличии нескольких теорий в одной и той же исследовательской (практической) области могут сосуществовать несколько терминосистем.

Для демонстрации различий двух типов терминологических систем сравним две из них. Бухгалтерская терминология в современном её состоянии представляет собой яркий образец слабо изоморфной естественно сложившейся терминологии: используемые средства означивания понятий часто образованы произвольно, даже случайно (например, термин «лицевой счёт») и не отражают однозначно систему понятий бухгалтерского учёта. О несостоятельности термина «лицевой счёт», появившегося в начале XIX в. в результате халатности метранпажа одной из петроградских типографий, в своё время писал Е.Е. Сиверс (1852-1917), уделявший вопросам бухгалтерской терминологии повышенное внимание. Он утверждал, что нужно использовать термин «личный счёт». Однако, несмотря на все усилия Е.Е. Сиверса, напечатанный жирным шрифтом на бланке, в начале XIX в., термин «лицевой счёт» прижился и в учётной практике, и в банковском деле, вошёл в обиходный язык, а вместе с ним и в третье тысячелетие.

Функционирующая в настоящее время система терминов находится в состоянии перманентного изменения: какие-то термины выходят из употребления (например, хабет, счетоводство, счетоведение; мемориально-ордерная форма бухгалтерского учёта; отчёт о прибылях и убытках), в то же время образуются новые термины для обозначения новых понятий (автоматизированное рабочее место бухгалтера – АРБМ, овердрафт, модель экономического события – МЭС; контокоррент);

старые знаковые формы переосмысляются, наполняются новым содержанием (бухгалтерский баланс как экономическая категория; затраты и расходы в финансовом, управленческом и налоговом учёте). На этом нестабильном, склонном к флуктуации фоне современной бухгалтерской терминологии номенклатура органических химических соединений, напротив, являет нам типичный образец терминосистемы: она высоко изоморфна по отношению к системе понятий органической химии и достаточно стабильна. Терминосистема характеризуется такими свойствами, как:

1) системность – каждый термин системы связан с другими её терминами прямыми и опосредованными логическими и ассоциативными связями;

2) полнота охвата понятий описываемой области знаний;

3) внутренняя непротиворечивость;

4) относительная устойчивость – терминосистема достаточно стабильна до тех пор, пока жива теоретическая концепция, определяющая необходимость её формирования и функционирования;

5) открытость – способность включать новые термины;

6) динамичность – дефиниции терминов могут уточняться по мере углубления знания о предмете (понятии).

В терминосистеме сознательно достигается минимальная степень вариантности: сознательно сокращаются или устраняются синонимия и полисемия (многозначность). Подчёркивая высокую степень изоморфности системы понятий и системы их терминологических обозначений, являющуюся отличительным признаком терминосистемы, мы отдаём себе отчёт в том, что изоморфность в этом случае никогда не бывает полной. Между двумя соотносящимися системами складываются отношения адекватности, при которых терминосистема может быть как богаче, так и беднее системы понятий по числу единиц и характеру их связей. И терминология, и терминосистема формируются в результате более или менее сознательной деятельности людей; на разных этапах своего существования оба вида систем поддаются реформированию и регулированию. Основными видами сознательного воздействия человека на систему терминов

являются её упорядочение, унификация и стандартизация.

При упорядочении терминологии ревизии подвергается, прежде всего, система понятий: устраняются термины, вышедшие из употребления в связи с деактуализацией именуемого понятия, вводятся новые термины, ликвидируются возникшие синонимы и омонимы, уточняется фонетико-графический облик используемых наименований и др. Унификация терминологии преследует цель добиться однотипности структуры знаковых форм, соотносимых с понятиями одного и того же класса. Ранее она осуществлялась путём издания сборников рекомендуемых терминов, которые выпускались Комитетом по научной терминологии Российской Академии Наук (РАН издано более 110 сборников по различным отраслям научного и технического знания). Упорядочение и унификация повышают уровень изоморфности терминологии.

Важную роль играет деятельность, направленная на стандартизацию научных и технических терминологий, которая проводится во всех промышленно развитых странах уже более ста лет. К началу 90-х годов XX в. Международной организацией по стандартизации и национальными органами США и ряда стран Европы было выпущено несколько десятков тысяч терминологических стандартов, которые охватывают почти все отрасли науки и производства. Принимаются международные, региональные стандарты, национальные и отраслевые стандарты крупнейших промышленных фирм. Международная стандартизация и гармонизация терминологических систем и терминологических стандартов проводится и в бухгалтерском учёте, что позволяет соотнести отдельные термины и целые терминосистемы, функционирующие в разных странах и в различных языках.

Для решения проблем интернационализации бухгалтерского учёта создан ряд международных межправительственных организаций (ММПО) и международных профессиональных организаций бухгалтерского учёта. Международные межправительственные организации (Межправительственная рабочая группа экспертов по международным бухгалтерским стандартам ООН, Европейское экономическое сообщество, Организация экономического со-

трудничества и развития и др.) занимаются в основном нормализацией отношений в области экономики, финансов, бухгалтерского учёта и аудита на основе разработки международных норм, правил и стандартов. К международным профессиональным организациям относятся Совет по Международным стандартам финансовой отчётности (СМСФО), Международная федерация бухгалтеров, Федерация бухгалтеров стран-членов АСЕАН, Американская ассоциация бухгалтеров, Конференция бухгалтеров стран Азии и Тихого океана, Европейская федерация бухгалтеров-экспертов и др. На процесс гармонизации и международной стандартизации бухгалтерской терминологии наибольшее влияние оказали Международные стандарты финансовой отчётности (МСФО), Общепринятые принципы бухгалтерского учёта (GAAP) и директивы Европейского экономического сообщества.

GAAP (Общепринятые принципы бухгалтерского учёта) – это общий термин, применяемый для описания основ бухгалтерской терминологии в конкретной среде. В настоящее время наиболее известными являются GAAP Великобритании (сокр. от Generally Accepted Accounting Practice) и GAAP США (сокр. от Generally Accepted Accounting Principles). Следует отметить, что вместе с изменением хозяйственной среды изменяются и GAAP. Источниками GAAP являются законодательные документы, нормативные акты, издаваемые профессиональными бухгалтерскими организациями, и методы учёта, разрабатываемые отдельными компаниями при отсутствии правил, касающихся конкретных вопросов. Например, в Великобритании основные принципы бухгалтерского учёта изложены в Законе о предприятии (1985, 1989), в Германии – в 3-м томе «Коммерческого кодекса», в США практически отсутствует бухгалтерское законодательство. Нормативы бухгалтерского учёта издаются профессиональными организациями и контролируются Комиссией по ценным бумагам и фондовому рынку. Комиссия может наложить вето на определённые подходы к бухгалтерскому учёту и требовать корректировки или внедрения нормативов в новых областях.

Различия в концептуальных подходах к бухгалтерскому учёту в мире ощутимы и, прежде всего, они отражаются в национальных

терминологиях. Это создаёт большие трудности при переводе и в общении российских бухгалтеров и коммерсантов с представителями англо-американской бухгалтерии, ибо, заменяя иноязычные понятия русскими эквивалентами, мы с неизбежностью искажаем смысл языка оригинала. Одно и то же слово-термин или термин-словосочетание в различных контекстах не могут переводиться одним и тем же словом всегда одинаково. В зависимости от контекста перевод и может, и должен меняться. Так, например, термин *fixed assets* – в принципе следует переводить ‘основные средства’, но поскольку в нашем Плате счетов понятие «основные средства» носит строго определённый и семантически узко ограниченный характер, приходится в ряде случаев использовать термин – «внеоборотные активы». Это, конечно, тоже неудачный термин, ибо со времён Л. фон Мизеса (1881-1973) стало ясно, что все средства, вложенные в хозяйство, находятся в обороте, и вся разница только во времени их оборота.

В англо-американской учётной литературе на счёте «Cash» ‘касса’ учитывают все денежные средства, и поэтому наши переводчики термин «cash» переводят не как ‘касса’, а как ‘счёт «Денежные средства»’. В этом случае становится очевидным, какие объекты бухгалтерского наблюдения отражаются на этом счёте, но зато семантически деформируется содержание понятия – ‘счёт «Касса»’. В российском учёте под счётом 50 «Касса» понимаются денежные средства, находящиеся на материальной ответственности кассира организации, а на счёте «Расчётный счёт» – обязательства банка за средства, переданные ему. В основе российского подхода лежит юридический принцип, у кого и где находятся денежные средства, в основе американского – экономический принцип, каковы денежные ресурсы. Это и есть в американском понимании счёт «Касса». Перевести на русский язык наименование этого счёта иначе, значит – исказить теоретическую концепцию, лежащую в основе учёта. Приведённые примеры свидетельствуют о том, что полностью адекватная терминология ещё не сложилась и процесс её формирования «далёк и долог» [Нидлз и др. 1993: 490-491].

Вопросами терминологии как таковой занимаются терминологи. Терминологи – спе-

циалисты с филологическим образованием, профессионально работающие над упорядочением, унификацией и стандартизацией терминологии и пристально следящие за регулярностью используемых словообразовательных моделей. Контролируя выбор и функционирование нового знака, они ориентируются, прежде всего, на соответствующую терминологическую модель, характерную для данного естественного языка, так как термин как единица языка подчиняется его фонетическим и грамматическим законам. Понятие терминологической словообразовательной модели в бухгалтерском учёте связано с частотным использованием при образовании новых терминов отдельных словообразовательных элементов; например, типичной для терминов (в том числе и бухгалтерских) является модель «корень + суффикс»:

- -ированиj-: документи́рованы<j+e>, калькули́рованы<j+e>;
- -ациj-: инвентариза́ци<j+a>, интерпрета́ци<j+a>;
- -ов-: дебе́товъи, креди́товъи (‘относящийся к дебету / кредиту <счёта>’), балансо́въи;
- -н-: креди́тнъи (‘связанный с кредитованием’), счё́тнъи, учё́тнъи и т.д.

Для описания структуры термина широко используется понятие терминоэлемента – минимального значимого компонента термина; им может быть как морфема (ср. интернациональные терминоэлементы: авто-, анти-, гипо-, моно-, микро-, пост-, псевдо-, суб- и т.д.), так и слово в составе термина-словосочетания, например: калькулирование, калькуляция; ипотека, ипотечное кредитование; платёжеспособность, кредитоспособность; налог на прибыль, налог на имущество; модификация баланса, пермутация баланса или устойчивого словесного комплекса: красное сторно; двойная запись; факт хозяйственной жизни и т.п. Рассмотренные нами общие признаки терминологических систем мы дополним уникальными характеристиками, характеризующими частную терминологию современного бухгалтерского учёта.

Под бухгалтерской терминологией понимается совокупность слов-терминов, терминов-словосочетаний и терминов-УСК, функционирующих в современном бухгалтерском

учёте для выражения специальных понятий учётной теории и практики, а также для номинации типичных объектов и субъектов данной отрасли знания. Бухгалтерская терминология, таким образом, как терминология области научного знания, представляет собой не просто алфавитный список терминов (глоссарий, индекс, конкорданс), но чётко выдержанную семиотически знаковую систему, соотносящуюся с экономической системой понятий (в частности, бухгалтерских), входящую в действующую парадигму научного знания, и формирующую бухгалтерский фрагмент научной картины мира.

Необходимо отграничивать понятие бухгалтерской терминологии как весомой части системы экономических понятий и категорий от другой составной части метаязыка¹ бухгалтерского учёта – номенклатуры [франц. *nomenclature f* 'перечень; словарь (в словаре)' < лат. *nōmenclātūra f* 'перечень, список']. Бухгалтерская номенклатура – совокупность специфических названий, которые используются для обозначения конкретных бухгалтерских объектов (в отличие от терминологии, содержащей обозначения отвлечённых категорий и понятий). Сравните, например, оценка, себестоимость продукции, платёжеспособность, калькулирование, основные фонды, оборотные средства, капитализация, чистая прибыль являются терминами, служащими для выражения и закрепления общеэкономических понятий; а активный счёт, субсчёт 10-3, регулятив по счёту 02, оборот по счёту 50, акцепт, активный счёт 10, учётный регистр, дебитор, кредитор, инвентаризация дебиторской задолженности, мемориально-ордерная форма учёта, оприходование материалов на складе, журнал-ордер № 1, реестр кредиторской задолженности – номенклатурными единицами, названиями частных понятий и конкретных объектов бухгалтерского учёта, количество которых необозримо велико, и с течением времени неуклонно увеличивается.

Граница между номенклатурными единицами и терминами подвижна. Номенклатур-

ный знак, как бы он ни был ограничен в своём использовании, может приобретать всеобщий характер, если он появится в других языках и если в первоначально узкоспециальных названиях в нём обнаружится общее универсальное содержание (бухгалтерский баланс как 'форма отчётности' > бухгалтерский баланс как 'общее-экономическая категория'). В этом случае номенклатурный знак становится термином, соотносящимся с научным понятием.

Слова дебет [лат. *debēt* 'он должен' < *debēre* 'долженствовать'] и кредит [лат. *credīt* 'он верит, доверяет' < *credēre* 'верить, доверять'] стали осознаваться как термины уже в период появления товарно-денежных отношений, и активно использоваться при совершении расчётных и ссудных (кредитных) операций. В бухгалтерском дискурсе эти обозначения утратили свой первоначальный смысл и стали применяться только с целью разграничения сторон бухгалтерского счёта (дебет – левой, кредит – правой). В то же время производные от этих терминов номенклатурные единицы – дебитор букв. 'должник' и кредитор букв. 'давший займа' – сохраняют своё первоначальное значение и применяются ныне для обозначения субъектов финансовой деятельности.

Бухгалтерская терминология, как семиотическая система, складывалась на протяжении достаточно длительного периода развития теории и практики хозяйственного учёта. В ней, как в зеркале, отражаются не только смена научных парадигм в учёте и воззрения на учёт, его предмет и методологию, не только разница в терминологических аппаратах существующих школ и направлений в учётной теории и практике, но и различные традиции в осуществлении бухгалтерской процедуры, обусловленные особенностями национальных менталитетов. Строго говоря, в настоящее время не существует бухгалтерской терминологии как единой системы, а имеет место большое число терминосистем, обладающих в разных языках своей собственной спецификой, неотделимой от традиционализма и национального менталитета носителей языка.

¹ **Метаязык** (англ. *metalanguage*) – язык описания исследуемого объекта или явления. В языкознании противопоставляется объектному языку или языку-объекту. В широком понимании термин «метаязык» соотносится со всей лингвистической терминологией, а в узком – употребляется только по отношению к концептуальному аппарату конкретной лингвистической теории [АРСЛС 2001: 229].

Поскольку бухгалтерская терминология отражает в себе концептуальный аппарат различных направлений и школ, теорий отдельных авторов, а также обусловленность национальными традициями и менталитетом, о ней целесообразно говорить не как о единой системе знаков, но как о «системе систем». Этим обусловлен, в частности, так называемый полиморфизм бухгалтерских терминов. Имеется в виду, что один и тот же термин (вербальный знак) в различных научных направлениях и национальных бухгалтерских традициях может обозначать разные понятия. Например, ранее упомянутые нами термины *fixed assets* и *cash*. При этом возможна ситуация, когда одно и то же понятие может обозначаться разными терминами; ср.: контокоррентный кредит в русской традиции и *овердрафт* – в англо-американской. Подобные термины со сходной референцией, но относящиеся к разным концепциям и школам, можно квалифицировать как квазисинонимы [лат. *quasi* ‘как будто, наподобие, словно’].

На современном этапе развития бухгалтерская терминология включает в свой состав:

1) собственно термины – слова, которые либо отсутствуют в общеупотребительном языке, либо, будучи заимствованными из общеупотребительного языка-объекта, используются в другом значении;

2) своеобразные сочетания слов и их эквиваленты, приводящие к образованию составных терминов, входящих в бухгалтерскую терминологию на равных правах с цельноформленными единицами (терминами-словами и терминами – устойчивыми словесными комплексами).

В бухгалтерской терминологии как не вполне устоявшейся системе номинации обнаруживаются отношения, характерные для любого естественного языка. Отсутствие однозначного соответствия между формой и содержанием вербального знака, являющееся причиной существования в естественном языке синонимии и полисемии, в бухгалтерской терминологической системе порождает существование (1) терминологических дублетов и триплетов, то есть двух, трёх и более терминов, по существу соотносимых с одним и тем же референтом; например: имущество = активы, обязательства = пассивы, остаток <по счёту> =

сальдо, бухгалтерская проводка = бухгалтерская запись = модель экономического события (В.П. Астахов) = корреспонденция счетов = счётная формула); а также (2) многозначность терминов, когда один и тот же термин сопровождается не одной дефиницией, а несколькими.

Причиной полисемии может становиться процесс переосмысления уже широко известных понятий, связанный с переходом на новую ступень в изучении объекта, а также другие процессы, связанные с накоплением и систематизацией научного знания. В бухгалтерской терминологии часто встречается так называемая категориальная многозначность терминов, формирующаяся в результате метонимического переноса наименования по типу «действие, процесс → результат» (документирование → документация; калькулирование → калькуляция; интерпретирование → интерпретация) или «область знания → объект» (аудит, учётная политика организации, управленческий учёт, налогообложение, бухгалтерская (финансовая) отчётность, налоговая отчётность).

Поскольку бухгалтерская терминология на сегодняшний день не представляет собой рационально организованной, семиотически безупречной системы, необычайно актуальной является задача её упорядочения. Жизнеспособность терминологической системы определяется её упорядоченностью и последовательностью соотношения плана содержания с планом выражения. Терминологическая система, отвечающая этим требованиям, может пережить научное направление, её породившее, и органично войти в метаязык науки. Терминологи предлагают разные пути решения этой задачи. Некоторые полагают, что в бухгалтерской терминологии необходимо преодолеть свойственное естественным языкам нарушение законов существования знака (многозначность, омонимию, полисемию). Терминологию необходимо строить на рациональной основе, находя доступ к «чистым, идеальным объектам».

Другие учёные справедливо считают, что, поскольку приостановить развитие науки на время создания новой терминологии невозможно, то задачи упорядочения терминологии, и в частности бухгалтерской, должны сводиться:

1) к изучению реального словоупотребления, обусловленного требованиями законов

метаязыка бухгалтерской науки;

2) к отбору терминологии и описанию её в словарях бухгалтерских терминов;

3) к сопоставлению национальных терминологических систем в дву- и многоязычных терминологических словарях.

Процесс упорядочения терминологии связан с выявлением терминологических дублетов, триплетов и т.п. При сопоставлении выявленных дублетов необходимо стремиться к чёткому выделению дескрипторов – слов или словосочетаний, наиболее адекватно представляющих данное понятие, наиболее точно раскрывающих природу обозначаемого объекта или явления. Выявление дескрипторов (например, бухгалтерская проводка по отношению к параллельно функционирующим дублетам, триплетам и другим соответствиям этого термина) уже само по себе ведёт к упорядочению терминологического ряда. При анализе способов функционирования (употребления) дублетов и квазисинонимов может обнаружиться достаточно оснований для их разграничения, дифференциация значений совместно употребляющихся слов-терминов позволит обозначить различные стороны объекта (ср. дифференциацию терминов бухгалтерская проводка – бухгалтерская запись – счётная формула – модель экономического события (В.П. Астахов) – корреспонденция счетов; затраты – расходы; резервы – фонды).

Бухгалтерская терминология, как и любой другой специальный язык, является открытой системой, постоянно пополняющейся по причине необходимости фиксации обнаруживаемых свойств объекта новыми терминами. При моделировании этой системы желательно оказывать предпочтение мотивированным терминам, имеющим прозрачную смысловую структуру (прозрачную словообразовательную модель). В силу специфики гуманитарного знания бухгалтерская терминология не может быть стандартизирована. Она может быть только систематизирована и унифицирована. Этим целям служат словари бухгалтерских терминов – разновидность отраслевых терминологических словарей, которые включают индексы (алфавитные списки терминов без дефиниций), глоссарии, конкордансы, толковые и энциклопедические словари, а также тезаурусы – полные словари, фиксирующие все без исключе-

ния термины, встретившиеся в данной области знаний хотя бы один раз (и их логические и ассоциативные связи).

