

Область непознанного, неведомого
значительно обширнее суммы
накопленных человечеством знаний.

В. И. Вернадский

ИЗВЕСТИЯ



Уральского государственного экономического университета

**№ 4 (30)
2010**

Редакционная коллегия

Главный редактор

М. В. Фёдоров

д-р экон. наук,

д-р геол.-минерал. наук

Заместитель главного редактора

В. П. Иваницкий

д-р экон. наук

Ответственный секретарь

Н. М. Сурнина

д-р экон. наук

Члены редколлегии:

Е. Г. Анимица, д-р геогр. наук; **Х. З. Брайнина**, д-р хим. наук; **Н. Ю. Власова**, д-р экон. наук;
В. М. Камышов, д-р хим. наук; **А. А. Мальцев**, д-р экон. наук; **М. С. Марамыгин**, д-р экон. наук;
Р. М. Нижегородцев, д-р экон. наук; **Э. В. Пешина**, д-р экон. наук;
Е. В. Попов, д-р экон. наук, д-р физ.-мат. наук; **Ю. К. Саранчин**, д-р филос. наук;
А. Н. Сёмин, чл.-кор. РАСХН, д-р экон. наук; **А. И. Татаркин**, академик РАН, д-р экон. наук

Международный совет журнала

П. Лихи, профессор (США); **Я. Вайнберг**, профессор (Германия);
К. Мерсье-Сюисса, профессор (Франция); **Р. М. Нуреев**, профессор (Россия);
К. Рихтер, профессор (Германия); **Д. Цэрэнпил**, профессор (Монголия)

Учредитель: ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»

Включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий,
в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций
на соискание ученой степени доктора и кандидата наук

Включен в Российский индекс научного цитирования

Основан в 1999 г.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации
ПИ № ФС77-28729 от 22 июня 2007 г.

Подписной индекс Агентства Роспечати: 72059

Содержание

ТЕОРИЯ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ	
Королёв Е. А. «Каскадная» модель информационных процессов в системе управления	5
Каллагов Б. Р., Цуциева М. В. Современные российские госкорпорации: реалии становления и ценность перспективы	23
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА	
Стровский Л. Е. Германия: турецкая проблема остается острой.	28
ФИНАНСЫ И ФИНАНСОВО-ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ	
Марамыгин М. С., Балин С. Е. Риск и его место в банковской деятельности.	34
Мезенин Н. А., Верзакова А. В. Особенности бухгалтерского учета в религиозных организациях.	40
Таипов Т. Н., Гусманов И. У. Экономические интересы владельцев транспортных средств при ОСАГО	44
ЧЕЛОВЕК И ОБЩЕСТВО	
Сурнина Н. М., Смирных С. Н., Орехова С. В. Управление человеческим капиталом вуза: механизмы и стратегии (на примере ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»)	48
Межевикина Е. А. Гражданское образование в контексте процессов модернизации	57
РЕГИОНАЛЬНАЯ И МУНИЦИПАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА	
Власова Е. Я., Ведерникова Е. Н. Концепция целевых комплексных программ крупных городов: резервы эффективности	63
Пешина Э. В., Рыженков А. В. Формирование миссии и стратегической цели развития муниципального образования	71
ПРИКЛАДНАЯ ЭКОНОМИКА	
Мерко А. И. Ценностные ориентиры бизнеса в рыночной экономике	78
Морозов Г. Б., Фролов А. С. О дефинитивных пробелах в экономико-правовой сущности малого предпринимательства в России	83
Зуева О. Н., Вдовин С. С. Современное состояние логистического сервиса в сфере обращения и эксплуатации легковых автотранспортных средств	89
Иванова Н. В., Игнатьева М. Н. Кондиции как инструмент госрегулирования недропользования	96
Попов Е. В., Балакирев С. В. Ассортиментная матрица – основа для формирования ассортиментной политики	101
Фёдоров М. В., Илларионова Н. А. Определение границ корпоративной социальной ответственности компаний	111
МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА	
Капустина Л. М., Журавлева А. Ю., Фельдман Е. М. Маркетинговая концепция управления продажами товаров длительного пользования.	117
Сучков В. А., Грицова О. А. Мониторинг мнений потребителей о качестве образования как инструмент принятия решений при проектировании учебного процесса в вузе	123
Тимохина Г. С., Шапошников В. А. Поведение женщины-потребителя на рынке легковых автомобилей	127
ФИЛОСОФИЯ И СОЦИОЛОГИЯ	
Червонный В. П. Модернизация общества и свобода личности	134
Касабеков С. А. О некоторых аспектах становления правового государства.	140
ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА	
Майданик В. И., Савельева И. Н. Формирование государственно-частного партнерства в инновационной сфере.	144

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Леонтьев М. С., Овсянников Ю. А. Исследование востребованности экологически чистых продуктов питания на потребительском рынке Екатеринбурга	152
--	-----

В ЛАБОРАТОРИИ УЧЕНОГО

Ошкордин О. В., Лаврова Л. Ю., Усов Г. А. Использование органических полимеров в технологических процессах пищевых производств.	158
Пищиков Г. Б., Шанчуров С. М. Кинетика коагуляции биологических клеток и роль процесса в технологии производства пищевых продуктов	165

ДИСКУССИОННАЯ ТРИБУНА

Давыдович А. Р. Определение перспективной потребности предприятий общественного питания санаторно-курортного комплекса в профессиональных кадрах	170
Review of the Issue No. 4 (30)	174
Contents	188
Требования к материалам, представляемым в журнал	190

КОРОЛЁВ Евгений Алексеевич

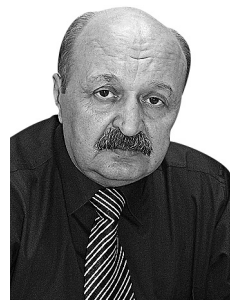
Доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента

Уральский государственный экономический университет

620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45

Контактный телефон: (343) 221-27-53

e-mail: ea-korolev@mail.ru



«Каскадная» модель информационных процессов в системе управления

Ключевые слова: системы управления; моделирование; информация; информационные потоки; сообщения; уровень управленческой иерархии.

Аннотация. На основе обобщения теории и практики управленческой деятельности в системах социальной природы рассматриваются вопросы моделирования информационных потоков в системах управления. Предложена модель многоэтапной обработки информации, построенная с использованием математического аппарата теории обогатительных каскадов. Показаны возможности ее практического применения.

Процесс управления – это движение информации по замкнутому контуру, охватывающему все уровни управленческой иерархии. Информация – единственное «сырье», единственный предмет и единственный продукт управленческой деятельности. Эффективность управления, как показал В. А. Трапезников, также определяется количеством и качеством вводимой в систему управляющей информации [1], поэтому вполне естественно строить модели систем и процессов управления как информационные модели с использованием положений термодинамики информационных процессов [2; 3]. В предлагаемой статье рассматривается один из возможных подходов к моделированию информационных процессов в системах управления.

Основной метод моделирования сложных явлений и процессов – уподобление потока данных о динамике исследуемого объекта движению потока жидкости и представление параметров динамики объекта как гидродинамических характеристик потока. В системах управления мы имеем поток сообщений, содержащих необходимые для управления данные. Эти сообщения будем рассматривать в качестве элементов потока. Число сообщений, поступающих в систему управления или на какой-либо ее уровень в единицу времени, будем интерпретировать как интенсивность потока Λ .

Но сообщения никогда не бывают полностью информативными: почти всегда в них содержатся сведения, не представляющие интереса для решения данной конкретной задачи (хотя сами по себе они могут быть и весьма интересными); нередко имеются целые блоки, не несущие никакой информационной нагрузки. Все это мы будем рассматривать как информационный шум. Сумма информации и информационного шума в одном сообщении есть полная энтропия сообщения H . Отношение информации I к полной энтропии сообщения будем рассматривать как концентрацию информации в одном сообщении c . Следовательно, для некоторого i -го сообщения концентрация информации равна

$$c_i = \frac{I_i}{H_i}. \quad (1)$$

Так же будем определять концентрацию информации для любого числа сообщений, поступивших в систему в единицу времени или относящихся к какому-либо объекту.