Одной из проблем, связанных с описанием и систематизацией бухгалтерской терминологии, является проблема выбора основания для классификации составляющих её единиц (знаков). В качестве основания для классификации может рассматриваться функциональный критерий – широта использования термина. На этом основании выделяют универсальные термины, обозначающие общеэкономические категории (себестоимость, рентабельность, затраты, оборотные средства, инвестиции, капитальные вложения, прибыль, износ и амортизация), и термины уникальные, связанные с обозначением явлений, характерных только для данной области знания (корреспондирующие счета, двойная запись, правило Дегража, постулаты Пачоли, красное сторно, активы и пассивы организации, дебет и кредит счёта, сальдо). К универсальным терминам примыкают общенаучные, число которых в бухгалтерской терминологии невелико (ср. система, структура, закон, метод, правило, постулат, процедура, функция). Кроме того в состав бухгалтерской терминологии входят индивидуальные термины, используемые только в рамках определённой авторской концепции (ср. термин модель экономического события (МЭС), предложенный В.П. Астаховым, термин счёт-экран, введённый в научный обиход В.Ф. Палием).

Другим классификационным критерием является внутренняя форма вербального знака – наличие мотивированной связи между формой и содержанием знака (например, огоро́д – то, что огорожено; сад – то, что посажено; лесник – тот, кто занимается лесом; значение глагола смягчить мотивировано прилагательным мягкий). На этом основании термины делятся на мотивированные и немотивированные. Мотивированные термины характеризуются наличием обоснованной связи между формой (структурой) знака и его семантикой (значением); ср. зависимость значения термина от его словообразовательной структуры или от значений слов, входящих в словосочетание: неплатёжеспособность (не-платёж-е-способность-□), себестоимость (себ-е-сто-им-ость-□) продукции (прдукц-и-и), гашение (гаш-ени-э), капитальные (капитал'-н-ые) вложения

(в-лож-ениј-а), документооборот (документ-оборот-□).

К числу немотивированных терминов относятся заимствования и кальки, составляющие, в частности, основу итальянской бухгалтерии (сторно, сальдо, дебет, кредит, касса, фонд, ипотека, льгота, ведомость, долг, доход, иск и др.). Эти термины, будучи буквальным переводом соответствующих греческих, латинских и старославянских слов, с точки зрения современного носителя языка являются немотивированными – их значение невозможно «вычислить», опираясь на значения составляющих их элементов. Подобные термины русский лингвист А.В. Исаченко относил к терминам-названиям, в отличие от мотивированных терминов-описаний.

В качестве основания для классификации терминов используется и такой признак, как происхождение слова. На основе генетического признака в составе бухгалтерской терминологии выделяются термины исконно русские (ведомость, налог, оборот, остаток, отчёт, учёт), заимствования (аудит, сальдо, акция, документация, бухгалтерия), а также термины, созданные с использованием греко-латинских терминологических элементов (амортизация, аккредитив, пермутация, модификация, ипотечное кредитование, коллация).

Классификация терминов может строиться и на основании сугубо формальных признаков, например структуры термина. По данному признаку различают моноксемные (однословные) и полилексемные (сверхсловные) термины, число которых в русской бухгалтерской терминологии составляет около 68% от общего числа терминов (бухгалтерский баланс, отчёт о финансовых результатах, валюта баланса, нематериальный актив, незавершённое строительство, двойная запись, капитальные вложения). От последних следует отличать сложение терминов – совместное использование в контексте двух и более самостоятельных терминов; ср.: реформация (+) бухгалтерского баланса; инвентаризация (+) имущества и (+) финансовых обязательств – так называемые свободные словосочетания. Объём многих сло-

варей и терминологических справочников неоправданно «раздут» за счёт свободных словосочетаний, которые не являются терминами в собственном смысле и только загромождают словари, дублируя толкования каждого отдельно взятого слова-термина (по нашим подсчётам в отдельных «специализированных» словарях объём свободных словосочетаний достигает 40-55%). Большой проблемой являются также и псевдотермины, которые употребляются крайне редко или вовсе не встречаются в реальных текстах (алеба, аманко, бедвил и др.).

И наконец, по отношению к моноксемным терминам в данной классификации используется критерий – способ образования термина (словообразовательная модель). Наиболее продуктивными словообразовательными моделями в бухгалтерской терминологии являются:

1) терминологизация (семантический способ образования нового термина): остаток, вложение, выписка, выручка; сюда же примыкает заимствование терминов из других наук с полным или частичным их переосмыслением. Ср. значение слова-термина валентность в химии, лингвистике и учёте: валентность атома / слова / счёта – ‘способность атома присоединять или замещать определённое число других атомов с образованием химической связи’ → ‘способность полнозначного слова вступать в смысловые и синтаксические связи с другими словами’ → ‘способность одного счёта корреспондировать с другим для отражения в учёте факта хозяйственной жизни экономического субъекта’; значение термина-словосочетания в информатике и бухгалтерском учёте: база данных – ‘совокупность определённым образом структурированных, взаимосвязанных данных, предназначенных для хранения и обработки, обеспечивающих решение комплекса задач управления’ → ‘совокупность данных, числовых значений показателей, используемых при анализе хозяйственной деятельности организации и бухгалтерских расчётах’;

2) собственно словообразование – образование новых слов путём соединения кор-

² **Калька** (франц. *calque* ‘копия, подражание’) – слово или выражение, представляющее собой заимствование путём буквального перевода (обычно по частям) слова или словосочетания, например: лат. *propomen* букв. ‘вместо имени’ > местоимение; алфавит > азбука и под. [Ахманова 2010: 188].

невых и аффиксальных (приставка, суффикс и др.) морфем либо безаффиксным способом. Например, префиксация (не-ликвиды, не-платёжеспособность, де-капитализация, ре-капитализация, а-мортизация); суффиксация (документ-ир-ова-ниј-э, калькул¹-ациј-а, капитал-из-ациј-а, колл-ациј-а, корреспондент-иј-а, ликвид-ность), основосложение (метод-о-лог-ия, себ-е-сто-имость-□, платёж-е-способ-ность-□, кредит-о-способ-ность-□, документ-о-оборот-□). Особую роль в образовании терминов играют греко-латинские элементы, комбинационные возможности которых практически неограниченны.

Предлагаемые классификационные критерии могут использоваться как каждый самостоятельно, так и в определённых, избранных терминологом сочетаниях. В любом случае классификация терминов является обязательным этапом описания терминологии. Чем более пёстрым, неорганизованным является набор используемых терминов (как это наблюдается в современной теории и практике бухгалтерского учёта), тем более сложным оказывается процесс его описания.

Источники

1. ГОСТ Р ИСО 704-2010: Национальный стандарт Российской Федерации. Терминологическая работа: Принципы и методы. Terminology Work. Principles and Methods. Государственный стандарт от 1 сентября 2011 г. / Издание официальное. Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии. // М.: Стандартиформ, 2012. – 58 с.
2. АРСЛС 2001: Англо-русский словарь по лингвистике и семиотике: около 9 000 терминов / А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский и др.; [под ред. А.Н. Баранова и Д.О. Добровольского]. 2-е изд., испр. и доп. М.: Азбуковник, 2001. 526 с.
3. Астахов 2004: Астахов В.П. Теория бухгалтерского учёта: Учебное пособие для вузов / В.П. Астахов. 7-е изд., перераб. и доп. М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2004. – 512 с.
4. Ахманова 2010: Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов: около 7 000 терминов / О.С. Ахманова. 5-е изд. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ». 2010. – 400 с.
5. Ивина 2003: Ивина Л.В. Лингво-когнитивные основы анализа отраслевых терминисистем (на примере англоязычной терминологии венчурного финансирования): Учебно-методическое пособие / Л.В. Ивина. М.: Академический Проект. 2003. – 304 с.
6. Нидлз и др. 1993: Принципы бухгалтерского учёта / Б. Нидлз, Х. Андерсон, Д. Колдуэлл; [пер. с англ. А.В. Чмеля, Д.Н. Исламгулова под ред. Я.В. Соколова]. М.: Финансы и статистика, 1993. 496 с.
7. Соколов 2000: Соколов Я.В. Основы теории бухгалтерского учёта: монографический учебник / Я.В. Соколов. М.: Финансы и статистика. 2000. – 496 с.

8. Языкознание: большой энциклопедический словарь / РАН; Институт языкознания; [под ред. В.Н. Ярцевой]. 2-е изд. М.: Большая Российская энциклопедия. 1998. – 980 с.

Кузнецова Н.В.,

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

Васильева А.Г.,

к.э.н., доцент Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Магнитогорский филиал.

Kuznetsova N.V.,

Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State Technical University;

Vasilieva A.G.,

Phd, associate professor of Magnitogorsk branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration (Russia).

К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ

TO THE QUESTION OF ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF BANKING PRODUCTS IN THE REGIONAL MARKET

Аннотация

Конкурентоспособность банковской системы – это универсальный инструмент и ключевое звено в решении задачи повышения конкурентоспособности России, от которого зависит развитие национальной экономики. Исследование базируется на теории и методологии, изложенной в фундаментальных трудах и прикладных работах ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области стратегического управления, банковского дела. В статье рассмотрены тенденции развития современной банковской системы, вызывающие усиление банковской конкуренции, выявлены критерии и факторы, способствующие повышению конкурентоспособности кредитной организации, а также закономерности, определяющие развитие конкурентной среды на рынке банковских услуг Челябинской области. Представлен процесс оценки и управления конкурентоспособностью банковских продуктов на региональном рынке.

Abstract

The competitiveness of the banking system is a versatile tool and a key link in solving the problem of increase of competitiveness of Russia, on which depends the development of the national economy. Our study is based on the theory and methodology outlined in the fundamental works and in the applied works of leading domestic and foreign specialists in the field of strategic management and banking. The article examines

trends in the development of the modern banking system, which causing increased bank competition, also identified criteria and the factors contributing to the competitiveness of the credit institution, as well as the regularities that determine the development of competitive environment in the banking market of the Chelyabinsk region. The authors also examined in details the process of assessment and management of competitiveness of banking products in the regional market.

Ключевые слова

Банк, банковский продукт, банковская конкуренция, конкурентоспособность банковского продукта.

Keywords

Bank, Banking Product, Banking Competition, the Competitiveness of the Banking Product.

Банковская система государства является одним из важнейших элементов рыночной экономики, эффективность и стабильность которого во многом определяет степень развития экономики страны в целом. Конкуренция является одним из движущих факторов повышения качества банковских услуг, способствует внедрению современных технологий, побуждает банки постоянно поддерживать планку конкурентоспособности на высоком уровне. Современное состояние банковской системы России и прогнозы ее развития в условиях глобализации экономики актуализируют значимость инструментов оценки и повышения конкурентоспособности кредитных организаций в целом (банковских продуктов в частности).

Общетеоретические основы управления конкурентоспособностью коммерческого банка нашли свое отражение в научных трудах А. Г. Баталова, А.Г. Бачалова, А.В. Буздалина, Н.И. Валенцевой, Г.Г. Коробовой, Ю.И. Коробова, В.С. Кромонава, Ю.С. Масленченкова, Н.М. Ребельского, Г.О. Самойлова, О.Г. Семенюта, А.М. Тавасиева, Ю.Н. Тронина, В.М. Усоскина и других экономистов. Большинство работ основаны на анализе отдельных направлений банковской деятельности, их конкурентных преимуществ и не затрагивают вопросы проведения сводной оценки. К их числу относятся труды Л.Г. Батраковой, М.И. Гельвановского, Е.Н. Дмитриевой, Е. Е. Конобеевой, Ю.С. Кудашевой, И.А. Никоновой, М.А. Помориной, Т.В. Сергеевой, И.О. Спицына, Я.О. Спицына, Р.Н. Шамгунова и других ученых. Таким образом, высоко оценивая результаты, полученные в работах указанных авторов, считаем необходимым отметить,

что остается еще немало аспектов, требующих углубленного анализа, внесения уточнений и доработки.

Целью работы является изучение теоретико-методологических подходов к оценке конкурентоспособности коммерческих банков (банковских продуктов) и исследование закономерностей, определяющих развитие конкурентной среды на региональном рынке банковских услуг.

Для современной России характерна острейшая конкуренция в банковском бизнесе, именно поэтому целью любого банка является приобретение клиентом именно его конкретной услуги. Наличие конкуренции вызывает расширение круга предоставленных услуг, регулирование цены на них до приемлемого уровня. Кроме того, конкуренция стимулирует банки к переходу на более эффективные способы предоставления услуг, т.е. обеспечивает обстановку, благоприятную для их развития и совершенствования [1].

Усиление интенсивности банковской конкуренции подтверждается тенденциями в развитии современной банковской системы: 1) универсализация деятельности, образование финансовых конгломератов (финансовая корпорация «Уралсиб», Газпромбанк и др.); 2) широкомасштабное проникновение на банковский рынок небанковских структур (страховые компании, ПИФы, КПК и т.п.); 3) расширение региональной и национальной сферы деятельности банков; 4) постоянное возрастание значения неценовой конкуренции.

Банковская конкуренция имеет определенные особенности, к которым относятся: 1) большая интенсивность, чем в промышленности; 2) в качестве конкурентов коммерческих банков выступают не только финансовые организации (банки, но и небанковские кредитные институты), а также нефинансовые организации; 3) внутриотраслевая конкуренция носит видовой характер, что связано с дифференциацией банковского продукта; 4) банковские услуги могут заменять друг друга, но не имеют внешних заменителей, следовательно, межотраслевая конкуренция проявляется в форме перелива капитала; 5) ограничения ценовой конкуренции выдвигают на первый план проблемы качества банковских продуктов и услуг, а также их рекламы [2].

В толковании понятий, связанных с конкурентоспособностью организаций на рынке финансовых услуг имеется множество трактовок в зависимости от освещения поставленных в них вопросов. Если же обобщить существующие точки зрения по данному вопросу, то под конкурентоспособностью организаций на рынке финансовых услуг понимаются потенциальные и реальные возможности создавать и продвигать на рынок конкурентоспособные продукты и услуги и формировать положительный имидж надежной и современной финансовой организации, отвечающей всем требованиям клиентов [3]. В соответствии с ФЗ «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» [4], конкуренция на рынке финансовых услуг – это состязательность между финансовыми организациями, при которой их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждой из них односторонне воздействовать на общие условия предоставления финансовых услуг на рынке финансовых услуг. Под конкурентоспособностью банковского продукта следует понимать его способность конкурировать с аналогичными продуктами других банков на финансовом рынке в данное время на основании присущих ему качественных и стоимостных характеристик, обеспечивающих удовлетворение потребностей клиентов. Наиболее общими критериями конкурентоспособности банковских продуктов можно считать два параметра: соотношение полезного эффекта (качества) и цены [5].

Для обеспечения конкурентоспособности необходимо знать критерии и факторы, способствующие повышению конкурентоспособности организации. К критериям, определяющим качество и конкурентоспособность банковских услуг (продуктов) относятся: 1) степень доступности (насколько просто получить своевременный доступ к услуге); 2) репутация компании (насколько компания заслуживает доверия); 3) знания (действительно ли поставщик услуг понимает нужды клиента); 4) надежность (насколько последовательна и надежна услуга, способность выполнить обещанные услуги точно и основательно); 5) безопасность (не связано ли потребление услуги с опасностью и риском); 6) компетенция персонала (имеются ли у сотрудников необходимая квалификация и знания для предоставления услу-

ги высокого качества); 7) уровень коммуникации (насколько хорошо компания донесла до потребителя суть своей услуги); 8) обходительность и уверенность (насколько сотрудники компетентны, вежливы, тактичны и внимательны к потребителям); 9) отзывчивость – реакция сотрудников (проявляют ли сотрудники желание и способность быстро предоставить услугу); 10) материальность – осязаемые факторы (связан ли внешний вид сотрудников, физическая обстановка и другие осязаемые факторы с качеством предоставляемой услуги). Первые пять факторов связаны с качеством конечной услуги, а последние пять с качеством процесса ее предоставления. Сосредоточив внимание на параметрах, важных для потребителей, коммерческий банк может обеспечить наиболее полное удовлетворение покупательских ожиданий [6].

Ценовые факторы конкурентоспособности банковского продукта включают как уровень прямых затрат, связанных с его изготовлением (издержки по привлечению ресурсов, заработная плата сотрудникам и т.д.), так и величину косвенных затрат банка (реклама, консультационные услуги, расходы по обучению сотрудников и т.д.). Одним из существенных факторов, определяющих для клиента потребительскую ценность кредитного продукта, является его стоимость, т. е. совокупность всех видов затрат (проценты по кредиту, комиссионные платежи, разовые платы и пр.), возникающих в процессе получения и обслуживания кредита, приведенная к годовому базису (т. е. исчисляемая в процентах годовых).

Для обеспечения и поддержания конкурентоспособности коммерческого банка необходимо учитывать внутренние и внешние силы конкуренции. Но если внутренние факторы непосредственно зависят от организации, функционирующей на банковском рынке, то внешние факторы, определяющие конкурентную среду, трудно поддаются управлению со стороны коммерческого банка и являются общими для всех участников процесса конкуренции. Соответственно, при оценке конкурентоспособности конкретной кредитной организации целесообразно акцентировать внимание, прежде всего, на внутренних факторах, находящиеся в ее непосредственном ведении.

Рассматривая внутренние факторы конку-

рентоспособности организаций, функционирующих на рынке банковских услуг, отметим, что их принято группировать по трем основным направлениям: 1) финансовое, отражающее финансовое благополучие коммерческого банка, надежность и продуктивность ее деятельности; 2) персонал кредитной организации, его качественные и количественные характеристики; 3) услуги, оказываемые коммерческим банком, их удобство для пользователей, способность удовлетворять их потребности [7].

Процесс оценки и управления конкурентоспособностью банковских продуктов на региональном рынке можно представить в виде последовательности следующих этапов [2; 8]:

1) Анализ ситуации, т.е. выявление факторов, которые влияют на конкурентоспособность банка и его продуктов. Используемые методики: CAMEL – анализ (анализ внутренней среды банка); PEST – анализ (анализ внешней среды), SWOT – анализ (перекрестный анализ), SNW – анализ (перекрестный анализ), построение профиля среды банка.

2) Определение критериев оценки. Используемые методики оценки конкурентоспособности продуктов: метод анализа иерархий и функционально-стоимостной анализ (ФСА). В качестве основных критериев оценки конкурентоспособности могут выступать: минимизация стоимости продукта или максимизация полезного эффекта от приобретения продукта; коэффициент конкурентоспособности банковского продукта, отражающий потребительский эффект, приходящийся на единицу затрат, связанных с получением продукта; доминирующее положение кредитной организации на определенном рынке банковских услуг.

3) Оценка конкурентоспособности продуктов различных кредитных организаций. Используемые методики: анализ конкурентов, метод КФУ (ключевые факторы успеха), модель конкурентных сил, многоугольник конкурентоспособности.

4) Разработка и обоснование мероприятий по совершенствованию характеристик существующих банковских продуктов либо внедрению в продуктовую линейку банка абсолютно новых продуктов с принципиально иными характеристиками.

5) Согласование решений и контроль за их исполнением.

Таблица 1 – Кредитные организации, функционирующие на территории Челябинской области, 2010-2014 гг.

| Показатель | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|------|------|------|------|------|
| Число кредитных организаций, зарегистрированных на территории Челябинской области | 11 | 10 | 9 | 9 | 8 |
| Число филиалов кредитных организаций, действующих на территории Челябинской области | 105 | 94 | 94 | 77 | 73 |
| в том числе: | | | | | |
| филиалов банков Челябинской области | 40 | 38 | 38 | 38 | 38 |
| филиалов банков других регионов | 65 | 56 | 56 | 39 | 35 |

Источник – По данным Отделения по Челябинской области Уральского главного управления Центрального банка Российской Федерации [10, с.440].

Банковский сектор Челябинской области играет положительную роль в социально-экономическом развитии региона. Сложившаяся в последние годы интенсивная конкуренция на региональном банковском рынке способствовала совершенствованию предлагаемых коммерческими банками финансовых продуктов и технологий с целью их «приближения» к потребителю, максимального учета потребностей клиентов [9].

По данным Центрального банка Российской Федерации и Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Челябинской области развитие банковского сектора региона на протяжении последних лет шло в русле общероссийских тенденций и было тесно связано с ситуацией в реальном секторе экономики. В течение 2010-2014 гг. число региональных коммерческих банков сократилось на 27,3 %, в тоже время количество их филиалов сократилось лишь на 5,0 % или на 3 единицы, с 40 до 38 структурного подразделения указанного типа, что отражено в таблице 1.

На 01.01.2015 г. в административных границах региона зарегистрированы и полноценно функционируют следующие коммерческие банки: ОАО «ЧЕЛИНДБАНК», ОАО «ЧЕЛЯБИН-ВЕСТБАНК», Банк «Снежинский» ОАО, БАНК «РЕЗЕРВ» (ОАО), «КУБ» ОАО, ОАО «УРАЛ-ПРОМБАНК», ОАО «Углеметбанк». Региональный коммерческий банк ЗАО КБ «Ураллига» лишился лицензии на осуществление банковских операций. Решение о применении крайней меры воздействия – отзыве лицензии на осуществление банковских операций – было принято Центральным банком России в связи с неисполнением ЗАО КБ «Ураллига» норматив-

но-правовых актов, регулирующих банковскую деятельность [11].

В таблице 2 перечислены закономерности, определяющие развитие конкурентной среды на рынке банковских услуг Челябинской области.

Обзор современного состояния банковского сектора Челябинской области позволяет говорить о том, что при высоком уровне рыночной концентрации на региональном рынке банковских услуг существует достаточно интенсивная конкуренция, обусловленная наличием значительного количества региональных и инорегиональных кредитных организаций, а также разнообразием предлагаемых ими банковских продуктов.

Осмысление проблемы конкурентоспособности кредитных организаций, функционирующих на рынке банковских услуг, позволяет нам сделать вывод, что конкурентоспособность коммерческого банка – это комплексный, динамичный показатель сравнительного уровня развития критериев его деятельности, в том числе конкурентоспособности предоставляемых услуг, отражающий в конечном итоге, эффективность принятия управленческих решений, принимаемых руководством коммерческого банка. Конкурентоспособность банка – обобщающая характеристика жизнестойкости структуры, его умения эффективно использовать финансовый, производственный и трудовой потенциалы. Информация о конкурентоспособности банка и его продуктов на региональном рынке необходима в практике предпринимательства и менеджмента при решении вопросов инвестирования, маркетинга, банкротства, санации и т.д.

В заключение можно сделать вывод о том,

Таблица 2 – Закономерности, определяющие развитие конкурентной среды на рынке банковских услуг Челябинской области [8; 9; 12]

| Закономерности формирования конкурентной среды на рынке банковских услуг | Усиливающие конкурентное поведение коммерческих банков | Способствующие монопольному поведению коммерческих банков |
|--|--|---|
| Рост эффективности и числа конкурентов | + | |
| Диверсификация деятельности | + | |
| Возможность пополнения ресурсной базы избранных коммерческих банков за счет размещения в них бюджетных средств | | + |
| Глобализация и интернационализация рынка | + | |
| Концентрация и централизация банковского капитала | | + |
| Рост межотраслевой мобильности факторов производства | + | |
| НТП, рост расходов на НИОКР в банковской сфере | | + |
| Эффективная государственная конкурентная и анти-монопольная политика | + | |
| Развитие инфраструктуры финансового рынка и совершенных заменителей | + | |
| Наличие групповых взаимосвязей коммерческих банков, проводящих скоординированную рыночную политику | | + |
| Рассредоточенность собственности в банковской сфере множества независимых субъектов | + | |
| Наличие доминирующих кредитных организаций, злоупотребление ими экономической властью | | + |
| Участие государства в капитале лидеров банковского рынка | | + |

что современная российская экономика требует принятия нестандартных решений для банковской сферы для того, чтобы выдержать конкуренцию на рынке. Банковская система государства является одним из важнейших элементов рыночной экономики, эффективность и стабильность банковской системы во многом определяет степень развития экономики страны в целом. Проблема укрепления и повышения конкурентоспособности банковской системы играет большую роль не только в развитии банковского сектора, но и в развитии финансовой системы страны в целом. Сохранить конкурентоспособное положение поможет повышение качества обслуживания клиентов, разработка новых банковских услуг, эффективный маркетинг банковских услуг, оптимизация банковских бизнес-процессов. Данные инструменты повышения эффективности банковских услуг являются залогом успешного

развития банков в условиях финансовой нестабильности.

Источники

1. Уткин Э.А. Инновационный менеджмент: электронный учебник / Э.А. Уткин, Н.И. Морозова, Г.И. Морозова. М.: АКАЛИС, 1996. Режим доступа: URL: <http://bibliotekar.ru/biznes-37/6.htm>.
2. Управление конкурентоспособностью банковских продуктов. Режим доступа: URL: <http://bookaa.ru/bankovskij-menedzhment/upravlenie-konkurentosposobnostyu-bankovskix-produktov.html> (дата обращения 23.01.15)
3. Васильева А.Г., Кузнецова Н.В. Методологические и практические аспекты оценки конкурентоспособности микрофинансовых организаций региона // Экономика и современный менеджмент: Теория и практика. 2013. №29. С. 142-152.
4. Федеральный закон от 23.06.1999 N 117-ФЗ (ред. от 02.02.2006) «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг».
5. Логинов М.П. Повышение конкурентных преимуществ банковских услуг / М.П. Логинов, О.Н. Логинова // Вопросы управления. 2012. №4.
6. Проблема повышения конкурентоспособ-

ности банковского сектора в современных условиях. Режим доступа: URL: <http://aspirans.com/problema-povysheniya-konkurentosposobnosti-bankovskogo-sektora-v-sovremennykh-usloviyakh/> (дата обращения 13.01.15).

7. Масленченков Ю.С. Финансовый менеджмент микрофинансовой организации. М.: ЮНИТИ-М. 2003.

8. Васильева А.Г. Экономический рост в России: проблемы и перспективы: монография. St. Louis, Missouri, USA: Publishing House Science and Innovation Center, 2015.

9. Электронное научное издание «Экономический рост в России: проблемы и перспективы: монография». Васильева А.Г., Кузнецова Н.В., Игнатюк А.С., Черненко В.А., Бодрова Е.В., Калинов В.В., Голодяева В.И., Рассохина Т.В. // Хроники объединенного фонда электронных ресурсов Наука и образование. 2015. №3 (70). С. 13.

10. Статистический ежегодник по Челябинской области: стат.сборник. Челябинск: Челябинскстат. 2015.

11. Центральный Банк Российской Федерации. Показатели деятельности кредитных организаций. [Электронный ресурс]. Режим доступа. URL: http://cbr.ru/statistics/?prtid=pdko_sub (дата обращения 08.02.2015).

12. Селютина О.Г. Межбанковская конкуренция и ее влияние на повышение качества банковских услуг: автореф. дис. канд. эконом. наук. Орел. 2012.

13. Кузнецова Н.В., Сеницына О.Н. Бренд, брендинг, бренд-менеджмент: к вопросу о роли в деятельности современной организации // Экономика и политика. 2014. №2(3). С. 118-123.

УДК (UDC) 339.5

Лукас Кучера,
управление экономики и менеджмента Института техно-
логии и бизнеса, Чешские Будеевицы.

Kučera, Lukáš, Ing.
The Department of Economics and Management
The Institute of Technology and Business in České
Budějovice.

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА ПОКАЗАТЕЛИ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ В ЧЕШСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ И РОССИИ

THE INFLUENCE OF ECONOMIC CRISIS ON THE FOREIGN TRADE PERFORMANCE IN THE CZECH REPUBLIC AND RUSSIA

Аннотация

Экономический кризис, который распространился во всем мире в 2009 году, повлек за собой снижение экономических показателей в разных странах. Радикально повлиял экономический кризис на международную торговлю, а между тем, она в развитых странах формирует определяющую часть валового внутреннего продукта. Целью данной статьи является анализ влияния экономического кризиса на внешнюю торговлю России и Чехии. На основе анализа можно констатировать, что оба рынка пострадали в результате экономического кризиса в 2009 году. В последние годы (2012 и 2013) объем внешней торговли растет очень медленно. В последующие годы мы не ожидаем высоких темпов роста внешнеторгового оборота – скорее, это будет стагнация или скромный рост.

Abstract

The economic crisis, which has spread all over the world in 2009, has caused a decrease in economic performance across a number of countries. On area which has been influenced very radically by economic crisis was international trade – in developed countries it forms determinative part of the gross domestic product. The aim of this article is to analyse the impact of economic crisis on foreign trade of Russia and the Czech Republic. Based on the analysis it can be stated that both markets has been affected by economic crisis in 2009. After this year a slight recovery may be seen but in recent years (2012 and 2013) the volume of foreign trade grows very slowly or even stagnates. In future years we cannot expect high growth of foreign trade volume – rather it will be a stagnation or only a modest growth.

Ключевые слова

Экономический кризис, внешней торговли, внешней торговли, валовой внутренний продукт, Анализ.

Keywords

Economic crisis, Foreign trade, International Trade, Gross domestic product, Analysis.

Introduction

The economic crisis, which has paralyzed the world trade in 2009, has affected also international trade. For developed countries the foreign trade is determinative component of gross domestic product. The economic crisis has had impact also on other sectors of economy, especially the secondary (industry) and tertiary sector (services – banking, insurance industry etc.). Due to the economic crisis and the related decrease in the foreign trade volume there are a lot of negative phenomena in the economy – rising unemployment, rising state budget expenditures and ultimately a gross domestic product decrease. The aim of this article is to analyse the impact of economic crisis on the foreign trade development in the Czech Republic and Russia and also through the use of basic statistical methods to determine the development of foreign trade volume in the future.

Materials and methods

The economic crisis which has fully manifested in 2008 paralyzed almost the whole world. Kohout (2010) argues that authorities but also markets have known about mortgage crisis already in 2007. “The market situation was first developing favourably, stocks value rose, banks provided more and more credits, government officers enjoyed the continuing economic growth and low unemployment rate. The situation was the same for Europe, America but also for the rest of the world” (Kohout, 2010, p. 16).

There are many opinions of why the economic crisis has started. Friedman and Posner (2011) mentioned that many economists believe the economic crisis was caused by government intervention in the market mechanism. Many world well-known experts agree the trigger for the economic crisis was the collapse on the mortgage market. Singer (2010) identifies the following causes of the economic crisis:

1) **Macroeconomic** (long-term accumulation of imbalances in various countries, loosen monetary policy – especially very low level of interest rates).

2) **Ethical** (underestimation of the potential risks from the financial services receivers, but also banks and rating agencies).

3) **Causes related to financial supervision** (ineffective supervision of financial markets).

4) **Political** (the concern of governments to stimulate economic growth and prosperity, effort to influence the supervising institutions).

5) Psychological (ignorance, incorrigibility and other factors).

The sequence of financial crisis can be described as follows (Kohout, 2010):

1) US mortgage crisis, banking crisis in Ireland, the UK, Germany etc.

2) New loans restrictions in the West European countries.

3) The global crisis of 2009.

4) The problems of Greece (discrepancy in the national accounts). Other affected countries are Ireland, Spain and Portugal (thanks to the obtaining of very cheap loans after the process of common currency adoption).

5) Involvement of other states by economic crisis (Italy, Belgium and France).

According Tomšík (2010) the consequence of the economic crisis could be summarized as follows:

- Sharp deterioration in the companies and households expectations.
- Increase of problems with the trade, production and investments financing.
- Decline in production and international trade.
- Reduction on private consumption and investments.

International trade is the exchange of goods and services between two or more countries. Today the importance of an international trade is very high (Mulačová, Mulač, et al., 2013). International trade has two basic forms:

1) Export;

2) Import.

Export (X) is the easiest way to enter the international market. Companies may from time to time passively export their surpluses or they may actively seek to expand on chosen markets. In any case companies produce only in their

home country. Export can be classified:

- Indirect export – companies usually start with indirect export through independent international middlemen.

- Direct export – companies manage their export activities alone – this strategy entails higher investments and higher risks (Kotler et al., 2007).

Export contributes to the GDP (Gross Domestic Product) growth of exporting countries. This growth is connected with decrease of unemployment rate. There is a need of export supporting because the total value of export is influenced by various factors, e.g. domestic and foreign price level ratio, nominal exchange rate, GDP level and national income in partnering countries, customers' preferences or the possible existence of protective measures (Pavelka, 2007; Brčák and Sekerka, 2010).

Import (M) has a negative impact on GDP level and hence unemployment in the country. For customers import may be positive due to an increased competition on supply side – prices will probably decrease and there will probably be a broader assortment for customers (Pavelka, 2007).

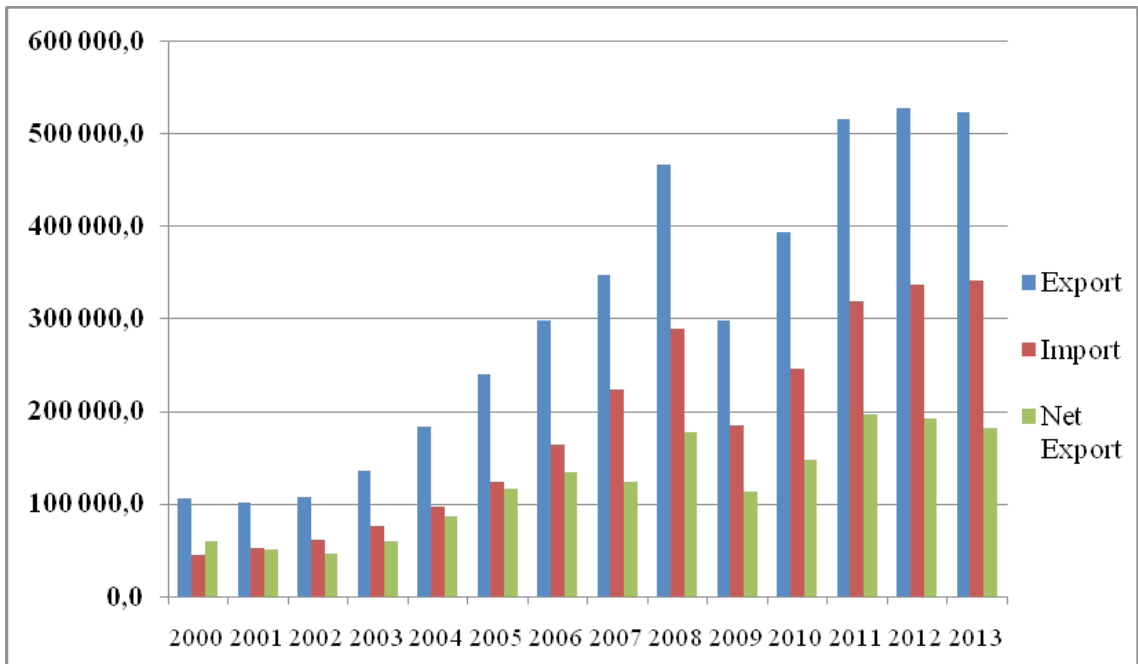
Net export (NX) is calculated as the difference between exports and imports of goods and services (Pavelka, 2007). Net export is a very important part of GDP especially in highly-developed countries. GDP can be described as the sum of all products and services that were produced in a country in one year. GDP is considered as one of the key indicators of economic performance.

To be able to achieve the aim of this article the relevant data were first analysed. These data were derived primarily from the official website of Eurostat. The analyses include the years of 2003 – 2013 – part of a period before economic crisis, second part after this crisis has started. Data were then sorted and analysed using basic statistical and mathematical methods. The final step was using regression to be able to discover the future development of foreign trade in the Czech Republic and Russia. MS EXCEL was used to data statistical data evaluation.

Results and discussion

The following figure (see Figure 1) summarizes the development of export, import

Figure 1: Export, import and net export of Russia (in mil. USD)



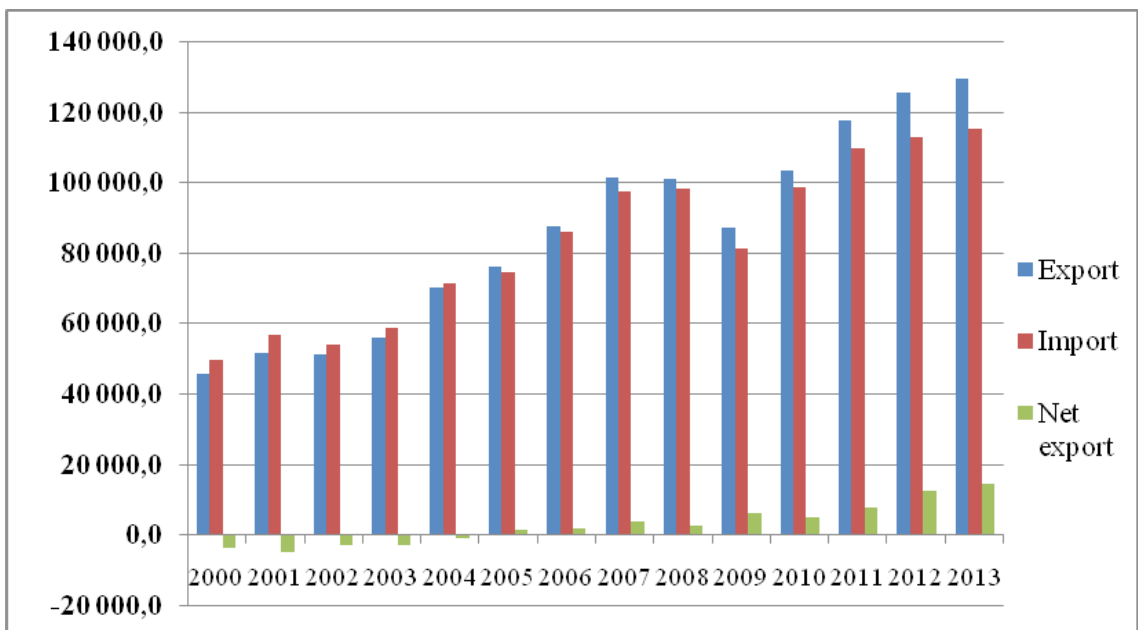
Source: Eurostat, 2015

and net export of the Czech Republic and Russia in 2003 – 2013.

Both figures show the different development of analysed indicators in both countries. For

Russia it is evident the higher difference between total export and import while in the case of the Czech Republic it is clear the excess of export over import can be seen since 2005. For both

Figure 2: Export, import and net export of the Czech Republic



Source: Eurostat, 2015

Table 1: International trade performance of Russia

| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Export | 135 929 | 183 207 | 240 024 | 297 481 | 346 530 | 466 298 | 297 155 | 392 674 | 515 409 | 527 434 | 523 275 |
| Annual change | 26,68% | 34,78% | 31,01% | 23,94% | 16,49% | 34,56% | -36,27% | 32,14% | 31,26% | 2,33% | -0,79% |
| Basic index * | 0,46 | 0,62 | 0,81 | 1,00 | 1,17 | 1,57 | 1,00 | 1,32 | 1,73 | 1,77 | 1,76 |
| Import | 76 070 | 97 382 | 123 839 | 163 187 | 223 084 | 288 673 | 183 924 | 245 680 | 318 555 | 335 771 | 341 337 |
| Annual change | 24,77% | 28,02% | 27,17% | 31,77% | 36,70% | 29,40% | -36,29% | 33,58% | 29,66% | 5,40% | 1,66% |
| Basic index * | 0,41 | 0,53 | 0,67 | 0,89 | 1,21 | 1,57 | 1,00 | 1,34 | 1,73 | 1,83 | 1,86 |
| Net Export | 59 859 | 85 825 | 116 185 | 134 294 | 123 446 | 177 625 | 113 231 | 146 994 | 196 854 | 191 663 | 181 938 |
| Annual change | 29,19% | 43,38% | 35,37% | 15,59% | -8,08% | 43,89% | -36,25% | 29,82% | 33,92% | -2,64% | -5,07% |
| Basic index * | 0,53 | 0,76 | 1,03 | 1,19 | 1,09 | 1,57 | 1,00 | 1,30 | 1,74 | 1,69 | 1,61 |

Source: Author * Basic index = the basic year is 2009

countries the year 2009 was a very problematic year because of a very significant decrease in foreign trade volume. In the following text these decreases will be expressed numerically. Since 2010 it can be seen slight recovery of analysed

indicators but in the case of Russia the foreign trade volume has stagnated in last three years.