Уточним последний момент. Как правило, процесс управления цикличен: он идет от решения одной проблемы к решению другой, от упорядочения одного объекта к упорядочению другого объекта, хотя в реальности эти циклы накладываются один на другой, поскольку решение тех или иных проблем нередко идет параллельно. Поэтому общее количество информации в цикле в дальнейшем анализе мы будем относить к одному объекту¹.

Напомним, что в соответствии с предложенным А. Н. Колмогоровым алгоритмическим подходом к измерению информации [4. С. 24–29] количеством информации о данном объекте называется число двоичных единиц информации, которое необходимо для его полного описания или воссоздания. Пусть общий объем информации, который полностью описывает объект, составит I двоичных единиц. Эта информация может быть рассредоточена по некоторому числу сообщений s , относящихся к данному объекту. Кроме того, каждое сообщение содержит информационные шумы. В сумме информация и шумы равняются полной энтропии сообщения H . Тогда применительно к объекту формула (1) преобразуется к виду

$$c = \frac{\sum_{i=1}^s I_i}{\sum_{i=1}^s H_i}, \quad (2)$$

где I_i , H_i – информация и энтропия i -го сообщения соответственно.

В системах управления, имеющих, как правило, большее или меньшее число уровней иерархии, преобразование входящей информации о состоянии управляемого объекта в поток управленческих решений, а затем – в поток воздействий на управляемую подсистему, есть сложный многоэтапный процесс. В ходе этого процесса необходимая для принятия решений информация выделяется из общего потока и концентрируется. Идет движение сообщений по уровням управленческой иерархии с повышением концентрации информации в пересчете на одно сообщение при одновременном снижении интенсивности потока самих сообщений. Задача анализа – повысить концентрацию информации до того уровня, когда становится возможным принять управленческое решение относительно данного объекта или данной проблемы.

Есть множество методов решения этой задачи. Известно, например, что даже простая первичная группировка данных резко повышает концентрацию информации. Еще большую концентрацию материала обеспечивает его табличное представление. Дальнейшая обработка данных приводит к выявлению тенденций, эмпирических закономерностей и т. д. К примеру, любой закон природы, представленный в формализованном виде, есть обобщение колоссального объема эмпирического материала, который в формуле «сжат» до предела. То же самое происходит и в ходе движения информации по уровням управленческой иерархии.

«Сжатие», обобщение информации осуществляется одним человеком, группой людей или подразделением в системе управления, которые анализируют информационные потоки. В дальнейшем в качестве первичного элемента системы обогащения информации будем рассматривать одного человека.

Поскольку концентрация информации идет на всех уровнях управленческой иерархии, для обеспечения непрерывности этого процесса элементы соединяются в единую «технологическую цепь», подобную схеме каскада, применяемого для разделения многокомпонентных смесей (например, изотопов урана или других элементов)

¹ Под объектом мы понимаем как материальные, так и идеальные образования, которые мы упорядочиваем в процессе управления.

и получения продукта, обогащенного нужным компонентом (к примеру, изотопом урана U^{235}).

Теория таких каскадов достаточно полно разработана (см., например, [5; 6; 7]). Это позволяет использовать схему разделительного каскада в качестве модели для исследования наиболее общих вопросов динамики информационных потоков.

В данной модели движение сообщений по уровням иерархии интерпретируется как движение двухкомпонентной смеси (информации и шума). Задача «каскада» – максимальное извлечение полезного компонента – информации.

Первичный процесс обогащения (на уровне элемента) осуществляется следующим образом (рис. 1).

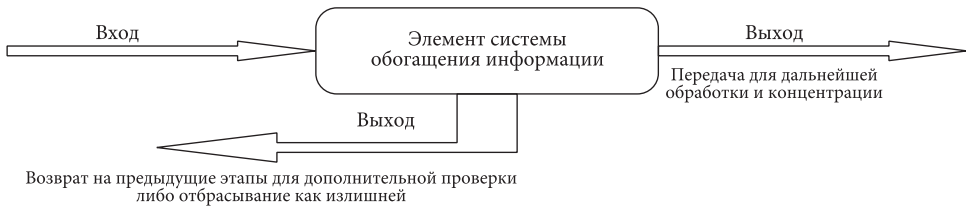


Рис. 1. Элемент системы обогащения информации

На вход элемента поступает поток первичной информации, который делится на две части: часть сведений концентрируется, обобщается и передается далее по уровням управленческой иерархии; другая часть сведений оказывается либо 1) излишней для решения конкретной задачи (отбрасывается как шум), либо 2) недостаточной и требующей уточнения, пополнения. Эта часть сведений возвращается отправителю (на предыдущий уровень) для доработки, уточнения, сбора дополнительных данных и т. п.

В результате каждый элемент системы имеет дело с тремя информационными потоками: одним входящим и двумя исходящими. Элементы или их группы соединяются следующим образом: поток обогащенных информацией сообщений подается на вход последующего элемента цепи, а другая часть сведений либо отбрасывается, либо подается на вход предыдущего элемента. В первом случае получаем «прямоточную» схему обогащения информации (рис. 2).

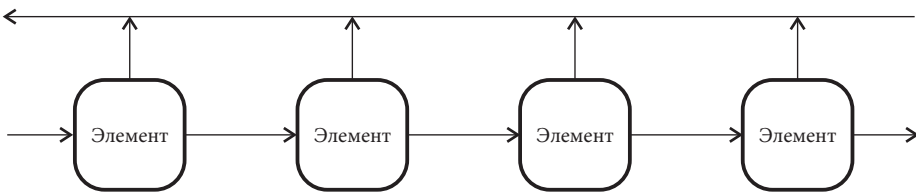


Рис. 2. Схема прямоточного каскада обогащения информации

Во втором случае имеем «противоточную» схему движения информации (рис. 3).

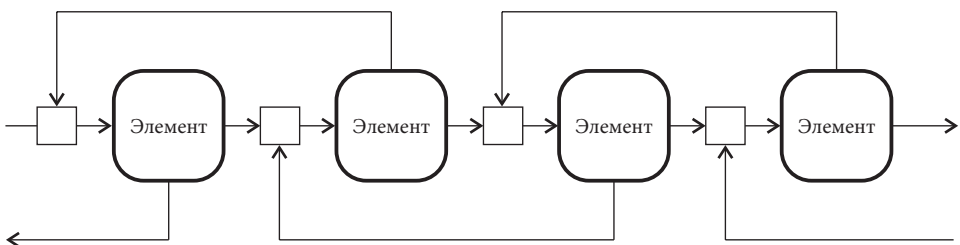


Рис. 3. Противоточная схема обогащения информационных потоков

По второй схеме прохождение информации по этапам представляет собой не прямолинейное движение, при котором этапы имеют жестко обозначенные границы: здесь налицо своеобразный процесс «возвратно-поступательного» движения, при котором происходит постоянный возврат к предыдущим этапам.

В случае значительных по интенсивности информационных потоков элементы обогащения информации объединяются в блоки, в которых элементы работают параллельно. Поскольку в дальнейшем мы будем использовать модель противоточной схемы, как более совершенную, рассмотрим ее детальнее, и пока безотносительно к вопросам информационной работы.

Пусть имеется противоточный каскад, предназначенный для разделения двухкомпонентной смеси, например двух изотопов одного и того же элемента (рис. 4).