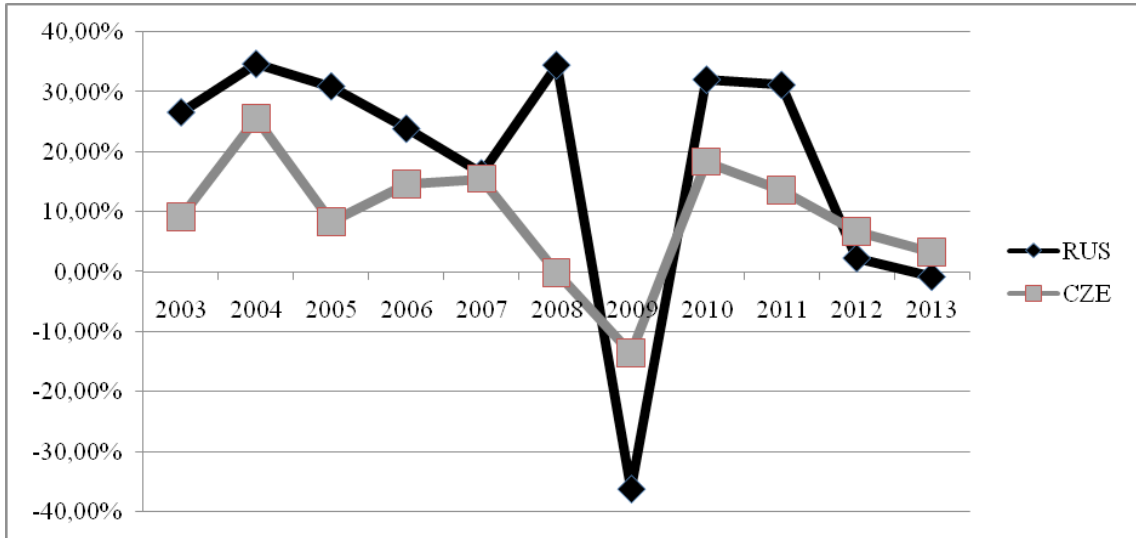
From above mentioned table it is clear that the economic crisis has had a significant impact on Russian foreign trade. In 2009 it can be seen a

Table 2: Foreign trade performance of the Czech Republic

| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|---------------|--------|---------|---------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Export | 56 069 | 70 458 | 76 425 | 87 714 | 101 399 | 101 174 | 87 469 | 103 591 | 117 738 | 125 688 | 129 844 |
| Annual change | 9,24% | 25,66% | 8,47% | 14,77% | 15,60% | -0,22% | -13,55% | 18,43% | 13,66% | 6,75% | 3,31% |
| Basic index * | 0,64 | 0,81 | 0,87 | 1,00 | 1,16 | 1,16 | 1,00 | 1,18 | 1,35 | 1,44 | 1,48 |
| Import | 58 924 | 71 538 | 74 847 | 86 086 | 97 804 | 98 425 | 81 350 | 98 634 | 109 922 | 113 166 | 115 481 |
| Annual change | 8,67% | 21,41% | 4,63% | 15,02% | 13,61% | 0,63% | -17,35% | 21,25% | 11,44% | 2,95% | 2,05% |
| Basic index * | 0,72 | 0,88 | 0,92 | 1,06 | 1,20 | 1,21 | 1,00 | 1,21 | 1,35 | 1,39 | 1,42 |
| Net Export | -2 855 | -1 080 | 1 578 | 1 628 | 3 595 | 2 749 | 6 119 | 4 957 | 7 816 | 12 522 | 14 363 |
| Annual change | -1,41% | -62,17% | -246,1% | 3,17% | 120,82% | -23,53% | 122,59% | -18,99% | 57,68% | 60,21% | 14,70% |
| Basic index * | -0,47 | -0,18 | 0,26 | 0,27 | 0,59 | 0,45 | 1,00 | 0,81 | 1,28 | 2,05 | 2,35 |

Source: Author

Figure 3: Export development in the Czech Republic and Russia



Source: Author

decrease in export, import and also net export by more than 36%. In the following years (2010 and 2011) the international trade increased again while in 2012 export growth level decreased again and in 2013 the export volume decreased again. The import volume still increases but at a decreasing rate. Net export after, the revival in 2010 and 2011, has decreased again.

Table 2 clearly shows that foreign trade of the Czech Republic was also affected by economic crisis. The volume of export decreased almost by 14 % and the volume of import by more than 17 %. In the Czech Republic the economic crisis has partly spread already in 2008 because the growth rate of total export was negative. Since 2010 we can see the recovery of domestic export but the growth rate has in recent decreased – the same situation may be seen by import. It is very interesting to see that the highest volume of net export was in 2009 – this is due to a strong decrease in import in this year.

Development of export in Russia is more dynamic that its development in the Czech Republic. In Russia the following trends may be seen:

- 2003 – 2007: export volume grew up at a decreasing level.
- 2008: export volume growth rate increased by more than 30%.
- 2009: export volume growth rate

decreased by almost 40%.

- 2010 – 2011: revival of the export growth rate.
- 2012 – 2013: export volume growth rate decreased and in 2013 even negative.

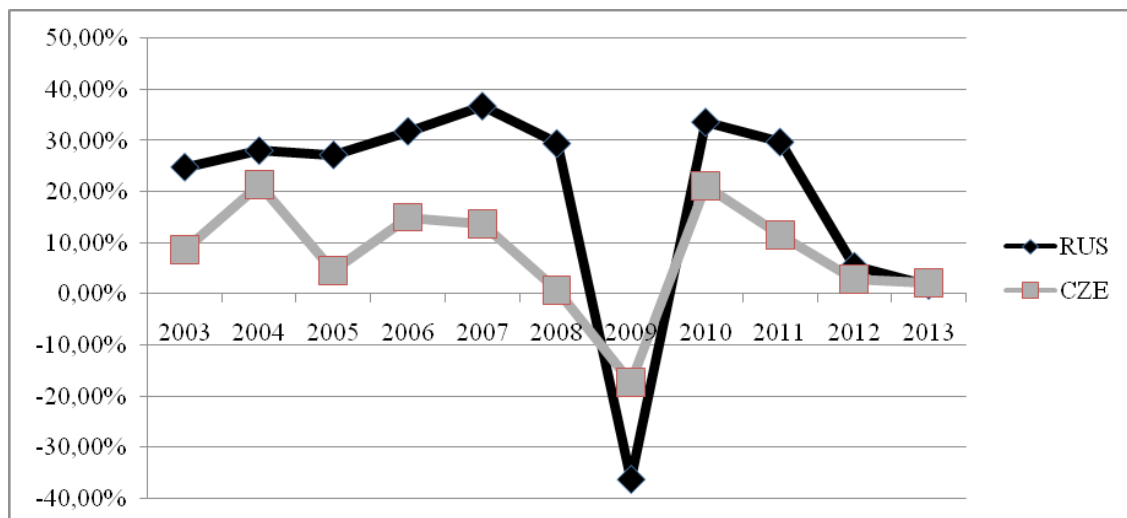
In the Czech Republic these trends may be seen:

- 2003 – 2004: export volume grew up at a decreasing level.
- 2005 – 2008: export volume grew up at an increasing level (around 10%).
- 2009: export volume growth rate decreased by more than 13%.
- 2010 – 2013: revival of the export growth rate – but since 2011 the export volume growth rate has decreased.

The development of import is also more dynamic in Russia. Import in both countries until 2008 (except for 2005 in the Czech Republic) and in 2009 the significant decrease can be seen in both countries. In 2010 the recovery of import volume has happened but from 2011 once again it can be seen the decrease in the import volume growth rate.

From the above mentioned table it is clear the total volume of foreign trade of both countries has grew up with the exception of 2009, when the decrease was 36% in Russia and 15% in the Czech Republic. Since 2012 the total

Figure 4: Import development in the Czech Republic and Russia



Source: Author

Table 3: Development of total foreign trade performance of Russia and the Czech Republic

| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|--------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| RUS – total volume | 211 999 | 280 589 | 363 863 | 460 668 | 569 614 | 754 971 | 481 079 | 638 354 | 833 964 | 863 205 | 864 612 |
| Annual change | 25,99% | 32,35% | 29,68% | 26,60% | 23,65% | 32,54% | -36,28% | 32,69% | 30,64% | 3,51% | 0,16% |
| CZE total volume | 114 993 | 141 996 | 151 272 | 173 800 | 199 203 | 199 599 | 168 819 | 202 225 | 227 660 | 238 854 | 245 325 |
| Annual change | 8,95% | 23,48% | 6,53% | 14,89% | 14,62% | 0,20% | -15,42% | 19,79% | 12,58% | 4,92% | 2,71% |

Source: Author

volume of foreign trade of both countries has increased at a decreasing rate. In 2013 Russia had the growth rate only 0.16%.

Based on the statistical calculations (see Figure 5) these conclusions can be stated:

- Russian foreign trade will (with 82% probability) slightly increase but we cannot await its decrease.
- Czech foreign trade will (with 91% probability) increase but not too much.

Conclusion

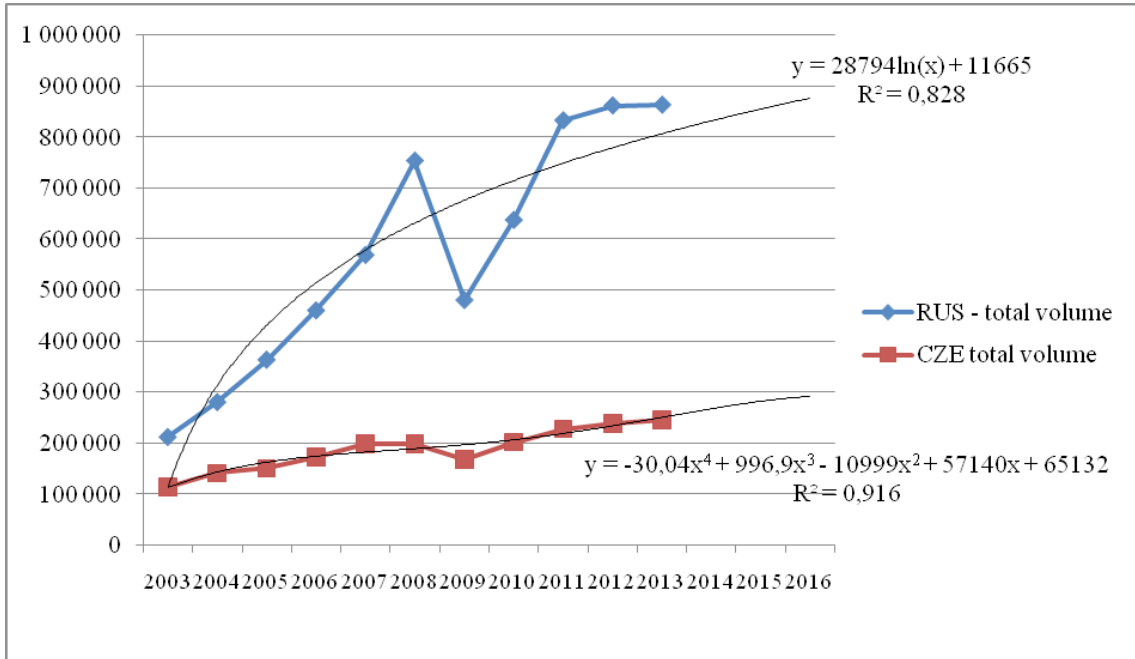
The economic crisis has affected the development of foreign trade not only in the Czech Republic and Russia. The volume of foreign trade in both countries grew until 2008

but in 2009 it can be seen a significant decrease because of economic crisis. The crisis was reflected in the declining production volume, reduction of effective demand and thus the overall decline in trading volume. Since 2010 the slight recovery may be seen but in last two years a decrease of growth rate may be seen again (in a case of Russia even decrease of the foreign trade volume). Also in the foreseeable future we cannot expect the significant improvement of this situation because world trade is still quite come to grips with the economic crisis.

Literature

1. Brčák, J a B. Sekerka. (2010). Makroekonomie. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 292 p.
2. Eurostat. Eurostat home [online]. 2015 [Ret. 2015-03-01]. Available at: <http://ec.europa.eu/eurostat>

Figure 5: Development of foreign trade performance of Russia and the Czech Republic



Source: Author

3. Friedman, J. a R. A. Posner, (2011). What caused the financial crises. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

4. Kohout, P. (2010). Finance po krizi: důsledky hospodářské recese a co bude dál. 2nd ed. Praha, 266 p.

5. Kotler, P. et al. (2007). Marketing management. 1st ed., Praha: Grada, 788 p.

6. Mulačová, V. et al. (2013). Obchodní podnikání v 21. století. 1st ed. Praha: Grada Publishing, 520 p.

7. Pavelka, T. (2007). Makroekonomie: základní kurz. 2nd ed. Praha: Melandrium, 278 s

8. Singer, M. Hospodářská krize a česká ekonomika [online]. 2010 [Ret. 2014-03-31]. Available from: http://www.cnb.cz/cs/verejnost/pro_media/konference_projevy/vystoupeni_projevy/download/singer_20100614_vse.pdf

9. Tomšík, V. Reakce měnové politiky ČNB na hospodářskou krizi [online]. 2012 [Ret. 2015-03-04]. Available from: http://www.historie.cnb.cz/cs/menova-politika/7_cilovani_inflace/3_reakce_menove_politiky_na_dopady_svetove_financni_a_hospodarske_krize/

Кучмий Т.И.,
к.э.н., доцент Магнитогорского государственного технического
университета;

Кандина П.Н.,
студент Магнитогорского государственного технического
университета.

Kuchmij T. I.,
Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State
Technical University;

Cantina P.N.,
student of Nosov Magnitogorsk State Technical University.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: РАЗВИТИЕ ПОНЯТИЯ, ПОЛОЖЕНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: THE DEVELOPMENT OF CONCEPTS, STATUS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

Аннотация

В статье предпринята попытка проследить эволюцию понятия «социальное предпринимательство», исследовать трактовки этого понятия практиками современного социального бизнеса. Проведен анализ современного состояния социального предпринимательства и обозначены перспективы развития этого инновационного вида деятельности.

Abstract

The article attempts to trace the evolution of the concept of «social entrepreneurship», to explore the interpretation of this concept in the practices of contemporary social business. The analysis of the current state of social entrepreneurship and the perspectives of development of this innovative activity.

Ключевые слова

Социальное предпринимательство, общество, общественные проблемы, новшества, инновации, предпринимательство, бизнес, эффективность, масштабируемость, краудсорсинг.

Keywords

Social entrepreneurship, society, social problem, innovations, innovations, entrepreneurship, business, efficiency, scalability, crowdsourcing.

В науке не существует четкого и единого понятия «социальное предпринимательство», найти универсальное понятие социального предпринимательства столь же сложно, как и определение самого предпринимательства. Довольно часто социальное предпринимательство путают с понятием благотворительность.

Целью данного исследования является уточнение сущности понятия «социальное предпринимательство» с позиции его экономического содержания и организационно-правовой формы для разработки механизмов его реализации в России.

Теоретические подходы к определению сущности социального предпринимательства.

Социальное предпринимательство и социальный бизнес это разные виды деятельности, хоть в них и присутствуют некие схожие элементы. Социальным бизнесом занимаются люди, действующие на границе между благотворительностью и традиционным предпринимательством, таким образом решая социальные проблемы общества. Разнообразные трактовки предпринимательства приводят к различным определениям термина социального предпринимательства. Так как социальный бизнес в нашей стране только формируется, то и понятие «социальное предпринимательство» воспринимается по-разному. За границей же термин «социальное предпринимательство» имеет довольно большой круг значений и используется при обозначении социально полезной деятельности. Исследователи Д. Брок, С. Стейнер и М. Ким скомпоновали около тринадцати определений социального предпринимательства, куда вошло понятие, данное ученым Грегори Дизом. По его убеждению, общество готово к решению социальных проблем для того, «чтобы решать социальные проблемы предпринимательскими средствами». Таким образом, социальное предпринимательство «соединяет в себе страсть к социальной миссии со свойственной бизнесу дисциплиной, инновацией и решительностью» [1]. Заметим, что при исследовании вопроса социального предпринимательства, ученые проводили прямую аналогию с традиционным предпринима-

тельством. С точки зрения Г. Диза, социальное предпринимательство – это использование лучших практик традиционного предпринимательства для реализации социальной цели. Впервые данное понятие характеризуются, как специфический тип предпринимательской деятельности, сориентированный на однократное или краткосрочное решение социальных проблем. Но общественные и социальные проблемы невозможно решить за один раз. Требуются систематические действия, приводящие к долгосрочным преимуществам. Именно эти действия и есть основной объект работы социальных предпринимателей. И этот признак социального предпринимательства выделяют С. Элворд, Д. Браун и К. Леттс в работе «Социальное предпринимательство и социальная трансформация», отмечая, что конечным результатом такой деятельности будут долгосрочные глубокие перемены в социальной сфере [1]. В последствии с термином социального предпринимательства некоторые исследователи раскрывают и тему устойчивости и трансформации общества: «Социальное предпринимательство находит инновационные решения для самых актуальных социальных проблем и мобилизует идеи, ресурсы и социальные меры, необходимые для устойчивых социальных трансформаций» [2]. Они опираются на такие особенности предпринимательства, как введение новшеств, способность к эффективному использованию ресурсов и направленность на принятие определенных социальных

мер. Однако в вышеизложенных трактовках социального предпринимательства не рассматривается организационно-правовая форма предприятий, которую могут использовать предприниматели. Исследователи разделились на две группы: первые предполагают, что заниматься общественными проблемами привилегия некоммерческих организаций, вторые подчеркивают, что социальный бизнес – это вид коммерческой деятельности, направленный на решение социальных проблем.

Позже исследователь Джеффри Робинсон объединил эти мнения, утверждая, что цели социального бизнеса можно достигнуть через осуществление деятельности коммерческими и некоммерческими организациями (рис 1) [2].

При рассмотрении последующих трактовок социального предпринимательства можно заметить инновационный характер деятельности и применение предпринимательского подхода к решению общественных проблем. Например, Дж. Мэйр и И. Марти определяют социальное предпринимательство, как инновационную модель предоставления продукции, необходимой для обслуживания потребностей слабо защищенных слоев населения, которые остаются неудовлетворенными политическими или экономическими институтами.

С позиции практиков существует несколько понятий социального бизнеса. Как практическое направление социальное предпринимательство закрепилось в 80-90-х годах прошлого столетия, благодаря Кантер и Биллу

Рисунок 1. Цели социального предпринимательства



Дрейтону, основателями социальной организации Ashoka и Чарльзу Лидберту. По их убеждениям, проблемы социального характера необходимо решать раз и навсегда. Говоря словами Б. Дрейтона, «социальные предприниматели не удовлетворяются тем, чтобы дать голодному человеку рыбу или научить его ловить ее. Они не успокоятся, пока не произведут настоящую революцию в рыболовной отрасли» [3]. Известный практик современного социального предпринимательства Мухаммед Юнус утверждает, что к социальному бизнесу можно отнести любое новшество, главной целью которого являются действия, приносящие помощь людям.

Особое место в развитии социального бизнеса в России занимает фонд региональных социальных программ «Наше будущее», обозначающий социальный бизнес, как новаторскую деятельность, которая способна устранять или смягчать социальные проблемы общества при условии, что данная структура будет достаточно постоянной и самокупаемая [4]. Современная социальная компания должна быть достаточно конкурентоспособной и самостоятельно обеспечивать себя финансовыми ресурсами, а полученная прибыль должна полностью направляться на развитие организации. Фонд оказывает всевозможного рода поддержку проектам социального типа, которые удовлетворяют ряду требований социального предпринимательства: социальное воздействие, финансовая устойчивость, использование новшеств, предпринимательский подход, самообеспеченность, увеличение масштабов деятельности. Однако, общество воспринимает социальный бизнес как эффективный способ реализации социально-экономической деятельности, соединяющий в себе социальное направление организации с привнесением новшеств в продукцию или механизм ее предоставления, а также с финансовой независимостью и самокупаемостью, и способностью к тиражированию и масштабированию.

Возникновение новых трактовок и модификаций социального бизнеса означает, что данный вид деятельности не стоит на месте, а быстро прогрессирует. Детальное рассмотрение теоретических и практических аспектов реализации социального предпринимательства в экономических кругах впервые произошло в 2011 г., в коллективной монографии

«Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования», где к социальному предпринимательству подошли как к новшеству в социальной сфере, которое может быть достаточно рентабельным и безубыточным [4]. В монографии коллективом авторов проведено исследование успешных в сфере социального бизнеса международных и российских проектов.

Реализация социального предпринимательства в России.

Относительно недавно появился каталог успешных практик российского социального предпринимательства. В ноябре 2014 г. вышел в свет сборник «Социальное предпринимательство России», включающий 146 успешных российских проектов социальной направленности. Преставление сборника и некоторых проектов, включенных в него, прошли в рамках Всероссийской конференции «Социальное предпринимательство России» в Российском государственном социальном университете.

Колоссальный вклад в развитие социального предпринимательства в России вносит фонд региональных социальных программ «Наше будущее», основанный в 2007 г. президентом компании «Лукойл» Вагимом Алекперовым. Фонд занимается финансовой, информационной, организационной и консультационной поддержкой бизнесменов занимающихся социальной деятельностью, проводит конкурсы проектов в сфере социального предпринимательства, участвует в разработке законопроекта о социальном предпринимательстве, реализует проект «Сбытовой консалтинг», направленный на продвижение продукции социальных предпринимателей, распространяет идеи социального предпринимательства в обществе.

Фонд «Наше будущее» за семь лет существования поддержал беспроцентными займами 126 социальных проектов в 48 регионах России на общую сумму 267,75 млн. руб. [5]. При этом наибольшую активность проявили предприниматели Волгоградской области, Пермского края и Вологодской области. В рамках поддержанных проектов создано более 800 рабочих мест. Из них более 200 мест для людей с ограниченными возможностями. Все

поддержанные проекты направлены на разрешение или смягчение социальных трудностей общества и действуют на условиях самофинансирования и устойчивости:

- 53 проекта в сфере дошкольного, начального, высшего и дополнительного образования, физического развития детей, включая детей с особенностями в развитии;

- 27 проектов, востребованы в сфере социальной реабилитации незащищенных слоев населения, включая людей с ограниченными возможностями;

- 11 проектов в сфере повышения качества и доступности медицинских услуг;

- оставшиеся 33 проекта реализованы в сфере культуры, сельского хозяйства, трудоустройства молодежи, экологии и пропаганды здорового образа жизни среди населения.

Для успешного распространения социального предпринимательства на территории России организуются и проводятся круглые столы, конференции, вебинары, слеты предпринимателей, выпускаются книги, создаются образовательные курсы и школы социального предпринимательства. Так, школа социального предпринимательства выступает коммуникативной площадкой, где происходит обсуждение идеи, разработка проекта, поиск источников финансирования, проводятся мастер-классы по стратегическому планированию, проектной работе, маркетингу, бюджетированию, рекламе, PR, значительная часть времени отдается консультациям с ведущими специалистами и встречам с предпринимателями. Как показывает практика, эффективность школ социального предпринимательства достаточно высока – порядка 70-80% прошедших обучение выходят на завершение проектов и открывают свое социальное предприятие, весьма успешное и устойчивое.

Заключение (рекомендации)

Юридическая база социального предпринимательства успешно развита в Великобритании и Италии, во многих европейских странах законодательно понятие «социальное предпринимательство» не разработано, но существует ряд законов, которые регулируют деятельность таких предприятий. Для развития сектора социального предпринимательства,

находящегося сегодня в фазе «инкубации», социальным предприятиям нужно получить несколько иной официальный статус, позволяющий пользоваться налоговыми льготами. Поэтому создание в России соответствующей нормативной базы и законодательное закрепление понятия «социальное предпринимательство» необходимо для развития социального предпринимательства. Однако сначала изменения должны произойти не в законодательстве, а в понимании обществом необходимости и действенности социального предпринимательства.

В 2014 г. социальным предпринимательством в том или ином виде в России занимается только 1,1% предпринимателей. Агентство стратегических инициатив и Министерство труда РФ ставят целью увеличить количество организаций, занятых в сфере оказания социальных услуг до 10%. Это позволит сделать сферу социальных услуг привлекательной для инвесторов. Допуск с 01 января 2015 года негосударственных организаций и индивидуальных предпринимателей к решению социальных проблем населения, прописано в новом федеральном законе №442 «Об основах социального обслуживания граждан Российской Федерации» [5]. Согласно этому закону учреждения социального обслуживания подлежат льготному налогообложению в порядке, установленном законодательством РФ. Однако, нужно предположить, что в будущем возникнет высокая конкуренция за рынок социальных услуг для населения: в этой борьбе примут участие социальные предприятия, бизнес, государственные и некоммерческие организации. На помощь небольшим компаниям также придут различные краудсорсинговые платформы, занимающиеся коллективным финансированием социальных проектов. Однако есть вероятность того, что крупные социальные предприятия могут потерять свой социальный статус в погоне за выгодой. Для сохранения главной цели таких компаний при их расширении нужно развитие социального франчайзинга, построенного на принципах коммерческого, но требующего более масштабного сотрудничества, что позволит быстрее расширить бизнес-модели, доказавшие свою эффективность.

Требуются изменения и в работе специальных фондов, занимающихся финансирова-

нием социальных проектов. Из-за отсутствия в обществе массового понятия сущности социального предпринимательства эти фонды инвестируют социальные проекты, как правило, только некоммерческих организаций, хотя положительное воздействие на общество может быть достигнуто за счет расширения партнерства с более масштабными компаниями. Поэтому для повышения эффективности работы данным фондам нужно повысить риски своей деятельности, а также пересмотреть свою политику по распределению грантов, ориентируясь исключительно на достигаемый результат именно в социальной сфере. В будущем будут появляться все новые фонды, расширяя сферу социального бизнеса. Представители данной сферы будут задействованы на новшествах в социальном предпринимательстве осваивая новые бизнес-модели и генерируя новые комбинации ресурсов.

Обобщив все выше изложенное можно сказать что, социальный бизнес укрепляет свои позиции на национальных и мировом ранках, принося не только пользу при решении общественных проблем, но выполняет побочный эффект принося доходы собственникам. Однако данный вид деятельности необходимо поддерживать и возвращать, он является уникальным в своем роде. Соединяя в себе некую филантропию и предпринимательскую деятельность и, тем самым, одушевляя бизнес, он придает ему человеческое лицо посредством привнесения новшеств.

Источники

1. Смысл социального предпринимательства (The Meaning of Social Entrepreneurship) [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – <http://habrahabr.ru/company/darudar/blog/135078/>
2. Презентация к лекции Джеффри Робинсона «Как стать социальным предпринимателем?» (NewDevelopments in Social Entrepreneurship-Mar2014-HSE.pdf) [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – <http://socentr.hse.ru/news/117226671.html>
3. Социальное Предпринимательство. Миссия – Сделать Мир Лучше [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – <http://fictionbook.ru/static/trials/08/27/63/08276391.html>
4. Московская, А.А. Социальное предпринимательство в России и мире: практика и исследования. // М.: Изд. дом НИУ ВШЭ. 2011. 288 с.
5. О фонде «Наше будущее» [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – <http://www.nb-fund.ru/about-us/>
6. Федеральный закон «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» от 28.12.2013 №442-ФЗ (ред. от 21.07.2014) [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – <http://www.rg.ru/>

7. Иванова Л.А., Рахимова Л.М. Предпринимательская деятельность, направленная на охрану окружающей среды: состояние и проблемы // Экономика и политика. 2013. №1. С. 164-169.

8. Кузьмин С.С. Компания и стейкхолдеры: теоретические подходы к выстраиванию взаимодействий // Российское предпринимательство. 2011. №8(1).

9. Культура управления социально-политическими и экономическими процессами: монография / В.В. Трошихин. М.: ИЦ РИОР: ИНФРА-М. 2012.

10. Кооперативное предпринимательство как институт социального развития: монография / В.В. Трошихин, Е.В. Матузенко, Л.И. Нестерова. М.: ИЦ РИОР: ИНФРА-М. 2014.

11. Усманова К.Ф. Социальные аспекты развития предпринимательства // Экономика и политика. 2013. №1. С. 122-126.

12. Чернобродова Л.А. Институциональное обеспечение формирования и развития малого инновационного предпринимательства региона // Экономика. Предпринимательство. Окружающая среда. ЭПОС. 2011. №2 (46).

Лимарев П.В.,
к.э.н., доцент Магнитогорского государственного техниче-
ского университета;
Лимарева Ю.А.,
к.п.н., доцент Магнитогорского государственного техниче-
ского университета.

Limarev P.V.,
Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State
Technical University;
Limareva J.A.,
Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State
Technical University.

К ВОПРОСУ ОБ ОПРЕДЕЛЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОНЯТИЯ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ

METHODICAL MOTIVATION OF THE USING EVA (ECONOMIC VALUE ADDED)

Аннотация

В статье кратко анализируется понятие добавленной стоимости, описаны ее принципиальные отличия от других показателей (прибавочная стоимость и пр.). Показаны способы применения добавленной стоимости в экономических расчетах. Раскрытие данного понятия предопределяет поведение экономического субъекта на рынке товаров и ресурсов, диктует стратегию развития потенциала предпринимательской деятельности. Целью настоящего исследования являлась разработка инструментов управления экономической эффективностью деятельности экономического субъекта как институциональной единицы рыночной экономики. Авторами дано методическое обоснование применения экономической добавленной стоимости в качестве инструмента управления экономической эффективностью в организациях.

Abstract

In article is briefly analysed the notion of the added cost, is described its principle change from the other factors (surplus value and so on). Authors are shown ways of the using the added cost in economic calculation. This notions predestines the behavior of the economic subject on the market of goods and resource, dictates the strategy of the development by potential to business activity. The purpose of persisting studies was shown development instrument cost-performance management to activity of the economic as institutional subject of the of market economies. The Authors are given methodical motivation of the

using economical value added as instrument of cost-performance management in organization.

Ключевые слова

Экономическая эффективность, добавленная стоимость, чистая прибыль, прибавочная стоимость, инструменты управления экономической эффективностью.

Keywords

Cost-performance, economical value added, net profit, surplus value, instruments of cost-performance management.

Введение

Необходимость пересмотра основ экономической деятельности организации привела к тому, что многие специалисты в области менеджмента стали все чаще обращаться к вопросам достижения необходимого уровня эффективности как важнейшей практической задаче управления. Из-за сложностей определения затрат на управление показатель экономической эффективности должен быть обобщающим. Рассмотрим в качестве подобного интегрированного показателя добавленную стоимость.

Словарь современной экономической теории Макмиллана трактует добавленную стоимость как стоимость продукции фирмы минус стоимость ресурсов, приобретенных у других фирм [1, с. 515]. Энциклопедический словарь экономики и права определяет добавленную стоимость как стоимость проданного товара (оказанных услуг) за вычетом стоимости материалов и полуфабрикатов, затраченных на производство. Е.М. Мерзликина определяет добавленную стоимость как «экономическую категорию для обозначения совокупного дохода, произведенного в течение исследуемого периода экономическим субъектом. Добавленная стоимость характеризует результат всей текущей производственно – хозяйственной деятельности, или «экономический оборот» [2, с. 109].

Добавленная стоимость, по мнению Е.И. Малинской, есть «стоимость, созданная в процессе производства на данном предприятии и охватывающая его реальный вклад в создание стоимости конкретного продукта, то есть заработную плату, прибыль, амортизацию, процент за кредит, расходы на транспорт, рекламу данного предприятия» [3, с. 25]. М.С. Абрютин дает

следующее определение добавленной стоимости: «добавленная стоимость на предприятии – это максимально возможный идеальный доход на стадии до расчета с наемными работниками, до начисления налогов» [4, с. 24].

Итак, в соответствии с имеющимися определениями мы можем сказать, что добавленная стоимость – это стоимость произведенного продукта за вычетом промежуточных расходов, в которые входят стоимость потребленных товаров (за исключением потребления основного капитала) и потребленных рыночных услуг в течение отчетного периода с целью производства других товаров и услуг.

Экономическая теория К. Маркса отрицает применение добавленной стоимости, используя взамен понятие «прибавочная стоимость», то есть стоимость, формирующая прибыль, как разница между созданной в процессе труда новой стоимостью (превышение трудовой стоимости товара над стоимостью ранее овеществленного труда – сырья, материалов, оборудования) и стоимостью рабочей силы (обычно выражена в форме заработной платы), которая была использована для создания этой новой стоимости.

Теория, материалы и методы исследования

Прибавочная стоимость, в отличие от добавленной стоимости, создается исключительно в сфере производства. Добавленная стоимость создается как в сфере производства, так и в сфере обращения. Сумма валовой добавленной стоимости по видам экономической деятельности участвует в расчете валового внутреннего продукта страны производственным методом. Самым известным показателем является показатель экономической добавленной стоимости – EVA. Он рассчитывается как разность между чистой прибылью (NOPAT, чистая операционная прибыль после уплаты налогов) и количеством инвестированного капитала с учетом его средневзвешенной стоимости (формула 1):

$$EVA = NOPAT - WASS \text{ Capital} \quad (1),$$

Валовая добавленная стоимость применяется в расчете валового внутреннего продукта в Системе национальных счетов, используемых

в РФ с 1993 года.

Показатель EVA дает возможность определения стоимости компании и позволяет оценивать экономическую эффективность как предприятия в целом, так и отдельных его подразделений. Экономическая добавленная стоимость является индикатором качества управленческих решений: положительная величина этого показателя свидетельствует об увеличении стоимости компании, отрицательная – о ее снижении. Относительная простота расчета EVA делает этот показатель еще более привлекательным.

На основании расчета показателя EVA можно сделать следующие выводы о возможных путях улучшения значения данного показателя:

1. Увеличение доходов, генерируемых вложенными средствами. Данный результат может достигаться различными путями – через управление издержками, повышение эффективности бизнес-процессов посредством реинжиниринга и т.д.

2. Путем расширения, т.е. инвестирования средств в проекты, рентабельность которых превышает затраты на капитал, вовлеченный в реализацию такого проекта.

3. Повышение эффективности управления активами – продажа непрофильных, убыточных активов, сокращение сроков оборачиваемости дебиторской задолженности, запасов и т.д.

4. Управление структурой капитала.

Показатель EVA, будучи абсолютным, не может служить критерием результативности, поэтому для определения результативности по показателю EVA его следует соотносить с текущими затратами, например, с затратами труда (формула 2):

$$K_{\text{ПР}} = \frac{EVA}{\text{ФОТ}} \cdot 100\%$$

(2),

где $K_{\text{ПР}}$ – коэффициент производительности труда;

EVA – экономическая добавленная стоимость;

ФОТ – затраты на труд.

В ряде случаев увеличение EVA ведет к снижению в перспективе стоимости компании,

например, если увеличение добавленной стоимости будет связано с возрастанием рисков; или если увеличение EVA за счет сокращения издержек будет в дальнейшем приводить к снижению качества оборотных активов или труда.

М.С. Абрютинa предложила ряд показателей интенсивности деятельности предприятия:

- доля доходов к выплате, включая оплату труда, в произведенной добавленной стоимости;
- соотношение произведенной добавленной стоимости и доходов от собственности в составе полученных доходов;
- доля предприятия и доля государства в полученных доходах;
- производительность экономических активов или съем добавленной стоимости или доходов от собственности с единицы активов;
- доля текущих финансовых ресурсов предприятия в экономическом обороте.

Не все показатели служат для оценки экономической эффективности, однако они могут использоваться для оценки деловой активности предприятия, показатели которой были рассмотрены М.В. Василовской [5].

А.В. Завгородней и Л.В. Неверовским был предложен анализ эффективности производства [6, с. 29], который получил название «динамический норматив». Метод представляет из себя систему последовательных сравнений индексов эффективности использования производственных ресурсов (материалов, труда, основных средств и энергопотребления). Общий порядок проведения анализа эффективности производства зависит от результатов оценки объекта. Сопоставляются индексы уровня фактической, плановой или прогнозной фондоотдачи, эффективности использования материально-энергетических ресурсов, производительности труда в сравнении с прошлым (базовым) вариантом производства. Условие роста эффективности производства отражается динамической моделью эффективности использования ресурсов процесса производства продукции (3):

$$I < y_{\phi} < y_{\varepsilon} < y_{\mu} < y_{\tau} \quad (3),$$

где:

y_{ϕ} – уровень фондоотдачи;

y_{μ} – уровень материалоотдачи;

y_{τ} – уровень производительности труда;

y_{ε} – уровень энергопотребления.

В любом случае оценки объекта по результатам анализа уровня ресурсоотдачи j -го ресурса (y_j) на основе выявленных причин понижения или недостаточного повышения разрабатываются меры по его увеличению до значения, отвечающего динамическому нормативу.

Метод, предложенный А.В. Завгородней и Л.В. Неверовским, позволяет найти резервы и пути повышения эффективности производства.

Отличие динамического норматива от традиционной системы показателей состоит в том, что вместо уровней и темпов роста показателей в этой системе оперируют порядком темпов роста, выраженным их рангами. Динамический норматив устанавливает строгий порядок, в котором контролируемые показатели должны следовать друг за другом, чтобы режим работы организации в наибольшей степени способствовал реализации ее хозяйственной миссии. Е.Г. Калабина [7] использовала метод построения динамических нормативов для конструирования оценки социально-экономической эффективности деятельности организации государственного сектора экономики (4), немного изменив классическое определение:

$$R_{\text{выход}} < R_{\text{усл}} < R_{\text{рез}} \quad (4),$$

где $R_{\text{выход}}$ – разнообразие входа;

$R_{\text{усл}}$ – разнообразие условий;

$R_{\text{рез}}$ – разнообразие выходов.

Институциональный подход предполагает, что оценка экономической эффективности деятельности предприятия как компонента гражданского общества должна учитывать его внутренние характеристики, в частности, характеристики индивида (сотрудника или благополучателя) – элемента, составляющего гражданское общество и являющегося неделимым компонентом предприятия как части системы институтов. Т.М. Алмабеков [8] предложил методику определения взаимодействия индивида и предприятия, учитывающую полезность индивида и затрачиваемым предприятием ресурсам. Уровень U полезности индивида, которую он стремится максимизировать, определен как функция, зависящая от уровня издержек I , которые несет индивид при взаимодействии с данным институтом, от функции T , определя-

ющей уровень снижения издержек для индивида при взаимодействии с институтом через организацию A и от заранее заданного параметра U_0 , описывающего существующую полезность индивида (согласно формулам 5,6):

$$U = U(T, i, U_0) \quad (5),$$

$$T = T(i) \quad (6),$$

Рассматривая отношения (7,8):

$$\frac{U(T, i, U_0)}{R_a} \quad (7)$$

и

$$\frac{T}{R_a} \quad (8),$$

где R_a – количество ресурсов, получаемых организацией в пересчете на одного индивида, можно получить соответственно оценку соотношения уровня полезности индивида к затрачиваемым организацией ресурсам, а также уровня снижения транзакционных издержек индивида к затрачиваемым организацией ресурсам.