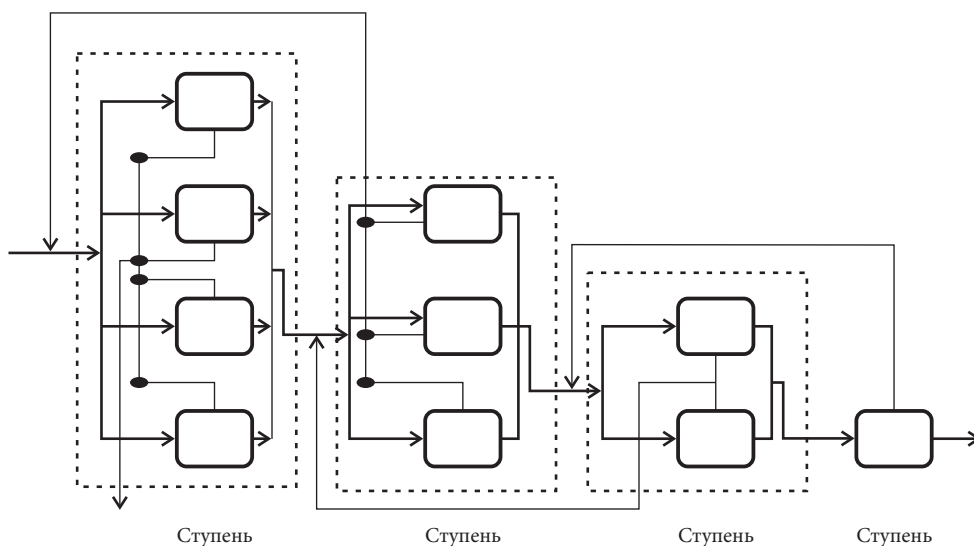


Рис. 4. Схема противоточного каскада

Различают три основные составляющие каскада: элемент, ступень, каскад в целом. Под *элементом*, как уже говорилось, понимается единая, целостная подсистема, в которой осуществляется первичный процесс обогащения (в нашем случае – человек). Под термином *«ступень»* будем понимать группу параллельно работающих элементов. Если работа данного этапа обеспечивается одним элементом – термины «элемент» и «ступень» равнозначны. Для определения ступеней разных типов используется понятие *«ширина ступени»*, под которым в нашем случае понимается количество параллельно работающих элементов. Последовательность соединенных, как показано на рис. 3 и 4, ступеней есть *каскад*.

На рис. 4 показана только часть каскада, так называемая «секция обогащения». Но нередко к каскаду достраивается еще одна часть, так называемая «секция извлечения» (рис. 5).

Эта секция необходима в том случае, когда обедненная часть смеси также представляет значительную ценность. Поэтому процесс извлечения нужного компонента продолжается и далее, до тех пор, пока это остается экономически целесообразным.

Ступень работает так же, как и отдельный элемент. На ее вход подается поток смеси интенсивностью Λ (*поток питания*, или «питание») с концентрацией извлекаемого изотопа, равной c . Проходя через ступень, этот поток делится на две части: обогащенный поток (*«отбор»*) интенсивностью Λ^+ с повышенной концентрацией нужного

изотопа до величины c^+ и обедненный поток («отвал») интенсивностью Λ^- с пониженной концентрацией нужного изотопа до величины c^- .

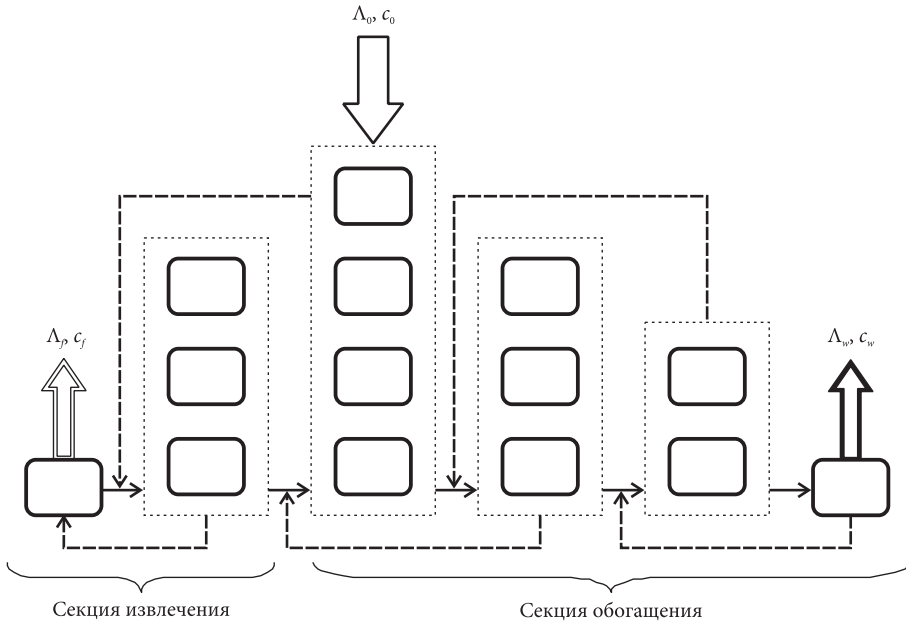


Рис. 5. Противоточный каскад, имеющий секцию извлечения¹

Для упрощения математических вычислений и формул вводится понятие относительной концентрации потоков:

$$\text{«питания»: } \xi = \frac{c}{1-c}; \quad \text{«отбора»: } \xi^+ = \frac{c^+}{1-c^+}; \quad \text{«отвала»: } \xi^- = \frac{c^-}{1-c^-}. \quad (3)$$

Для каждой ступени можно составить уравнения баланса:

$$\Lambda = \Lambda^+ + \Lambda^-; \quad (4)$$

$$\Lambda c = \Lambda^+ c^+ + \Lambda^- c^-. \quad (5)$$

Уравнение (4) показывает баланс по обоим изотопам (или соотношение потоков в ступени), уравнение (5) баланс по извлекаемому изотопу.

Поскольку два линейных уравнения (4) и (5) содержат шесть переменных, для их решения четыре неизвестных должны быть заданы. Предположим, что мы знаем изначально или можем вычислить концентрации потоков питания, отбора и отвала, а также интенсивность потока отбора. Тогда:

Интенсивность потока питания:

$$\Lambda = \Lambda^+ \cdot \frac{c^+ - c^-}{c - c^-}; \quad (6)$$

интенсивность потока отвала:

$$\Lambda^- = \Lambda^+ \cdot \frac{c^+ - c}{c - c^-}.$$

¹ Для простоты внутренняя структура ступеней на рисунке не показана.

Степень разделения, достигаемая в одной ступени, называется коэффициентом разделения ступени или просто коэффициентом разделения α , который определяется как частное от деления относительных концентраций отбора и отвала:

$$\alpha = \frac{\xi^+}{\xi^-} = \frac{c^+(1-c^-)}{c^-(1-c^+)}. \quad (7)$$

Этот параметр есть не что иное, как термодинамический коэффициент разделения.

Другой мерой степени разделения, создаваемой ступенью, является эффективный коэффициент разделения β . Этот коэффициент определяется как отношение относительных концентраций отбора и питания:

$$\beta = \frac{\xi^+}{\xi} = \frac{c^+ / 1 - c^+}{c / 1 - c} = \frac{c^+(1-c)}{c(1-c^+)}. \quad (8)$$

Ясно, что $1 < \beta < \alpha$.

Рассмотрим работу каскада в целом.

Так же как и отдельная ступень, каскад разделяет первичный поток (поток «питания») с параметрами Λ_0, c_0 на два потока: поток продукта («отбора») интенсивностью Λ_w с концентрацией отбираемого изотопа c_w и поток интенсивностью Λ_f с пониженной до уровня c_f концентрацией отбираемого изотопа (поток «отвала»). Эти шесть величин называются внешними переменными. Питание каждой ступени состоит из обогащенного потока предыдущей ступени и «отвала» последующей. Ступени нумеруются последовательно от 1 (в отвальном конце каскада) до n в точке выпуска продукта (отбора). Параметры каскада находятся из уравнений баланса:

$$\Lambda_0 = \Lambda_w + \Lambda_f; \quad (9)$$

$$\Lambda_0 c_0 = \Lambda_w c_w + \Lambda_f c_f.$$

Уравнения величин потоков питания и отвала находятся аналогично (6)¹:

$$\Lambda_0 = \Lambda_w \frac{c_w - c_f}{c_0 - c_f}; \quad (10)$$

$$\Lambda_f = \Lambda_w \frac{c_w - c_0}{c_0 - c_f}. \quad (11)$$

Эти параметры носят название внешних. Внутренними параметрами, полностью определяющими каскад, являются: поток и концентрация питающей смеси, обогащенной и обедненной фракций каждой ступени, общее число ступеней в каскаде и в каждой из его секций. Современная теория каскадов позволяет увязать эти переменные и выразить внутренние параметры через внешние как функции уравнений ступени.