Институциональный подход к оценке эффективности деятельности предприятия, и в частности, к оценке его экономической деятельности, предполагает использование как различных методов оценки, так и различных параметров.

Выводы и результаты исследований

Исследуя показатели экономической эффективности с позиций институционального подхода, можно заключить следующее: оценка экономической эффективности предприятия предполагает учет не только прямых экономических параметров, но и учет дополнительных факторов, таких как реализация управленческих решений, оптимальное взаимодействие с экономической макро- и средой, применение научно-технических достижений и реализация социальных, культурных и экологических программ [9].

По причине сложного определения затрат на управление в организациях-издателях показатель экономической эффективности дол-

жен быть обобщающим. Таким показателем является добавленная стоимость.

Методом совершенствования показателя экономической эффективности является сопоставление индексов уровней фактической, плановой или прогнозной фондоотдачи, эффективности использования материально-энергетических ресурсов, производительности труда в сравнении с прошлым (базовым) вариантом производства.

Источники

1. Словарь современной экономической теории Макмиллана. М.: Инфра-М. 1997.
2. Мерзликина Е.М. Методология оценки эффективности деятельности организации: дисс... д-ра экон. наук. М.: ГОУ ВПО МГУП. 2008.
3. Малинская Е.И. Факторы формирования добавленной стоимости на примере полиграфических предприятий: монография. Моск. гос. ун-т печати. М.: МГУП. 2008.
4. Абрютин М.С. Экспресс-анализ финансовой отчетности: методическое пособие. М.: ДиС. 2003.
5. Васильевская М.В. Оценка эффективности государственного управления экономикой издательства: дисс... канд. экон. наук. М.: МГУП. 2005.
6. Завгородняя А.В., Неверовский Л.В. Совершенствование системы показателей в анализе эффективности работы промышленного предприятия и объединения. Л.: ЛДНТП. 1984.
7. Калабина Е.Г. Конструирование оценки социально-экономической эффективности деятельности организаций государственного сектора экономики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aspe.spb.ru/reports/kalabina.doc>.
8. http://www.pressclub.host.ru/ID/ID_materials.shtml
9. Лимарев П.В. Инструменты управления экономической эффективностью в организации (на примере региональных печатных СМИ): дисс... канд. экон. наук. М.: ГОУ ВПО МГУП. 2012.

УДК (UDC) 658.8

Лимарева Ю.А.,
к.п.н., доцент Магнитогорского государственного техниче-
ского университета;
Кошевой Д.О.,
магистрант Магнитогорского государственного техниче-
ского университета.

Limareva J.A.,
Phd, assistant professor of Nosov Magnitogorsk State
Technical University;
Koshevoy D.O.,
master student of Nosov Magnitogorsk State Technical
University.

СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МИАССКОГО ЗАВОДА МЕТАЛЛОИЗДЕЛИЙ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОТНОШЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К ЕГО ПРОДУКЦИИ

SALES PROMOTION BY MIASS STEEL PLANT AND DETERMINATION CONSUMER'S RELATIONS TO ITS PRODUCT

Аннотация

Работа посвящена исследованию сбытовой деятельности Миасского завода металлоизделий (МЗМИ) и определению отношения потребителей к его продукции, а также разработке мероприятий по совершенствованию политики сбыта. В качестве методов исследования были выбраны как первичные данные (опрос потребителей завода с помощью анкеты), так и вторичные (анализ работы организации, анализ конкурентов).

Проанализировав данные, полученные в ходе исследования, были выдвинуты рекомендации по совершенствованию сбытовой деятельности на заводе (материальное стимулирование персонала, активизация рекламы, создание сайта, прохождение сертифицирования продукции, участие в выставках). Далее была просчитана экономическая эффективность маркетинговых мероприятий и выявлено, что их проведение вполне целесообразно на предприятии и будет способствовать повышению прибыли).

Abstract

The study was devoted to sales activity Miass plant of metal goods and the attitude of consumers towards his products, as well as the development of measures to improve sales policy. As research methods were used a survey of consumers of the plant with the help of questionnaires, the analysis of company and

analysis of competitors. After analyzing the data obtained in the study were put forward recommendations for the improvement of sales activity at the plant (material stimulation of the personnel, activation of advertising, website creation, certification of products, participation in exhibitions). It was further calculated the economic efficiency of marketing events and identified that their conduct is expedient for the enterprise and will contribute to increased profits.

Ключевые слова

Сбытовая деятельность, анализ конкурентов, канал сбыта, маркетинговое исследование, совершенствование сбытовой политики, экономическая эффективность.

Keywords

Marketing Activities, Competitor Analysis, Distribution Channel, Marketing Research, Improving of Sales Policy, Economic Efficiency.

Введение

Успех на рынке в продаже товара зависит не столько от производственных и финансовых возможностей фирм, сколько от планирования сбытовой деятельности предприятия. Планирование сбытовой деятельности предприятия состоит в том, чтобы доводить товары до потребителя в том месте, в том количестве и такого качества, которые ему требуются. Формирование сбытовой деятельности осуществляется по таким критериям как цена, потребительские свойства, качество, условия распределения, время обслуживания потребителей.

Предприятия, добившиеся минимального времени обслуживания потребителей, получают конкурентные преимущества, способствующие расширению зоны потенциального сбыта своей продукции.

Система сбыта товаров – ключевое звено маркетинга и своего рода завершающий комплекс во всей производственно-сбытовой деятельности предприятия по созданию, производству и доведению товара до потребителя.

При совершенствовании сбытовой деятельности достижение целей компании происходит через оценку и удовлетворения требований потребителя. Таким образом, не вызывает сомнения актуальность выбранной темы исследования.

Определение проблемы и цели маркетингового исследования

Первым этапом маркетингового исследования является определение проблемы, стоя-

щей перед предприятием. Прибыль Миасского завода металлоизделий (МЗМИ) в последние 3-5 лет не имеет тенденции к росту, а за последние 12 месяцев снизилась примерно на 10%, по сравнению с показателями 2013-2014 г. Руководством предприятия были выдвинуты следующие возможные причины падения уровня продаж и, соответственно, снижения прибыли: высокая конкуренция; недостаточно высокое качество металлоизделий; низкий уровень обслуживания со стороны персонала МЗМИ; отсутствие у завода какой-либо рекламы, а также представительства в сети Интернет.

Чтобы выявить основную причину снижения прибыли предприятия и дать рекомендации по совершенствованию сбытовой деятельности МЗМИ, было проведено исследование сбытовой политики предприятия и выявление реального мнения потребителей о продукции завода.

Разработка плана исследования, сбор информации

План исследования был разбит на несколько этапов:

1. Выбор маркетингового инструмента исследования.

В качестве инструмента исследования был выбран опросный лист (анкета). Информация, получаемая в результате опроса, может быть качественно табулирована и обработана.

2. Определение объема выборки.

Единицей выборки является предприятие, использующее продукцию МЗМИ. Выборка представлена 45 клиентами компании, отобранных методом простого случайного отбора.

3. Выбор способа коммуникации.

В качестве основного способа коммуникации был выбран опрос с помощью электронной почты в силу его несложности, большого охвата респондентов и низких затрат.

Инструментом сбора первичной информации явилась анкета (приложение А). Анкета состоит из «паспортички» (основная информация о респонденте) и вопросов, которые поделены на пять блоков: 1) качество обслуживания; 2) качество продукции; 3) цены на продукцию предприятия; 4) реклама предприятия; 5) дополнительные вопросы.

Исследование проводилось в течение недели с 19.02.2015 по 26.02.2015 года с по-

мощью опроса по электронной почте. Участниками исследования стали непосредственно потребители продукции МЗМИ. На электронные почты 45 потребителей предприятия была разослана анкета. За неделю проведения исследования на почту вернулось 38 ответов по анкете, семь респондентов проигнорировали просьбу поучаствовать в анкетировании. Также в ходе обработки информации были отбракованы три анкеты. Для дальнейшей обработки информации осталось 35 анкет.

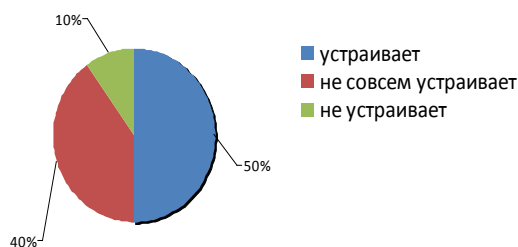
Анализ полученной информации, представление результатов

В результате обработки анкет были получены следующие данные:

1. Большинство респондентов (70%) имеют должность менеджера по закупкам, 15% – директора по связям с поставщиками, 10% – заместители руководителя фирмы и 5% – сами руководители фирм.

2. По вопросу качества обслуживания 50% потребителей ответили, что их полностью устраивает качество обслуживания, 40% – не совсем устраивает и 10% ответили, что их совсем не устраивает качество обслуживания (рисунок 1).

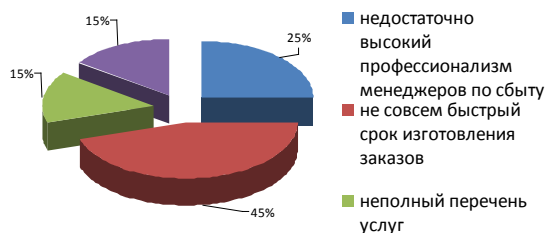
Рисунок 1 – Отношение потребителей к качеству обслуживания



Для тех, кого не устраивает качество обслуживания на МЗМИ был задан дополнительный вопрос: «Что именно не устраивает в обслуживании?». 20% респондентов отметили не достаточно высокий уровень профессионализма работников отдела сбыта, заключающего договора с клиентами; 45% ответили, что их не совсем устраивает срок изготовления заказов; 20% респондентов ответили, что их не устраивает неполный перечень услуг, предлагаемых заводом, а именно отсутствие выездной команды по сборке изделия по месту нахождения

потребителя, остальные 15% респондентов затруднились ответить, что именно им не нравится в качестве обслуживания на МЗМИ (рисунок 2).

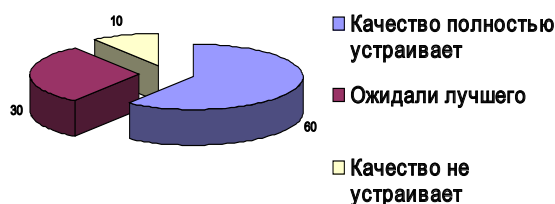
Рисунок 2 – Пробелы в качестве обслуживания потребителей



3. По вопросам качества продукции были выявлены следующие данные:

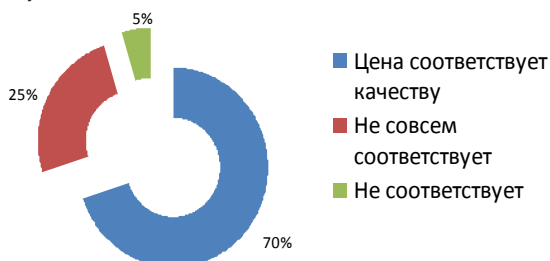
а) 60% потребителей ответили, что качество продукции полностью соответствует их ожиданиям, 30% – что они ожидали лучшего качества и 10% ответили, что качество продукции не оправдало их ожиданий (Рисунок 3).

Рисунок 3 – Отношение потребителей к качеству продукции



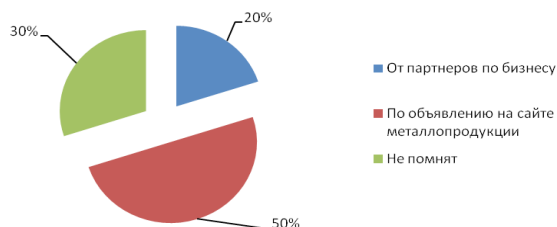
б) по соотношению «цена-качество»: 70% потребителей продукции МЗМИ ответили, что цена продукции полностью соответствует её качеству, 25% считают, что цена не совсем соответствует качеству и только 5% говорят о том, что цена совсем не соответствует качеству товара (Рисунок 4).

Рисунок 4 – Соотношение «цена – качество»



4. По вопросам рекламы были даны следующие ответы: 20% потребителей МЗМИ отметили, что узнали о предприятии от партнёров по бизнесу, 50% – увидели объявление на сайте по продаже металлоизделий и 30% – не помнят откуда они узнали о предприятии (Рисунок 5).

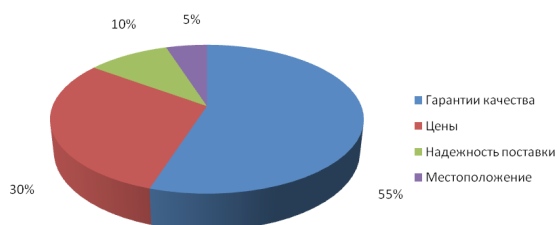
Рисунок 5 – Откуда потребители узнали о заводе



5. По дополнительным вопросам были выявлены следующие данные:

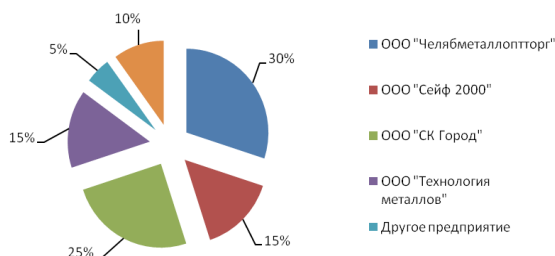
а) 55% потребителей ответили, что наиболее важным фактором при выборе поставщика для них является гарантия качества, для 30% потребителей завода важный фактор – цена, для 10% – надёжность поставки и для 5% – местоположение (Рисунок 6).

Рисунок 6 – Факторы, наиболее важные для потребителя при выборе поставщика продукции



б) На вопрос, с какими из предприятий – конкурентов знаком потребитель, были даны такие ответы: 30% потребителей ответили, что знакомы с таким предприятием как ООО «Челябметаллопторг», 25% знают предприятия ООО «СК Город», 15% – знакомы с ООО «Сейф 2000», 15% – с ООО «Технология металлов», 10% – вообще не знают предприятий, предлагающих аналогичную продукцию и 5% выбрали вариант «другие предприятия» (Рисунок 7).

Рисунок 7 – Предприятия-конкуренты, о которых знает потребитель



Основные выводы исследования

Изучив данные, полученные в результате анкетирования, можно сделать следующие выводы:

- прежде всего, потребители недовольны качеством их обслуживания на МЗМИ, в основном тем, что заказанная продукция изготавливается недостаточно быстро. Это является негативным фактором для проведения успешной сбытовой деятельности;

- более половины респондентов отметили, что качество продукции завода полностью оправдывает их ожидания, но 40% респондентов (значительная доля) имеют претензии разного уровня к качеству, поэтому возможно, что и этот показатель является причиной снижения прибыли;

- по поводу соотношения «цена – качество» большая часть респондентов ответили, что цена полностью соответствует качеству продукции, поэтому можно сказать, что в плане ценообразования у предприятия проблем нет;

- у предприятия практически отсутствует какая-либо реклама, что является решающим фактором при проведении сбытовой политики. По результатам исследования было выявлено, что большинство потребителей завода узнали о его продукции случайно;

- важным фактором для потребителя при выборе поставщика продукции является гарантия качества и цена продукции, остальные факторы являются второстепенными;

- также было выявлено, что часть потребителей (в основном, это относится к прямым потребителям) несут дополнительные расходы, связанные со сборкой металлопродукции на месте, т.к предприятие поставляет продукцию в разобранном виде;

- по вопросу о конкурентах завода было выявлено, что большая часть потребителей

знает об их существовании, что, конечно, является негативным фактором для нашего предприятия.

По итогам проведенного исследования были выдвинуты следующие предложения по совершенствованию сбытовой деятельности предприятия, производящего металлоизделия:

1. Для увеличения объемов сбыта необходимо проводить качественную подготовку персонала. Работники предприятия должны быть квалифицированы и осведомлены в той сфере деятельности, в которой они работают.

2. Предприятие уже предприняло модернизацию старого оборудования и начало закупать новое. Необходимо продолжать работу в этом направлении, т.к это позволит повысить качество производимой продукции и сократить издержки и сроки её производства.

3. Для более эффективной работы предприятия и улучшения его сбытовой политики необходимо проводить постоянное стимулирование персонала. Оно может быть как материальным (прибавки к з/пл, премии, путевки в санатории и дома отдыха), так и нематериальным (уважение со стороны руководства, награды, поощрение и т.п.).

4. Необходимо активизировать рекламу, стимулирование сбыта и иные методы продвижения товара.

5. Предприятие может участвовать в различных конкурсах и выставках металлопродукции, где может наглядно продемонстрировать свой товар и привлечь новых потенциальных потребителей.

6. Необходимо сертифицирование продукции по системе менеджмента качества (ISO), что докажет высокое качество продукции.

7. Необходимо также расширить услуги сервиса по доставке и сборке продукции.

8. Для увеличения эффективности работы предприятия необходимо увеличение клиентской базы (поиск и привлечение новых клиентов) путём телефонных переговоров, переписки, сети Интернет.

Источники

1. Акулич М.В. Способы повышения эффективности использования глобальных стратегий бизнеса и маркетинга. Маркетинг в России и за рубежом. 2006. С.6-10.

2. Болт Г. Практическое руководство по управлению сбытом. М.: Экономика, 2007. С.28-44.

3. Волкова Т.А. Сбытовая политика: роскошь или незаменимый инструмент? Ноймарк. 2008. С.7-17.

4. Дейян А., Троадек Л. Стимулирование сбыта и реклама на месте продаж. М.: Прогресс – Универс. 2011. С. 42-43.

5. Креницина А.Н. Маркетинг на рынке спецтехники // Режим доступа: [b2b / <http://exkavator.ru/articles/marketing/~id=948>].

5. Лысанова И.И. Управление каналами сбыта товаров промышленного назначения // Маркетинг. 2010. №12 С. 54-55.

6. Сурин А.В. Что такое GAP – анализ // Режим доступа: [<http://www.marketolog.biz/gap-%C0%CD%C0%CB%C8%C7-page-125.html>].

Маковкина С.А.

старший преподаватель Уральский институт управления
– филиала
РАНХиГС.

Makovkina S.A.,

assistants professor of Ural
Institute – a branch of the Russian Academy of National
Economy and Public Administration.

ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ В СТАРОПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

PROBLEMS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RURAL SETTLEMENTS IN THE OLD INDUSTRIAL AREAS

Аннотация

Поддержка развития сельскохозяйственных территорий сегодня является приоритетной задачей для органов власти и управления на различных уровнях. Особенно важна эта поддержка в старопромышленных территориях, где необходимо обеспечить диверсификацию экономики используя природно-климатические условия, интеллектуальный и ресурсный потенциал.

Abstract

Support the development of agricultural territories today is a priority for authorities and management at various levels. Especially important the support is for the old industrial areas where necessary to ensure diversification of the economy, using natural and climatic conditions, intellectual and resource potentials.

Ключевые слова

Развитие сельского хозяйства, старопромышленные регионы, стратегическое планирование, государственные целевые программы.

Keywords

The Development of Agriculture, Old Industrial Regions, Strategic Planning, State Target Programs.

В условиях глобальной социально-экономической нестабильности, введения Россией санкций на ввоз продовольственных товаров европейского производства задача развития

собственного производства и обеспечение населения, в первую очередь, высококачественной сельскохозяйственной продукцией. Однако последние годы численность населения в сельских поселениях неуклонно сокращается, индекс производства сельскохозяйственных продуктов снижается с 2008 г. (по данным службы Государственной статистики), так же сокращается число прибыльных сельскохозяйственных организаций с 5,1 тыс. в 2011 г., до 4,0 тыс. в 2013 г. На протяжении 2012 – 2013 гг. сальдированный финансовый результат деятельности организаций упал на 31 %. Уровень жизни сельского населения остается крайне низким, увеличивается разрыв между городом и селом по уровню доходов. Так, если в 1997 г. среднедушевые располагаемые ресурсы сельских домашних хозяйств достигали 69 % городского уровня, то в 2009 г. они составили 61 %, а в 2013 – 50%.