Дадим без вывода несколько необходимых для дальнейшего изложения зависимостей:

1) минимальное количество ступеней в каскаде данного типа при заданных концентрациях питания, отбора и отвала:

$$n = \frac{1}{\ln \beta} \cdot \ln \frac{c_w(1-c_f)}{(1-c_w) \cdot c_f} - 1. \quad (12)$$

¹ Концентрация нужного изотопа в потоке питания известна; интенсивность потока отбора и концентрация извлекаемого изотопа задаются; концентрация нужного изотопа в потоке отвала определяется анализом экономической целесообразности.

Отношение относительных концентраций, входящее в уравнение (12), называется общей степенью разделения каскада:

$$q = \frac{c_w(1-c_f)}{(1-c_w) \cdot c_f}; \quad (13)$$

2) количество ступеней в секции извлечения:

$$n_f = \frac{1}{\ln \beta} \cdot \ln \frac{c_0(1-c_f)}{(1-c_0) \cdot c_f} - 1; \quad (14)$$

3) количество ступеней в секции обогащения:

$$n_w = n - n_f = \frac{1}{\ln \beta} \cdot \ln \frac{c_w(1-c_0)}{c_0(1-c_w)}, \quad (15)$$

4) эффективный коэффициент разделения как функция от числа ступеней в каскаде:

$$\beta = \sqrt[n_w]{\frac{c_w \cdot (1-c_0)}{c_0 \cdot (1-c_w)}}. \quad (16)$$

Эта зависимость (как показано в дальнейшем) весьма существенна при использовании модели каскада в исследовании систем управления.

Существует довольно много типов каскадов, но для моделирования информационных процессов наибольший интерес представляет так называемый *идеальный каскад*, который отличается от всех прочих следующими свойствами:

1) эффективный коэффициент разделения β в идеальном каскаде одинаков для всех ступеней;

2) питающие данную ступень обогащенный продукт из предыдущей ступени и отходы (отвал) последующей ступени имеют одинаковый состав. Следовательно, условием эффективной работы каскада является равенство относительных концентраций обогащенного потока предыдущей ступени, «питания» рассматриваемой и «отвала» последующей:

$$\xi_{(i-1)}^+ = \xi_i = \xi_{(i+1)}^-; \quad (17)$$

3) термодинамический и эффективный коэффициенты разделения ступеней идеального каскада соотносятся как:

$$\alpha = \beta^2; \quad (18)$$

4) относительные концентрации потоков для i -й ступени определяются из выражений:

$$\text{отбора: } \xi_i^+ = \beta^i \xi_0; \text{ питания: } \xi_i = \beta^{i-1} \xi_0; \text{ отвала: } \xi_i^- = \beta^{i-2} \xi_0, \quad (19)$$

где ξ_0 – относительная концентрация потока питания каскада, т. е. потока на входе в первую ступень;

5) поток на входе в i -ю ступень находится из уравнения баланса для внутренних переменных ступени:

$$\Lambda_i = \Lambda_w \cdot \frac{(\beta+1)}{(\beta-1)} \cdot \frac{(c_w - c_i)}{(1-c_i)} \cdot \frac{1}{c_i}. \quad (20)$$

Преобразуем уравнение (20), вызвав значения концентраций на входе в ступени через относительные концентрации. С учетом уравнения (19) получаем:

$$\Lambda_i = \Lambda_w \cdot \frac{\beta + 1}{\beta - 1} \cdot \frac{1}{1 + \beta^n \xi_0} \cdot (1 + \beta^{i-1} \xi_0) \cdot (\beta^{n-i+1} - 1); \quad (21)$$

6) поток обогащенного продукта на выходе i -й ступени секции обогащения находится из выражения:

$$\Lambda_i^+ = 1 + \Lambda_w \cdot \frac{1}{\beta - 1} \cdot [c_w \cdot (1 - \beta^{i-n}) + (1 - c_w) \cdot \beta \cdot (\beta^{n-i} - 1)]; \quad (22)$$

7) поток обогащенного продукта на j -й ступени секции извлечения получаем из выражения:

$$\Lambda_j^+ = \Lambda_f \cdot \frac{1}{\beta - 1} \cdot [c_f \cdot \beta \cdot (\beta^j - 1) + (1 - c_f) \cdot (1 - \beta^{-j})]; \quad (23)$$

8) полный (суммарный) внутренний поток в каскаде определяется путем суммирования потоков между ступенями. После преобразования получаем выражение:

$$\Lambda_\Sigma = \frac{\beta + 1}{(\beta - 1) \cdot \ln \beta} \left[\Lambda_f \cdot (2c_f - 1) \cdot \ln \frac{c_f}{1 - c_f} + \Lambda_w \cdot (2c_w - 1) \cdot \ln \frac{c_w}{1 - c_w} - \Lambda_0 \cdot (2c_0 - 1) \cdot \ln \frac{c_0}{1 - c_0} \right]. \quad (24)$$

Уравнение (24) показывает, что полный внутренний поток в каскаде является произведением двух множителей. Первый из них, зависящий только от эффективного коэффициента разделения, представляет собой меру легкости или трудности разделения. Он велик, если эффективный коэффициент разделения близок к единице, и мал, если β значительно отличается от единицы. Второй множитель зависит только от концентраций и значений потоков питания отбора и отвала. Этот множитель является мерой работы разделения и пропорционален производительности каскада в целом. Он велик, если концентрации отбора и отвала существенно отличаются от концентрации питания, и мал, если эти концентрации примерно равны. Этот множитель получил в теории каскадов название разделительной мощности. Он равен сумме трех членов, каждый из которых представляет собой произведение потока на функцию соответствующей концентрации. Входящие в каскад потоки считаются отрицательными, выходящие – положительными.

Таким образом, мы получили все основные уравнения, необходимые для построения математической модели каскада обогащения информации.

Покажем возможности использования описанной схемы для моделирования системы управления.

Источником информации в системе управления является управляемый объект, который мы можем рассматривать как источник потока питания каскада. Систему управления вполне резонно представить как секцию обогащения каскада. Но поскольку эффективность всякого управления зависит от полноты информации об управляемом объекте, или, другими словами, от глубины анализа имеющихся сведений, в системах управления требуется некий аналог секции извлечения разделительного каскада. Таким аналогом могут являться информационно-аналитические подразделения структур управления, обеспечивающие максимально возможную в данных условиях глубину извлечения информации из сообщений потока.

Требуемая концентрация информации на выходе каскада (концентрация продукта) может быть задана. Концентрация на входе системы (концентрация «питания») определяется имеющимися возможностями по получению информации, вследствие чего она, как правило, известна.

Концентрация потока отвала задается исходя из оценки трудоемкости извлечения информации из сообщений с помощью имеющегося инструментария и используемых технологий¹.

Основная задача анализа состоит в том, чтобы, зная потребности на выходе, определить мощность входного потока сообщений в данных конкретных условиях, а на основании анализа внутренних потоков получить исходные величины их параметров для оптимизации всей системы.

Для расчетов будем использовать модель двухсекционного каскада, имеющего как секцию извлечения, так и секцию обогащения. Но при этом будем иметь в виду следующее. Секция обогащения в нашей модели отображает этапы обработки информации, примерно соответствующие уровням управленческой иерархии. То есть ступень есть не что иное, как соответствующий уровень управления. Секция же извлечения не имеет столь четко выраженного «материального» воплощения: это просто этапы обработки информации в информационно-аналитических подразделениях, которые имеются в каждой структуре управления. Можно сказать, что ступени секции извлечения имеют виртуальный характер и потому, как видно из дальнейшего, их количество может и не быть целым числом. Но результаты работы этой секции вполне осязаемы – это те же потоки сообщений, обогащенные до концентрации потока питания.

Итак, допустим, что нам необходимо подготовить итоговый документ, содержащий обобщенную информацию, сконцентрированную до такой степени, что она охватывает до 90% всех имеющихся сведений по проблеме ($c_w = 0,9$). Концентрацию потока отвала примем постоянной и равной 0,001, т. е. 0,1%. Интенсивность потока отбора (продукта) примем равную 1 ($\Lambda_w = 1$). Остальные параметры будем рассчитывать для концентраций потока питания, равных: 0,5; 1,0; 5,0; 10,0% (соответственно $c_0 = 0,005; 0,01; 0,05; 0,1$).

Внешние параметры каскадов при заданных величинах потока питания и концентраций потоков питания, отбора и отвала приведены в табл. 1.

Таблица 1

Внешние параметры каскадов

c_0	q	Λ_0	Λ_1
0,005	8991	224,75	223,75
0,01	8991	99,89	98,89
0,05	8991	18,35	17,35
0,1	8991	9,08	8,08

В каскадах, предназначенных для разделения изотопов, число ступеней является производной от технических возможностей обогащения смесей нужным компонентом. Концентрированным выражением этого является эффективный коэффициент разделения β . Но в системах управления число уровней управленческой иерархии, а следовательно, и число ступеней в нашей модели, определяется не только и не столько сложностью обработки информации, сколько целым рядом других факторов, важнейшим из которых является диапазон контроля (норма управляемости). Поэтому число ступеней (уровней управления) является первичным параметром. Исходя из этого, величину эффективного коэффициента разделения будем определять как функцию от числа ступеней в соответствии с выражением (16).

¹ Напомним: «отвал каскада» в данном случае – это, во-первых, поток малоинформативных с точки зрения данной задачи сведений, которые могут быть без большого ущерба отброшены; во-вторых, некоторая часть полезной информации, которая по каким-либо причинам не могла или не может быть извлечена (аналог – слабо различимые на общем фоне явления, события, факты; слабо различимые состояния системы, если их различия незначительны, и т. д.).

Как показывают расчеты по формуле (16), при заданных начальных и конечных параметрах потока величина эффективного коэффициента разделения весьма существенно зависит от числа ступеней секции обогащения каскада (количества этапов обработки информации): добавление каждой новой ступени, особенно на первых этапах, ведет к резкому снижению этого параметра (рис. 6).

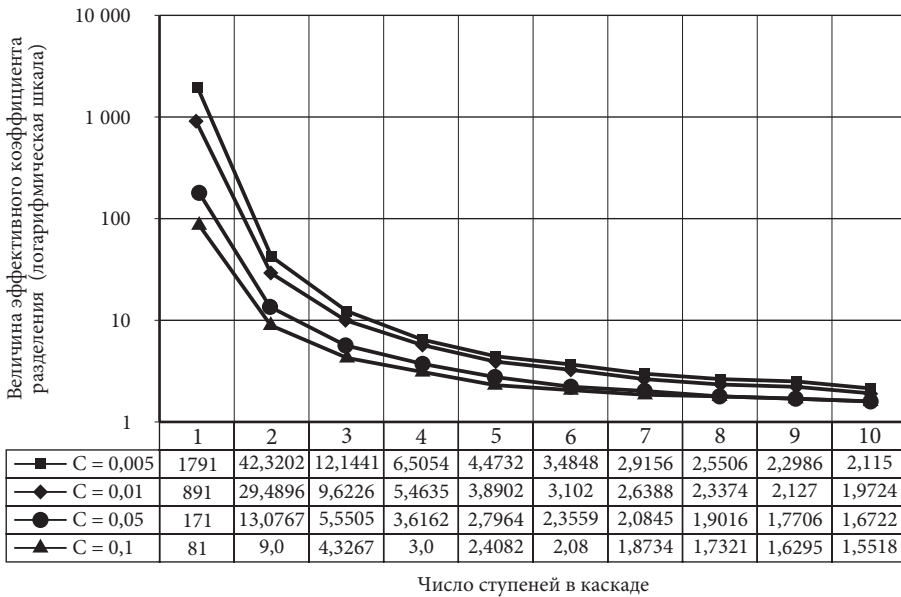


Рис. 6. Динамика величины эффективного коэффициента разделения в зависимости от числа ступеней в каскаде

Существенно меняется и интенсивность потоков питания (табл. 2).

Таблица 2

Интенсивность потоков питания для различного числа ступеней в секции обогащения при $c_0 = 0,005$

Число ступеней	β	Номер ступени									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1791	180,10									
2	42,3202	189,27	5								
3	12,1441	212,19	18,33	2,29							
4	6,5054	245,26	38,62	6,83	1,79						
5	4,4732	283,5	64,35	15,35	4,34	1,65					
6	3,4848	324,7	94,29	28,05	9,04	3,50	1,61				
7	2,9156	367,73	127,2	44,69	16,38	6,63	3,16	1,6			
8	2,5506	411,95	162,62	64,87	26,53	11,47	5,51	3,00	1,61		
9	2,2986	457,07	199,96	88,13	39,48	18,29	9,04	4,93	2,94	1,62	
10	2,1150	502,60	238,81	114,09	55,11	27,21	14,00	7,7	4,61	2,92	1,64

С ростом числа ступеней и, как следствие, снижением эффективного коэффициента обогащения резко возрастает внутренний суммарный поток, что вполне объяснимо. Поскольку второй множитель в уравнении (24) величина постоянная, динамика суммарного внутреннего потока каскада определяется первым множителем, зависящим

только от величины эффективного коэффициента разделения: чем ближе этот коэффициент к единице, тем множитель больше (табл. 3).

Таблица 3

Суммарный внутренний поток в каскадах с различным числом ступеней при концентрации питания, равной 0,5%

Число ступеней		β	Λ_0	Λ_f	Λ_w	Λ_z
в секции извлечения	в секции обогащения					
0,7846	1	1791	224,75	223,75	1	48,95
0,5692	2	42,3202	224,75	223,75	1	102,53
0,3538	3	12,1441	224,75	223,75	1	173,02
0,1384	4	6,5054	224,75	223,75	1	266,65
0,07699	5	4,4732	224,75	223,75	1	385,29
0,2924	6	3,4848	224,75	223,75	1	529,55
0,5078	7	2,9156	224,75	223,75	1	699,67
0,7232	8	2,5506	224,75	223,75	1	895,75
0,9385	9	2,2986	224,75	223,75	1	1117,86
1,154	10	2,1150	224,75	223,75	1	1366,1

Таким образом, при одной и той же величине внешних параметров каскада суммарная интенсивность межступенчатых потоков резко возрастает с ростом количества ступеней (числа уровней управления). Интерпретируя внутренний суммарный поток как внутренний документооборот системы управления, можно сделать вывод, что с ростом числа уровней управления внутренний документооборот объективно возрастает и на определенном этапе (в нашем случае уже между третьим и четвертым уровнями системы управления) превышает по своей величине интенсивность внешних (входящего и исходящих) потоков (рис. 7).

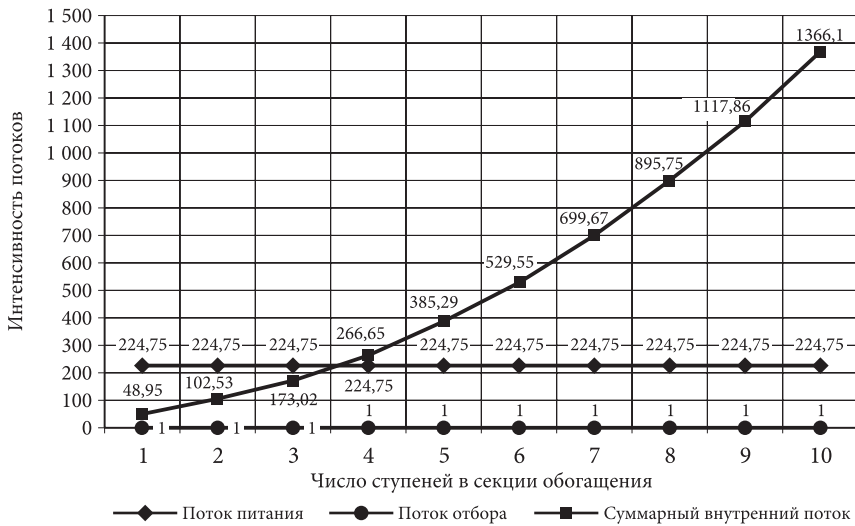


Рис. 7. Динамика суммарного внутреннего потока в зависимости от числа ступеней в секции обогащения

Рассмотрим динамику потока при различных начальных условиях (различных концентрациях питания) (табл. 4).