В 2009 г. среднемесячная номинальная заработная плата в сельском хозяйстве составила 9619 рублей. К 2013 г. произошло повышение заработной платы в сельских территориях до 16 871, тогда как средняя заработная плата по России в том же году составила – 33 742. Бедность, разрушающая трудовой и генетический потенциал села, остается массовым явлением. Можно сказать, что она концентрируется на сельских территориях, на которые приходится 42% всего малоимущего (по располагаемым ресурсам) населения России, тогда как на долю сельского населения приходится 27% процентов общей численности населения страны [2].

Процесс сокращения показателей сельской социальной инфраструктуры приостановить не удастся. Одна треть сельских населенных пунктов с численностью населения до 100 человек не охвачена ни стационарной, ни мобильной формой торгового обслуживания, бытовой сервис почти полностью разрушен. Остро стоит проблема обеспечения жителей сельских территорий питьевой водой. Около одной трети сельских поселений еще не имеют подъездов по дорогам с твердым покрытием.

Развитие сельских поселений в регионах традиционно относящихся к старопромышленным (Свердловская, Челябинская, Кемеровская области, Пермский край и др.) особо важно для устойчивого развития государства. Высокий уровень развития промышленности накла-

дывает особый отпечаток на экономическую структуру региона, однако, самообеспечение населения продукцией сельского хозяйства стратегическая задача региональных властей. Именно поэтому проблема преодоления социально-экономической отсталости, повышения качества жизни, привлечение молодых специалистов для работы на селе требует системного и планомерного решения.

На большей части сельских территорий расположенных в старопромышленных регионах сегодня сложилась тревожная экологическая ситуация, чему способствовали природно-ресурсная направленность развития экономики, ее низкий технологический уровень, недостатки экологического воспитания и иммиграционные процессы.

Выход села из кризиса и переход в фазу устойчивого развития тормозят следующие факторы: ведомственная разобщенность в управлении сельскими территориями, которая доминирует в управлении социально-экономическим развитием села на федеральном, региональном и местном уровнях, узкоотраслевой аграрный подход к развитию экономики села, а также отсутствие целостной стратегии и эффективных механизмов осуществления программ устойчивого сельского развития; ограничение доступа жителей села к ресурсам жизнеобеспечения и неэффективность их использования; слабое развитие институтов гражданского общества в сельской местности и прежде всего местного самоуправления; недостаточное научное, статистическое и кадровое обеспечение устойчивого развития сельских территорий.

Государственная политика в области устойчивого развития сельских территорий включает систему правовых, финансово-экономических и организационных мер, определяющих деятельность федеральных органов государственной власти, их территориальных органов, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления, направленную на повышение эффективности сельской экономики, уровня и качества жизни сельского населения, а также рациональное использование и воспроизводство природно-ресурсного потенциала сельских территорий. В условиях современной России необходимо вести реформы и в области

административно-правового регулирования, и в области государственно-экономического, и в области рыночного саморегулирования.

С 2000-х гг. руководством страны предпринимается ряд мероприятий по совершенствованию государственной аграрной политики, модернизации сельскохозяйственной отрасли. Развитие агропромышленного комплекса рассматривается в качестве одной из приоритетных задач в рамках общей социально-экономической и социокультурной модернизации российского общества. Намечено повышение производительности сельскохозяйственной отрасли с целью полного обеспечения продовольственной безопасности страны и вывода ее на конкурентоспособные позиции на международном рынке сельскохозяйственной продукции; повышение уровня жизни сельского населения за счет развития социальной инфраструктуры сельских поселений, а также оптимизация системы управления сельскими территориями за счет создания и развития эффективно действующих органов местного самоуправления.

На федеральном уровне действует целевая программа «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014 – 2017 годы и на период до 2020 г.» ее базовыми направлениями являются:

- Улучшение жилищных условий граждан, проживающих в сельской местности, в том числе молодых семей и молодых специалистов
- Развитие социальной и инженерной инфраструктуры в сельской местности
- Поддержка комплексной компактной застройки сельских поселений
- Грантовая поддержка местных инициатив сельских сообществ по улучшению условий жизнедеятельности
- Поощрение и популяризация достижений в сфере сельского развития

На весь срок реализации программы в бюджете запланировано выделение 99,71 млрд. рублей. В качестве результатов достижения поставленных в Программе целей ожидается:

1. Решение жилищной проблемы для 16,3 процента семей, проживающих в сельской местности и нуждающихся в улучшении жилищных условий, в том числе 25,2 процента молодых семей и молодых специалистов;

2. Удовлетворение потребности организаций агропромышленного комплекса и социальной сферы села в молодых специалистах на 38,7 процента;

3. Повышение уровня социально-инженерного обустройства в сельской местности, в том числе газом – до 61,5 процента, водой – до 63 процентов;

4. Создание условий для улучшения социально-демографической ситуации в сельской местности (прогнозируется увеличение коэффициента рождаемости сельского населения до 19,1 промилле и ожидаемой продолжительности жизни до 72,6 года);

5. Повышение общественной значимости развития сельских территорий в общенациональных интересах и привлекательности сельской местности для комфортного проживания и приложения труда;

6. Достижение совокупного экономического эффекта в размере 126,4 млрд. рублей, в том числе за счет прироста производства продукции сельского хозяйства на основе улучшения условий жизни специалистов агропромышленного комплекса – 55,5 млрд. рублей, реализации мероприятий по развитию газификации и водоснабжения – 12,8 млрд. рублей, привлечения внебюджетных средств – 58,1 млрд. рублей.

Программы по развитию сельских территорий действуют практически во всех старопромышленных регионах. Что подтверждает наш тезис о важности государственной поддержки агропромышленного комплекса.

Так, в Челябинской области в качестве базовой проблемы развития сельских поселений признана обеспеченность жильем. Благодаря реализации федеральной целевой программы «Социальное развитие села до 2013 года» и региональных программ в Челябинской области, свои жилищные условия улучшили 2035 семей (из них более восьмисот – это молодые семьи и начинающие специалисты).

На сегодняшний день Челябинская область входит в группу регионов, где средняя обеспеченность жильем на одного человека на селе составляет 22,1 – 25 квадратных метров. По России это средний показатель, так как есть субъекты федерации с минимальной обеспеченностью – до 18 квадратных метров и максимальной – свыше 30 квадратных метров.

Важнейший фактор социальной стабильности в сельских территориях – малое предпринимательство. В области зарегистрировано около 1500 фермерских хозяйств и индивидуальных предпринимателей, занимающихся сельским хозяйством. С 2012 г. действует программа поддержки начинающих фермеров, с 2013 г. – программа развития семейных животноводческих ферм. За относительно небольшой период они уже подтверждают свою эффективность. Так, в 2012-2013 гг. в Челябинской области гранты на развитие бизнеса получил 81 начинающий фермер, в их хозяйствах создано около 200 новых рабочих мест.

По итогам прошлого года Челябинская область заняла пятое место в России по уровню выполнения обязательств по предоставлению грантов начинающим фермерам. За счет рационального использования средств бюджетов всех уровней в 2013 году предоставлено 35 грантов (по соглашению с Министерством сельского хозяйства России планировалось предоставить 21 грант). Впереди – Воронежская область, Республика Ингушетия, Волгоградская область, Республика Северная Осетия – Алания.

Развитие агропромышленного комплекса и сельского хозяйства является приоритетной задачей социально-экономического развития Челябинской области. Это подтверждает Инвестиционная стратегия Челябинской области до 2020 г. Согласно данному документу высокий уровень развития агропромышленного комплекса будет одним из факторов определяющих инвестиционную привлекательность региона. На ряду с крупнейшими инвестиционными проектами развития металлургического комплекса (Создание литейно-прокатного производства горячекатаной продукции на ООО «Миньярский прокатно-термический завод», Строительство нового листопрокатного цеха ОАО «Ашинский металлургический завод») в области идет Строительство птицеводческого комплекса с производством 50 тысяч тонн мяса птицы, ООО «Нагабакский птицеводческий комплекс». При этом все муниципальные района, кроме входящих в горнозаводской округ, с высокой степенью промышленной нагрузки, объединяются в сельскохозяйственную зону опережающего развития Челябинской области.

При этом сами муниципальные районы Челябинской области, имеющие преимущественно сельскохозяйственную специализацию самостоятельно разрабатывают стратегические и инвестиционные документы, выявляя приоритеты долгосрочного развития, к которым можно отнести:

- развитие расположенных на территориях населенных пунктов (социальной, инженерно-транспортной инфраструктур, приоритетная малоэтажная застройка);

- развитие малого и среднего бизнеса, реализация совместных проектов по созданию социальной, инженерно-транспортной инфраструктур;

- развитие сельскохозяйственного производства и переработки сельхозпродукции, включая мелкотоварное производство в домашних хозяйствах (животноводство, птицеводство);

- поддержка домашних мелкотоварных производств, поощрение объединения в более крупные фермерские хозяйства;

- создание агротуристических комплексов;

- развитие рекреационных объектов (учреждений кратковременного отдыха и лесопарков для жителей крупных городов Челябинской и соседних областей);

- размещение высокотехнологичных, экологически чистых производств преимущественно в проектируемых районах;

- восстановление и развитие существующих, но не функционирующих сельскохозяйственных производств;

- развитие базы подготовки специалистов всех уровней.

Для Кемеровской области наиболее важными вопросами в области поддержки сельского хозяйства являются:

- реализация мероприятий по улучшению жилищных условий граждан, проживающих в сельской местности, том числе молодых семей и молодых специалистов;

- развитие водоснабжения в сельской местности;

- грантовая поддержка местных инициатив граждан, проживающих в сельской местности.

Программа поддержки агропромышленного комплекса Пермского края состоит из пяти ключевых направлений:

- ускоренное развитие отраслей АПК,
- развитие племенного дела, семеноводства,

- развитие кредитования через субсидирование части затрат на выплату процентов,

- господдержка малых форм,

- кадровая политика, привлечение на село молодых специалистов.

Наиболее крупное по объемам государственной поддержки направление «Ускоренное развитие приоритетных отраслей АПК», основным мероприятием в котором являлось «попродуктовое» финансирование, то есть выплата субсидии на единицу продукции с учетом эффективности деятельности предприятия. Основная сумма субсидий направлялась на развитие молочного скотоводства в сельхозпредприятиях, что привело к росту надоев и объемов производства молока в сельхозорганизациях на 18 % (в целом по отрасли с учетом производства в личных подсобных хозяйствах объемы производства молока остались на уровне 2008 года). В рамках данного направления также выплачивались субсидии эффективным предприятиям на присоединение низкоэффективного, субсидии на жильё для работников.

В Свердловской области реализуется комплексная целевая программа «Развитие агропромышленного комплекса и сельских населенных пунктов («Уральская деревня») до 2020 года». В качестве целевого ориентира реализации программы принята необходимость достижения устойчивое развитие сельских населённых пунктов Свердловской области на основе создания достойных условий для жизни и деятельности населения. При этом, в качестве ожидаемых результатов реализации программы ожидается: повышение уровня привлекательности жизни в сельских населённых пунктах Свердловской области, закрепление кадров на селе; снижение уровня регистрируемой безработицы.

Достаточно высоких результатов в области поддержки сельскохозяйственных территорий добилась Челябинская область, путем реализации Программы государственная программа Челябинской области «Развитие сельского хозяйства в Челябинской области на 2014 – 2020 годы». Приоритетным направлением, в рамках реализации программы выступали меропр-

ятия инновационного развития предприятий сельскохозяйственного комплекса, однако отчеты о реализации иллюстрируют низкий уровень показателей достигнутых по данному направлению.

Проанализировав программы поддержки сельскохозяйственных территорий реализуемых в старопромышленных регионах можно выделить слабые стороны и угрозы развития агропромышленного комплекса.

К слабым сторонам, препятствующим в настоящее время развитию сельского хозяйства в регионах со старопромышленной специализацией относятся:

1. Низкое плодородия почв, большая часть территорий находится в зонах рискованного земледелия;
2. Износ основных средств;
3. Применение устаревших технологий;
4. Неэффективная структура производства в растениеводстве;
5. Дефицит сырья и его низкое качество;
6. Дефицит квалифицированных кадров.

К угрозам со стороны внешней среды относятся:

1. Нестабильность и несвоевременность государственной поддержки без учета особенности регионов;
2. Рост цен на сырье, материалы, технику;
3. Неблагоприятная конъюнктура рынка.

Не смотря на выделенные слабые стороны и угрозы, сельские территории обладают мощным природным, демографическим, экономическим и историко-культурным потенциалом, который при более полном, рациональном и эффективном использовании может обеспечить устойчивое многоотраслевое развитие, полную занятость, высокие уровень и качество жизни сельского населения. Важную роль в развитии сельских территорий в регионах старопромышленной специализации могут сыграть инструменты государственной поддержки и программы импортозамещения, которые сегодня активно принимаются на разных уровнях управления. Однако необходимо помнить, что для сельскохозяйственных производителей большую роль играют условия кредитования, возможность реализации продукции напрямую в торговые точки, минуя посредников, развитие лизинговых программ по приобретению техники.

Необходима реализация принципа государственной политики в области устойчивого развития сельских территорий: гарантия государственной поддержки, полное использование и развитие природного и социально-демографического потенциала. Государство должно обеспечить условия для демографического роста и переселения в сельскую местность, улучшить жилищные условия сельского населения; создать современную социальную, инженерную и транспортную инфраструктуру в сельской местности.

Источники

1. Готов О.А. Организационные структуры модернизации сельского хозяйства//Электронная библиотека: Научные статьи. 2011. URL: /[Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/organizatsionnye-struktury-modernizatsii-selskogo-hozyaystva> (дата обращения: 10.11.13).

2. Состояние и меры по развитию аграрного производства Российского Федерации: Ежегодный доклад. 1999 год/Минсельхозпрод РФ. М. 2000. С. 78-80.

3. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 – 2020 гг. Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации: URL: <http://www.mcsx.ru/navigation/docfeeder/show/342.htm>

4. Официальный сайт Министерства инвестиций и развития Свердловской области. Инвестиционный портал: URL: http://invest.midural.ru/priority_branches/10

5. Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Челябинской области: URL: <http://www.chelagro.ru/programs/ocp-razvitie-sh-chel-obl.php>

Михальченкова Н.А.,

к.э.н., доцент Сыктывкарского государственного
университета;

Ткачев С.А.,

к.э.н., доцент республиканской академии государственной
службы и управления, республика Коми.

Mikhailchenkova N.A.,

PhD, Associate Professor, Syktyvkar state University;

Tkachev S.A.

PhD, Associate Professor, Republican Academy of State
Service and Administration, Republic of Komi.

ФОРМИРОВАНИЕ ПРИОРИТЕТОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

FORMATION OF THE PRIORITIES OF THE STATE INNOVATION POLICY

Аннотация

В статье анализируются условия формирования инновационного развития экономики, констатируется значимость институтов развития, раскрываются приоритеты национальной и региональной инновационных систем. В статье обобщаются тенденции и варианты стратегий развития условий перехода к инновационной экономике.

Abstract

The article analyzes the conditions of formation of innovative economic development, stated the importance of development institutions, reveals the priorities of national and regional innovation systems. The article summarizes the trends and options strategies for the development conditions of the transition to an innovation economy.

Ключевые слова

Инновации, экономика, приоритеты экономического развития, инновационная политика.

Keywords

Innovation, economy, economic development priorities, innovation policy.

Анализируя вопросы инновационной политики и поддержки государством усилий по внедрению результатов НИОКР, нельзя не сказать, что вопросы финансирования отечественной науки, в частности совершенствова-

ния грантовой системы поддержки научных проектов, бюджетного финансирования исследований и разработок в рамках государственного задания, использование фондов целевого капитала, а также законодательного обеспечения новых механизмов финансирования науки оставались вне поля зрения федерального руководства.

В рамках стимулирования создания финансово-экономического механизма развития инновационной сферы в 2012 году Президент России В.В. Путин поручил принять меры по докапитализации Российского фонда прямых инвестиций (РФПИ). По сообщениям СМИ соответствующее поручение направлено премьер-министру РФ Д.А. Медведеву [10]. Согласно тексту поручения от 19.09.2012 г., вопрос о докапитализации РФПИ может быть решен двумя способами: посредством выделения ежегодно по 62,5 млрд. рублей из федерального бюджета в 2013-2015 годах для приобретения Внешэкономбанком паев «РФПИ», либо через размещение в ВЭБе аналогичной суммы из средств Фонда национального благосостояния [11].

29 октября 2012 г. президент В.В. Путин провел первое заседание Совета при президенте РФ по науке и образованию, были отмечено, что к 2018 году государственные научные фонды будут получать до 25 млрд. руб. в год. За счет этого рассчитывают существенно увеличить ресурсное наполнение этих структур. Однако обязательным условием эффективного использования бюджетных средств выступает модернизация грантовой политики, которую необходимо сориентировать на поддержку среднесрочных научных исследований и крупных проектов «полного цикла». Приоритет тем направлениям, которые способны дать результаты мирового уровня. Президент считает возможным создание новых грантовых структур, поскольку существующие форматы краткосрочных грантов не позволяют полноценно поддерживать все проекты.

Курс России на модернизацию останется неизменным, заявил премьер-министр РФ Дмитрий Медведев, выступая 31 октября 2012 г. на Московском международном форуме инновационного развития «Открытые инновации». «Я хотел бы, чтобы мы дали четкий сигнал о том, что преемственность политики

модернизации, инновационного развития нашей экономики гарантирована, что мы с этого пути не сворачиваем, что он не является конъюнктурным, что он не зависит от политических пристрастий и даже от состояния нашей экономики, хотя, конечно, это связанные вещи», – подчеркнул глава Правительства РФ.

Д.А. Медведев подчеркнул, что если говорить о поддержке инновационной экономики и поддержке научных исследований, образовательных проектов, здесь конструкция может быть несколько иной, потому что в любом государстве, в любой стране без участия правительства, без участия региональных властей не обходится никакое инновационное развитие. Государство должно создать не только условия (это не только льготы, это не только правильный налоговый режим, это не только инвестиционные параметры), но в ряде случаев государство может и напрямую участвовать в каких-то приоритетных и значимых программах.

Наращивание расходов на науку и инновации, налоговые льготы для высокотехнологичных компаний, вводимые в России, должны вызывать предпринимательский интерес у специалистов в области инноваций. Инновация – коммерциализированный интеллектуальный продукт, дающий реальный экономический эффект. Некорректно говорить об инновациях, не говоря об инвестициях, а будут ли это новые рынки или некие рационализаторские решения в пределах существующих рынков – это уже стратегический вопрос бизнеса. Основные причины медленного инновационного развития российских компаний:

- ориентация российских компаний на внутренний рынок;
- низкая инновационная активность бизнеса, низкая инновационная восприимчивость предприятий реального сектора экономики;
- почти в 80% случаев новые продукты и технологии разрабатываются исключительно внутри заинтересованных компаний;
- низка степень использования различных источников инновационных продуктов (лицензии, патенты...);
- несовершенна структура источников инновационных разработок (менее 20% юрлиц использовали госресурсы, частные венчурные инвестиции привлекали только в 3% случаев);

- неразвитая инновационная инфраструктура (стадии финансирования инновационного проекта);

- «проблемная» среда для осуществления научно-инновационной деятельности.

Инновационного развития, которое, в свою очередь, позволяет ориентироваться инновационному бизнесу в определении перспективных областей вложения средств [8].

Наряду с понятием «приоритеты» в экономической литературе используются понятия «критические технологии», «ключевые», «прорывные», «перспективные» технологии. Приоритеты инновационного развития (или приоритеты развития науки и техники) и критические технологии находятся в определенной иерархии.

Критические технологии имеют межотраслевой характер, обеспечивая решение важнейших проблем в русле приоритетных направлений развития науки и техники. В совокупности дают главный вклад в реализацию приоритетных направлений, без которых реализация приоритетного направления невозможна.