Таблица 4

Динамика внутренних потоков в зависимости от концентрации потоков питания

Концентрация потока питания	Номера ступеней									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,005	502,60	238,81	114,09	55,11	27,21	14,00	7,7	4,61	2,92	1,64
0,01	274,83	140,54	72,45	37,92	20,4	11,48	6,89	4,43	2,93	1,65
0,05	71,17	46,00	27,44	17,63	11,71	8,11	5,83	4,27	3,01	1,71
0,1	41,11	27,76	19,13	13,53	9,86	7,40	5,66	4,31	3,08	1,74

Поскольку интенсивность определяется количеством сообщений, эти величины для наглядности целесообразно округлить до целых чисел (рис. 8).

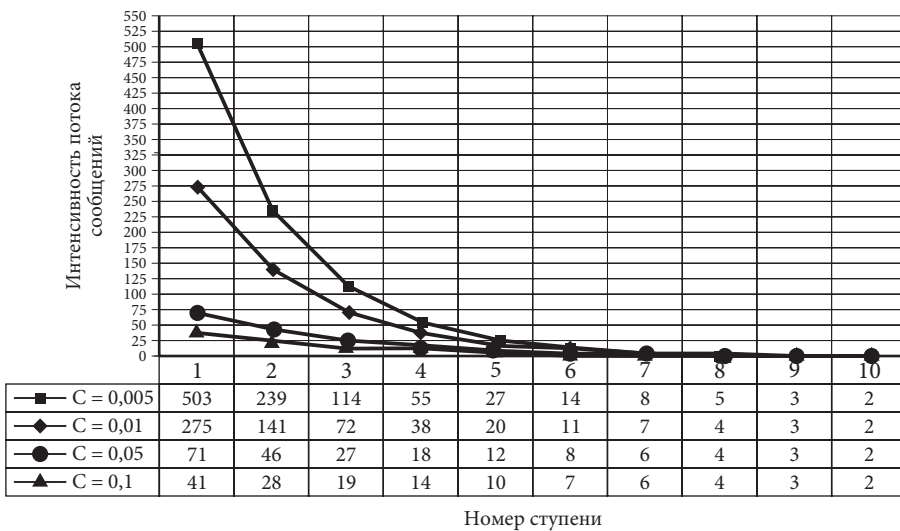


Рис. 8. Динамика внутренних потоков при различных концентрациях питания

Анализ данных табл. 4 и рис. 8 показывает, что начальные условия, в частности концентрация потока питания, играют заметную роль только на начальных этапах управленческого цикла. Уже на 5–6-й ступенях интенсивность входящих потоков начинает нивелироваться, и на последующих этапах управленческого цикла начальные условия процесса практически не сказываются на дальнейшем его протекании.

Рассмотрим динамику процесса в координатах внутреннего времени. Для этого в уравнении (21) номер ступени i в показателе степени при β заменим следующим образом. Пусть весь период обогащения (период подготовки одного обобщенного материала по данному объекту) составит T_0 . За этот период информация проходит n ступеней.

Следовательно, если выразить время в долях полного периода ($\tau = \frac{1}{n}$), т. е. в собственном времени процесса, то сообщение пройдет одну ступень за время $t = n\tau$. Но поскольку выражение (21) дает концентрации на выходе ступени, тогда как нас интересуют потоки на ее входе, сместим точку отсчета ступеней влево на единицу.

Следовательно,

$$i = 1 + n\tau. \tag{25}$$

Тогда формула (21) преобразуется в

$$\Lambda(\tau) = \Lambda_w \cdot \frac{\beta + 1}{\beta - 1} \cdot \frac{1}{1 + \beta^{\tau} \xi_0} \cdot (1 + \beta^{\tau} \xi_0) \cdot (\beta^{n(1-\tau)} - 1). \quad (26)$$

Динамика процесса в координатах «собственного» времени для $c_0 = 0,005$ представлена на рис. 9.

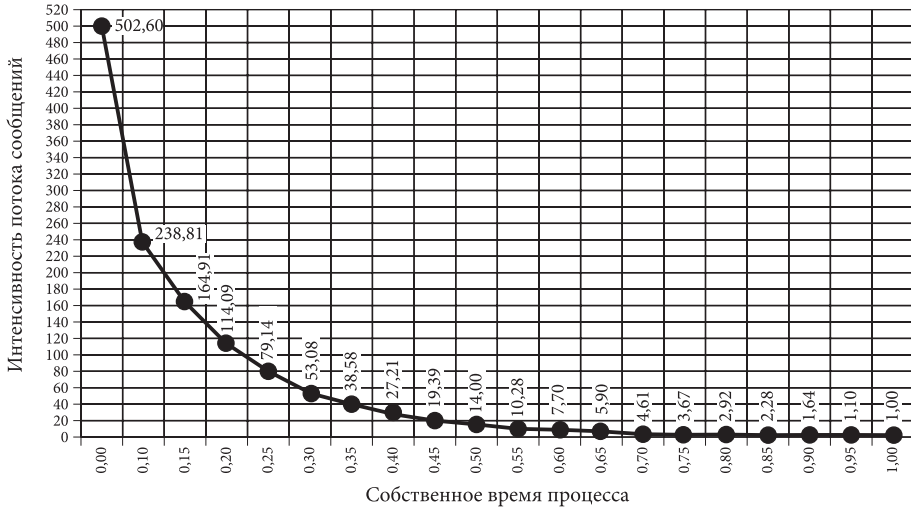


Рис. 9. Динамика потока сообщений в координатах собственного времени процесса

Диаграмма дает наглядное представление о том, как растет трудоемкость обработки информации по мере продвижения ее по этапам анализа. Если на первом шаге, составляющем только 0,1 от общих временных затрат, поток сообщений сокращается более чем в два раза, то по мере дальнейшего продвижения по этапам обработки информации интенсивность потока существенно снижается. В результате за первую половину периода обрабатывается примерно 97% первичного потока сообщений; оставшиеся 50% времени затрачиваются на обработку только 3% потока первоначальной величины. При других исходных данных соотношения, конечно, будут иными, но общая тенденция сохраняется.

Достаточно интересный материал дает рассмотрение последовательности и продолжительности этапов в масштабах собственного времени процесса.

Продолжительность каждого этапа в масштабе собственного времени процесса определяется графически следующим образом (рис. 10).

Из точек кривой $\Lambda(\tau)$, соответствующих величинам потоков питания и отбора, восстанавливаем вертикальные прямые. Расстояние между этими прямыми соответствует длительности данного этапа. Начало этапа соответствует точке, обозначающей интенсивность потока питания; конец – точке, обозначающей интенсивность потока отбора ступени. На рис. 10 этапы показаны жирными отрезками; начало и конец каждого обозначены точками на концах отрезков.

В результате получаем весьма интересную картину: на всем протяжении процесса этапы практически нигде не следуют строго один за другим. Каждый последующий этап начинается еще до завершения предыдущего. То есть появляются определенные «интервалы перекрытия», когда обработка информации разными уровнями управленческой вертикали ведется параллельно. Это означает, что между уровнями управленческой иерархии в процессе обработки информации нет жесткого разграничения: в какие-то моменты они всегда работают совместно.

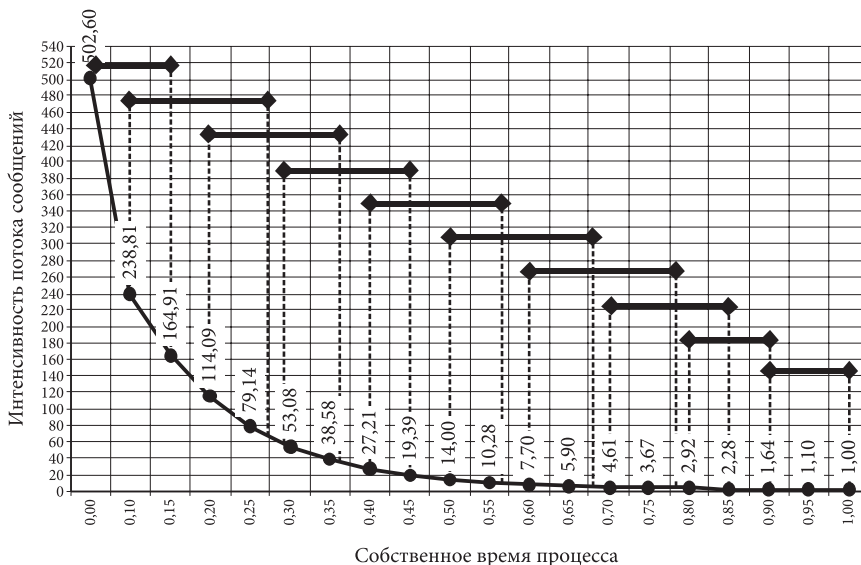


Рис. 10. Метод определения продолжительности этапов обогащения информации в координатах собственного времени процесса

Существенной проблемой конструирования систем управления является задача их вертикальной оптимизации. В большинстве случаев основой вертикальной структуризации систем управления и их последующей оптимизации служит построение дерева целей. Простейшим вариантом создания такой структуры является чисто формальный подход, когда первый руководитель имеет, например, шесть подчиненных, каждый из них, в свою очередь, тоже по шесть подчиненных и т. д.

Однако такое представление есть довольно грубое приближение к реальности. Дерево целей (как и прочие «деревья») предполагает неизменность целей и задач в процессе их достижения, неизменность будущих условий. Но реальные задачи, как правило, всегда трансформируются на протяжении всего периода поиска решения и его исполнения. В силу этого движение к цели предполагает не только переход от одной подцели к другой, но и возврат к уже пройденным стадиям. Это вновь возвращает нас к рассмотренной модели обогатительного каскада, где неперенным атрибутом является постоянный возврат к пройденным стадиям, двустороннее движение разделяемых компонентов с обогащением получаемого продукта и т. д.

Представим систему управления как разделительный каскад. Чтобы сделать аналогию полной, будем считать уровни управления «снизу – вверх», принимая за нулевой уровень объект управления, поставляющий первичный поток информации – поток питания (рис. 11).

Схема работает следующим образом. На вход системы поступает поток первичных сообщений о состоянии внешней среды мощностью Λ_0 и концентрацией c_0 . При движении вдоль каскада информация потока концентрируется так, как это было описано ранее.

В формализованном виде это выглядит следующим образом. Для каждой ступени величина $\Lambda_i c_i = \Lambda_i^+ c_i^+ + \Lambda_i^- c_i^-$ есть общий поток информации, поступающей на данный уровень управления. Величина $\Lambda_i^+ c_i^+$ – количество единиц информации, которой располагает данный уровень управления в данный момент.

Поток отвала Λ_f с концентрацией информации c_f интерпретируем так, как это было рассмотрено ранее.

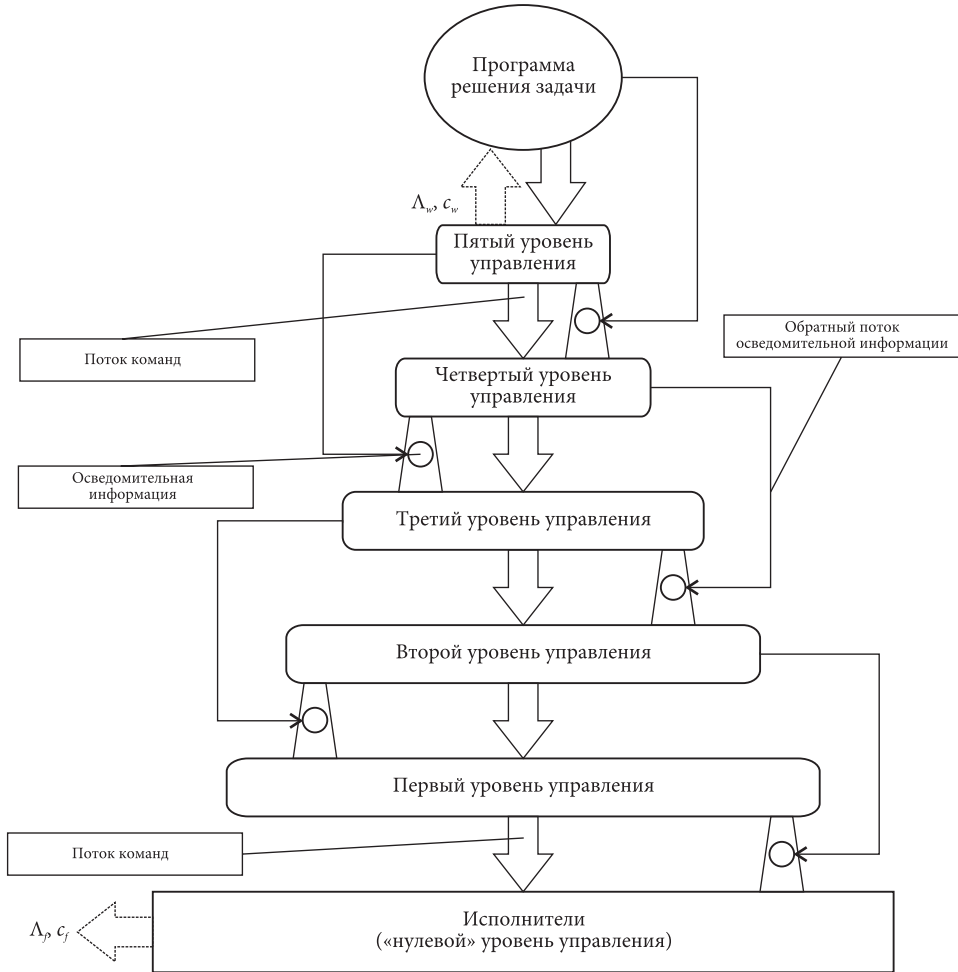


Рис. 11. Схема движения информации и команд в системе управления (нумерация ступеней ведется снизу вверх)

Будем считать для простоты, что при движении команды сверху вниз она детализируется в той же пропорции, в какой обогащается поток информации при движении ее снизу вверх. Полученное при этом на данной ступени количество сообщений Λ_i^+ , содержащих обогащенную информацию ($\Lambda_i^+ c_i^+$), численно равно количеству команд, отдаваемых этой ступенью нижнему уровню. То есть предполагаем, что имеющаяся на данном уровне информация полностью превращается в негэнтропию и интенсивность потока команд при полном преобразовании информации в команды $N_i = \Lambda_i^+$.

На рис. 12 показана динамика интенсивности потока питания и обогащенного потока (потока команд) для каскада, состоящего из 10 ступеней с внешними параметрами потоков $\Lambda_w = 1$; $c_0 = 0,005$; $c_w = 0,9$; $\beta = 2,1150$. Здесь же показана динамика концентрации обогащенного потока при движении сообщений вдоль каскада.

Согласно принятому нами допущению интенсивность обогащенного потока равна интенсивности потока команд. Динамика интенсивности этого потока в каскадах с различным числом ступеней приведена в табл. 5.

Предполагая, что одна команда передается одному исполнителю (руководителю низшего уровня) и, следовательно, их число равно числу руководителей, на основании

данных табл. 2 и 4 можно дать оценку степени управляемости системы при заданных условиях (табл. 6).