Понятия «ключевые», «прорывные», «перспективные» по отношению к технологиям или инновационным проблемам можно определить как синонимы характеристики «очень важные», когда хотят подчеркнуть особое значение того или иного приоритета или критической технологии. Приоритетные направления инновационного развития по приоритеты тематического характера в отличие от приоритетов инновационной политики приоритетов мер, способов, форм по отношению к инновационной деятельности. Направления инновационного развития это относительно самостоятельный раздел отрасли знаний, имеющий отличительные от других направлений цели, методы и объекты исследований и инновационной деятельности.

Перечень приоритетов инновационного развития на общегосударственном уровне периодически корректируется. Проблема приоритетов развития науки и техники была поставлена еще более 20 лет назад до перехода на рыночные отношения. Тогда она возникла в связи с наступлением признаков исчерпания эволюционного развития традиционной техники и технологии, которые достигают пре-

дельных величин производительности, мощности, скорости, быстродействия и других параметров и необходимости перехода на другую технологию, основанную на других принципах. Характерно, что в перечне приоритетов тех лет встречаются направления, которые в настоящее время причисляются к приоритетным: новые источники энергии, микроэлектроника, биотехнология, информатика, новые конструкционные материалы.

Рабочей группой, созданной по решению Совета безопасности РФ в 1995 г. предложен перечень из 45 критических технологий, объединенных в 9 укрупненных технологических областей: новые материалы; микро-, нано-опто-электронные и лазерные технологии; информационные технологии, биотехнологии; энергетика и энергосберегающие технологии; технологии тепловых двигателей; технологии высокопроизводительного оборудования; уникальные технологии сложных технических систем. Далее в перечнях приоритетных направлений 2002 и 2006 гг. существенных изменений не произошло. Приоритетными остаются микроэлектроника, информатика, нанотехнологии, водородная энергетика, биотехнологии, новые материалы, рациональное природопользование и др.

На региональном уровне нередко повторяются те же названия. Так, в Санкт-Петербурге к приоритетным направлениям отнесены: водородная энергетика, нанотехнологии, информационные технологии, биотехнологии, микро-механика, микроэлектроники, медицинские, химические новые технологии и пр. В г. Томске выделены технологии: информационные, химические, нанотехнологии и медицина, создания новых материалов. В г. Дубне (Московская область) информационные технологии, ядерно-физические технологии. В Зеленограде центр электроники, био- и медицинской техники, нанотехнологии, информационных технологий, телекоммуникаций.

Очевидно, что приоритеты развития науки и техники федерального уровня дифференцируются на региональном уровне. Каждое из них, имея множество ответвлений, может быть конкретизировано применительно к данному региону. Так, в области нанотехнологии выделяются 10 приоритетов. Кроме реализации федеральных приоритетов, в регионах могут быть

приоритеты региональной значимости для решения местных проблем.

Инновационность приоритетов может относиться к двум их группам. Одна из них включает необходимость объемных прикладных исследований и ориентирована на перспективу. Другая направлена на скорейшую реализацию уже имеющихся научных достижений. Как первая со свойствами межотраслевого применения, так и вторая группа инновационных приоритетов в регионе будет нацелена на технологическое развитие ведущих отраслей экономики. В Санкт-Петербурге по, прежде всего, судостроение, радиоэлектроника и связь, авиационно-космическая отрасль, химия, материаловедение, атомное и энергетическое машиностроение.

Критерии выбора приоритетов инновационного развития регионов обусловлены актуальностью проблем и задач технологического подъема в данном историческом периоде. В настоящее время общей для регионов является ориентация, во-первых, на переход с сырьевой специализации на развитие, базирующееся на знании и, во-вторых, на занятие достойного места в глобализирующейся экономике, достижение конкурентоспособности на мировом

Эти проблемы могут быть в общем виде сведены к одной технологической модернизации производства обрабатывающих отраслей. Ее решение предопределяет состав критериев выбора приоритетных направлений инновационного развития региона. К ним можно отнести следующие.

1. Научную фундаментальность инновационного направления, которая может создать решающее преимущество в конкурентоспособности отрасли, предприятия. Высшим приоритетом могут обладать базовые инновации, позволяющие не только достичь мирового уровня в технологии, но и обогнать ее не догнав. А это возможно лишь благодаря инноваций с сильной фундаментальной или продвинутой по сравнению с мировым уровнем прикладной научной компонентой.

2. Выбор приоритетных направлений в областях, достижения в которых не уступают мировым тенденциям инновационного развития или опережают их. К ним в стране относят авиацию, вооружение, космическую технологию, некоторые виды химических и биологических

технологий, мощную плазменную электронику и др. [5]. Россия может стать одним из лидеров в нанотехнологиях как пути развития энергосбережения, элементной базы, медицины, робототехники. В регионах могут быть прорывные заделы и по другим традиционным или зарождающимся направлениям инновационной деятельности, которые, исходя из их значимости для общественной практики, могут быть отнесены к приоритетным.

3. Выбор приоритетов как интегрального результата научных организаций различных ведомств в регионе и других регионов. Выбор региональных приоритетов отнюдь не означает их территориальную замкнутость. Инновационная сфера региона открытая система. В ней не исключается кооперация научной и инновационной деятельности с другими регионами, обеспечивающая приоритетность данного инновационного направления.

4. Финансовая реализуемость инновационного приоритета с позиции осуществления в регионе государственно-частного партнерства по привлечению в инновационную деятельность частных инвестиций. Особенно значимые привилегии бизнесу в реализации приоритетных направлений инновационного развития могут быть предоставлены в регионах с ежегодным существенным ростом доходов бюджета как, например, в Санкт-Петербурге.

5. Оценки влияния данного инновационного направления на экономическое и социальное развитие. На федеральном уровне используются такие показатели как удельный вес конкретной высокотехнологичной продукции в объеме мирового производства, прирост валового внутреннего продукта, дополнительный экспорт высокотехнологичной продукции и др. В регионах в качестве индикаторов применяются показатели: удельный вес инновационной продукции, количество новых высокотехнологичных производств, создание новых высококвалифицированных рабочих мест и др. [6]. В основном на федеральном и региональном уровнях используются показатели, учитываемые государственной статистической отчетностью. Проблемы технологического переустройства экономики, надвигающаяся ее глобализация актуализируют задачу выбора приоритетных направлений инновационного развития регионов, вызывают необходимость

разработки научного обеспечения ее решения [1].

Объектом инновационной модернизации могут стать также такие традиционные для нас сферы производства, как электроэнергетика, (в т.ч. атомная и гидро), нефтехимия, целлюлозно-бумажное производство, ряд подотраслей цветной металлургии и др. Но «... речь должна идти о модернизации и расширении имеющегося производства, а не о том, чтобы прорываться в неведомое» [2]. Говоря иначе, целесообразно выделять в виде базовых и модернизировать прежде всего отрасли, в наибольшей степени соответствующие географическому положению, ресурсной основе страны, а также способные с большим запасом прочности интегрироваться в мировую систему экономики. Значительный эффект может дать государственная программа перевооружения армии, предусматривающая выделение 20 трлн. руб. до 2020 г.

Оборонно-промышленный комплекс (ОПК) находится не в лучшем состоянии. Более 70% технологий, обеспечивающих производство вооружений, физически и морально устарели. Более половины станочного парка изношено на 100%. Если в развитых странах уже начинают складываться контуры 6-го технологического уклада, в России он пока не формируется, а основу промышленности составляют технологии 4-го уклада (свыше 50%) и технологии 3-го уклада (около 30%). Доля технологий 5-го уклада составляет примерно 10% и сосредоточена она в ОПК и в авиакосмической отрасли. Поэтому только реальное повышение технологического уровня ОПК, в котором сохранились заделы научно-технических достижений, может инициировать модернизацию смежных отраслей промышленности, вплоть до фундаментальной науки.

Отметим, что модернизация ВПК не должна сопровождаться снижением конкурентоспособности энергетического, нефтегазового, транспортного и тяжелого машиностроения, станкоинструментальной промышленности и горно-металлургического комплекса [4].

Для формирования национальной инновационной системы ориентация на развитие традиционных отраслей важное, но недостаточное условие модернизации национальной модели экономики. Представляется, что одним

из важнейших условий этого процесса является создание национальной инновационной системы, но выделяется ряд проблем. Начнем с того, что в течение предыдущих 15-20 лет, с одной стороны, произошло быстрое открытие внутреннего рынка для импортной продукции. С другой – фактически прекратилось финансирование НИОКР, которое в значительной степени концентрировалось в системе отраслевых научно-исследовательских институтов и заводских лабораторий. Отметим также, что на НИОКР в России во всех секторах экономики тратится лишь около 1% ВВП, а доля высокотехнологичной продукции в общем объеме экспорта не превышает 3%. Все это результат того, что вклад инновационной продукции в ВВП составляет лишь около 5%, тогда как в развитых странах он колеблется от 40 до 60%.

В мировой практике ключевую роль в развитии инновационной деятельности играет «внутрифирменная» наука, интегрированная в реальный сектор экономики. В ведущих индустриальных государствах компаниями выполняется основной объем научных исследований и разработок: 65% – в странах ЕС, 71% – в Японии, 75% – в США. Российская же «заводская» наука незначительна по своим ресурсам (6% затрат на исследования и разработки) и ориентирована на решение краткосрочных технических задач собственного производства.

В этих условиях намерение Правительства РФ «рывком» осуществить переход к инновационной экономике не реалистично. Быстро освободиться от сырьевой зависимости невозможно. Необходимо формирование условий для осуществления инновационной стратегии. А это потребует, как минимум, решения семи групп задач [4].

Первая группа. Создание системы организационно-экономических механизмов инновационной деятельности, включающих: организацию фундаментальных исследований, прикладных исследований и разработок (НИОКР), внедрение и освоение новшеств, их опытную проверку, распространение новшеств (обмен, лицензионная деятельность), центры трансферов технологий (специальные экономические зоны, кластеры, технопарки).

Вторая группа. Формирование благоприятного инвестиционного, налогового климата и патентной среды, способствующих притоку

инвестиций в инновации.

Третья группа. Создание государственной системы страхования рисков инвестиционно-инновационной деятельности.

Четвертая группа. Государственное кредитование либо поддерживаемое государственными гарантиями банковское кредитование инновационных процессов.

Пятая группа. Формирование спроса (в т.ч. на основе государственного заказа) на инновационные товары и технологии широкого применения.

Шестая группа. Совершенствование механизмов долевого финансирования крупных инновационных проектов со стороны государства и частного бизнеса.

Седьмая группа. Поддержка процессов интеграции российских компаний в мировой рынок через создание транснациональных корпораций.

Однако хотя перечисленные направления важны, они не реализуемы без комплексного целевого прогноза научно-технологического развития экономики. Полагаем, что только наличие такого прогноза позволит перейти к интегрированной с высшим образованием системе научных исследований и разработок, гибко реагирующей на запросы со стороны экономики, поскольку, во-первых, он позволит выявить перспективные отрасли и подотрасли, ускоренное развитие которых (благодаря мультипликативному эффекту) будет содействовать росту ВВП. Во-вторых, прогноз будет способствовать обнаружению перспективных либо модернизируемых технологий, обеспечивающих такое развитие [3].

Прогноз будет «работать» и на создание благоприятной налоговой, финансовой и организационной среды для включения в национальную инновационную систему малых и средних инновационных предприятий. Важность такого включения очевидна, поскольку, как сказал Л.Эрхард «зачастую инновации рождаются не в офисах гигантов индустрии, а в небольших творческих коллективах, где поощряется креативный подход и нет места бюрократии» [9].

Как отмечает профессор Рогова Е.М. [7], проблема заключается в повышении эффективности использования выделяемых средств, но есть в стимулировании коммерциализации

инноваций и результатов НИОКР. Эффективность инновационных процессов в экономике зависит не только от того, насколько эффективна деятельность самих экономических субъектов инновационной деятельности, но и от того, как они взаимодействуют друг с другом в качестве элементов коллективной системы создания и использования знаний, а также с общественными институтами.

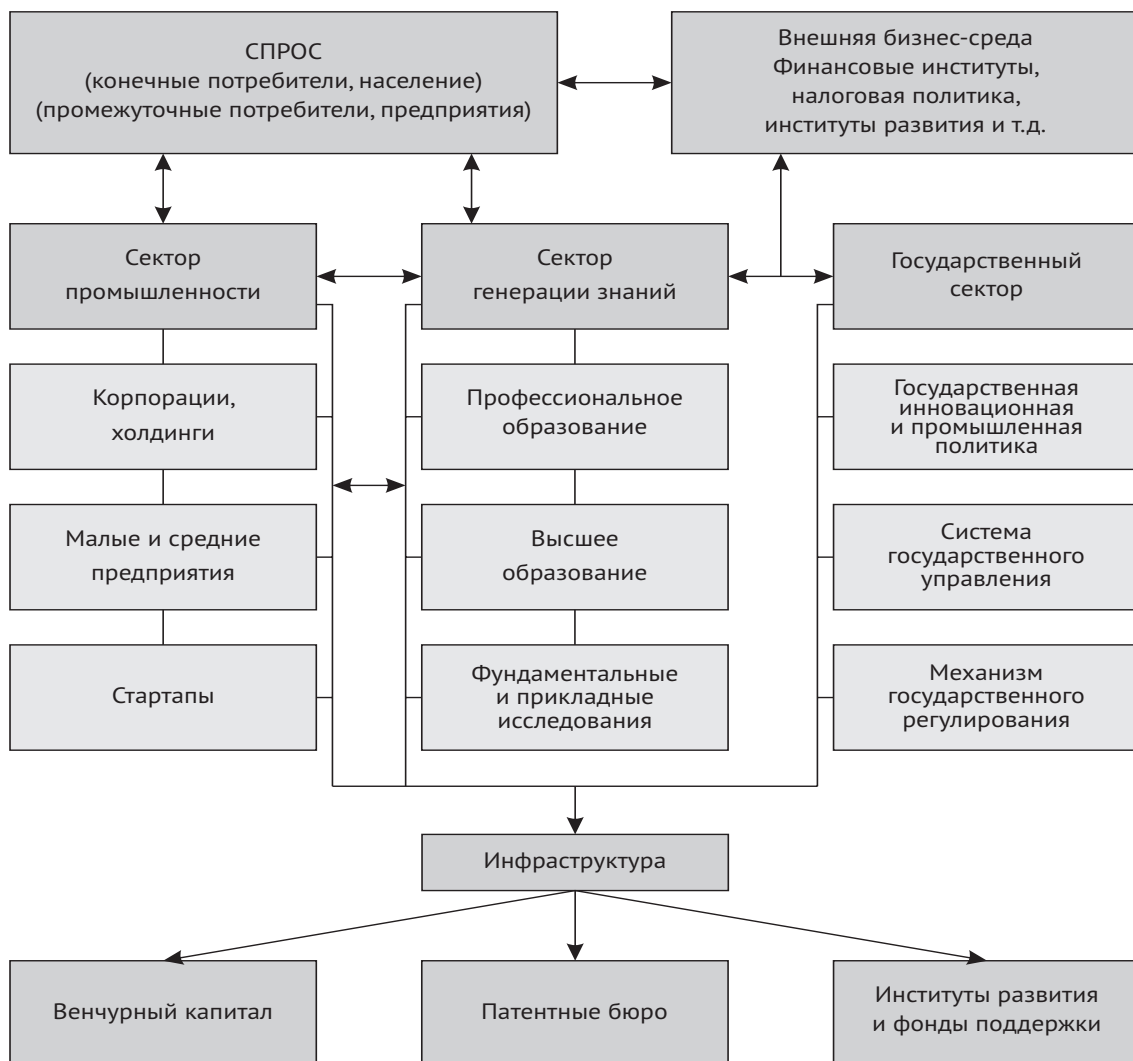
Эффективность формирования инновационной экономики зависит от состоянию национальной инновационной системы, обеспечивающей связь между субъектами и объектами инновационной деятельности на всех уровнях. Инновационная система формируется под влиянием множества объективных для данной

страны факторов, таких как размеры страны, наличие природных и трудовых ресурсов, особенности исторического развития институтов государства и форм предпринимательской деятельности.

Однако важнейшей предпосылкой ее эффективного функционирования является взаимодействия ключевых агентов инновационной деятельности сектора генерации знаний (университетов, исследовательских институтов и лабораторий, организаций разработчиков и малых инновационных предприятий), сектора потребления знаний (промышленных предприятий и опосредованно – населения) и государства (рис. 1)

Для регулирования развития нацио-

Рис. 1 Структурные элементы национальной инновационной системы



нальных инновационных систем государства определяют условия осуществления инновационного бизнеса, разрабатывают прогнозы технологических изменений и стратегию инновационного развития экономики, определяют на иной базе научно-технологические приоритеты, содействуют формированию и совершенствованию инновационной инфраструктуры, стимулируют инновационную деятельность, участвуют в организации исследований и работ. Но всех странах национальные инновационные системы необходимо вместе с тем рассматривать и как один из основных инструментов регионального развития.

Региональная инновационная система обладает следующими характерными чертами: является частью национальной инновационной системы; выступает в качестве базы для разработки региональной инновационной политики; оказывает влияние на все стороны жизни в регионе, определяет качество жизни его населения. Она может быть определена как совокупность: предприятий и организаций региона, осуществляющих научно-техническую и инновационную деятельность организаций региональной инновационной инфраструктуры; региональных финансовых, социальных и юридических институтов; отношений между ними в области инновационной деятельности. Выступая как элементы национальных инновационных систем, региональные инновационные системы разных стран также активно взаимодействуют между собой, выступая базой формирования региональных инновационно-промышленных кластеров.

Деятельность институтов развития напрямую зависит от институциональной среды, инвестиционного и делового климата, не препятствующих экономическому развитию. В настоящее время российская экономика плохо коррелирует с рынком и его потребностями. Существует огромный спрос на высокотехнологичные продукты, но экономика не в состоянии обеспечить этот спрос. Если не будут приниматься радикальные меры для повышения привлекательности России, построения соответствующей деловой среды, никакое финансирование не будет эффективным. Тремя главными приоритетами стимулирования институтов развития являются следующие: координация институтов развития, стимулирование

спроса на инновации и развитие экосистемы. Стимулирование спроса на инновации и развитие экосистемы это именно то, что зависит от институтов и делового климата, потому что другого существенного механизма стимулирования спроса, кроме создания высококонкурентной среды, на самом деле не существует.

Источники

1. Выбор приоритетов научно-технического развития. Научно-аналитический обзор. ИНИОН РАН. М.1990.
2. Данилов-Данильян В.И. Стенограмма семинара «реалистическое моделирование на тему «Водные ресурсы – стратегический фактор развития экономики России в условиях глобального мирового водного кризиса». Аналитический вестник СФ РФ. М.: 2008. с.31.
3. Ивантер В.В., Комков Н.И. «Состояние, перспективы и условия инновационного обеспечения модернизации экономики России. Новая экономика, инновационный портрет России. М.: Центр стратегического партнерства. 2010. С. 73.
4. Кривов В. Инновационное развитие России: технологии компетентности // Федерализм. М. Институт экономики РАН. 2011. №2. С. 154-156.
5. Послание Президента РФ В.В.Путина Федеральному собранию РФ// Экономика, политика, инновации. 2006. №1.
6. Разработка и реализация модели территории инновационного развития Томской области // Инновации. 2006. №8.
7. Рогова Е.М., Воробьев В.П. Региональная инновационная система Санкт-Петербурга: основные проблемы и перспективы формирования // Материалы международной научно-практической конференции «Выбор стратегических приоритетов регионального развития: новые теоретико-методические подходы. СПб. ИПРЭ РАН. 2007. С. 192-196.
8. Румянцев А.А. Приоритеты инновационного развития федерального и регионального уровней // Материалы международной научно-практической конференции «Выбор стратегических приоритетов регионального развития: новые теоретико-методические подходы. СПб. ИПРЭ РАН. 2007. С.183-186.
9. Эрхард Л. Полвека размышлений: речи и статьи / пер. с нем. М.: Наука. ТОО «Ордынка». 1996. С. 361.
10. www.interfax.ru
11. Поручение Президента РФ Путина В.В. // www.gov.ru