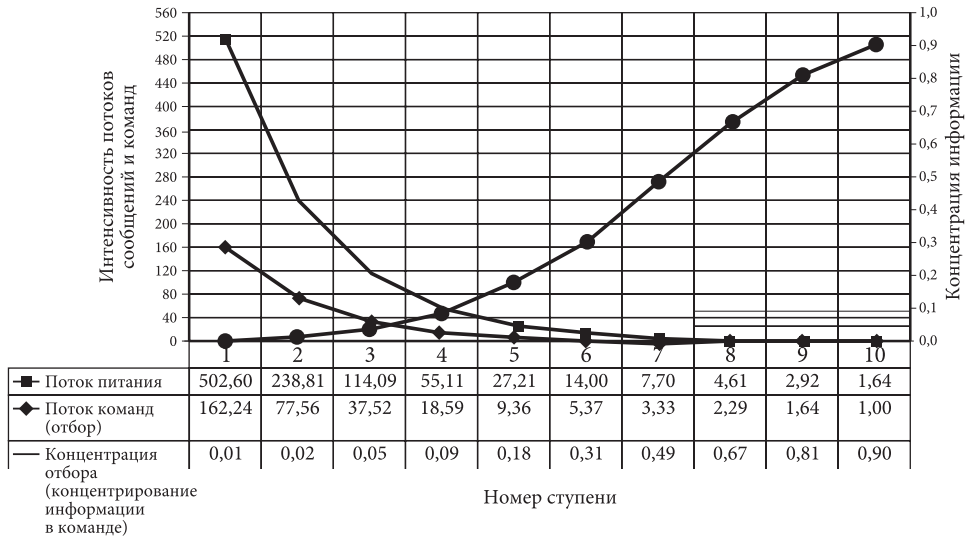


Рис. 12. Динамика интенсивности потоков команд в системе

Таблица 5

Интенсивность потоков команд в каскадах с различным числом ступеней

Число ступеней	β	Номер ступени									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1791	1									
2	42,3202	5,25	1								
3	12,1441	17,04	2,29	1							
4	6,5054	33,58	6,04	1,79	1						
5	4,4732	52,7	12,66	3,69	1,65	1					
6	3,4848	73,29	21,9	7,15	2,9	1,61	1				
7	2,9156	94,81	33,38	12,31	5,07	2,56	1,60	1			
8	2,5506	116,93	46,70	19,17	8,36	4,11	2,4	1,61	1		
9	2,2986	139,46	61,53	27,62	12,86	6,43	3,61	2,32	1,62	1	
10	2,1150	162,24	77,56	37,52	18,59	9,63	5,37	3,33	2,29	1,64	1

Это можно сделать, определив, как «размножаются» команды при движении от уровня к уровню. Соотношение числа команд двух соседних уровней показывает, сколько подчиненных имеет один руководитель более высокого уровня. Число исполнителей определяется на основании данных табл. 2 о величине потоков питания для каскадов с различным числом ступеней.

Из табл. 6 видно: чем меньше уровней управленческой иерархии имеет система, тем более загруженными в заданных условиях оказываются ее низшие звенья. Так, например, при одноуровневой системе управления руководитель имеет в своем подчинении примерно 180 чел., что «неподъемно» даже для самого выдающегося менеджера. При двухуровневой системе первое лицо имеет в своем подчинении более 5 чел., каждый из которых должен руководить 36 исполнителями. Но по мере увеличения числа уровней нагрузка на низовых руководителей снижается: уже при четырехуровневой системе

только «низовые» управленцы имеют в своем подчинении чуть более 7 чел.; все остальные – менее 6. При десяти уровнях управления лишь «низовые» руководители имеют чуть более 3 чел. в подчинении; все остальные – значительно меньше.

Таблица 6

Среднее число руководителей на уровнях иерархии

Число ступеней	Нулевой уровень (исполнители)	Номер ступени										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	180,1	1										
2	36,0	5,25	1									
3	12,45	7,44	2,29	1								
4	7,3	5,56	3,37	1,79	1							
5	5,38	4,16	3,43	2,24	1,65	1						
6	4,43	3,35	3,06	2,47	1,8	1,61	1					
7	3,88	2,84	2,71	2,43	1,98	1,6	1,60	1				
8	3,52	2,5	2,44	2,29	2,03	1,71	1,49	1,61	1			
9	3,28	2,27	2,23	2,15	2,0	1,78	1,56	1,43	1,62	1		
10	3,1	2,09	2,07	2,02	1,93	1,79	1,61	1,45	1,4	1,64	1	

Выводы

1. Анализ предлагаемой модели даже в самых общих предпосылках позволяет сделать вывод, что при заданных начальных и конечных параметрах потока сообщений и команд в системах управления важнейшим фактором является число уровней управленческой иерархии.

2. Влияние числа уровней на весь информационный процесс весьма неоднозначно.

С ростом числа уровней управленческой иерархии:

1) величина эффективного коэффициента разделения, который характеризует степень «сжатия» информации при прохождении ее через данный уровень управления, снижается. Тем самым до определенных пределов снижается общая трудоемкость обработки информации, повышается управляемость системы;

2) значительно возрастает интенсивность входящих потоков информации, что требует существенного наращивания возможностей информационных систем;

3) внутренний документооборот объективно возрастает и на определенном этапе (в нашем случае уже между третьим и четвертым уровнями системы управления) превышает по своей величине интенсивность внешних (входящего и исходящих) потоков.

3. Анализ модели показал, что для многоуровневых систем управления исходные параметры информационных потоков играют заметную роль только на начальных этапах управленческого цикла (примерно до 5-го уровня). На высших «этажах» управления их влияние практически отсутствует. По совокупности с предыдущими выводами это означает, что чем больше уровней иерархии в системе управления, тем более она начинает работать «сама на себя».

4. Трудоемкость обработки информации на всем протяжении процесса неравномерна и по мере продвижения по этапам управленческого цикла существенно возрастает.

5. На всем протяжении процесса обработки информации и выработки на этой основе управленческих решений этапы анализа информации практически нигде не следуют строго один за другим. Каждый последующий этап начинается еще до завершения предыдущего. То есть появляются определенные «интервалы перекрытия», когда обработка информации разными уровнями управленческой вертикали ведется параллельно. Это означает, что между уровнями управленческой иерархии в процессе обработки ими информации нет жесткого разграничения: чаще всего они работают совместно.

6. Анализ предлагаемой модели еще раз показал, что для всех систем управления существует оптимальное число уровней иерархии. Для рассмотренных в статье случаев оптимальными можно считать трех-пятиуровневые системы.

В заключение отметим следующее. Рассмотренная в статье модель, несмотря на кажущуюся громоздкость описывающих ее математических выражений, в действительности довольно проста. Для определения всех параметров вполне достаточно программируемого калькулятора для инженерных расчетов. В то же время использование рассмотренных подходов, как показывает личный опыт автора (в частности, этот подход был использован при анализе некоторых проблем организации работы правоохранительных органов и управления ею), может дать интересные практические результаты.

Источники

1. Трапезников В. А. Управление и научно-технический прогресс. М. : Наука, 1983.
2. Бриллюэн Л. Наука и теория информации. М. : Физматгиз, 1960.
3. Поплавский Р. П. Термодинамика информационных процессов. М. : Наука, 1981.
4. Колмогоров А. Н. Три подхода к определению понятия «количество информации» // Новое в жизни, науке, технике. Сер. «Математика, кибернетика». 1991. № 1.
5. Коэн К. Разделение изотопов // Научные и технические основы атомной энергетики / пер. с англ. под ред. К. Гудмена. М. : ГИИЛ, 1950. Т. 2.
6. Бенедикт М., Пигфорд Т. Химическая технология ядерных материалов : пер. с англ. М. : Атомиздат, 1960.
7. Обогащение урана : пер. с англ. / под ред. С. Виллани. М. : Энергоатомиздат, 1983.

КАЛЛАГОВ Борис Рамазанович

Кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита

Владикавказский институт управления
362025, РФ, г. Владикавказ, ул. Бородинская, 14
Контактный телефон: (8672) 95-46-85
e-mail: visit-den@mail.ru



ЦУЦИЕВА Мадина Валерьевна

Кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита

Владикавказский институт управления
362025, РФ, г. Владикавказ, ул. Бородинская, 14
Контактный телефон: (8672) 95-07-63

Современные российские госкорпорации: реалии становления и ценность перспективы

Ключевые слова: государственная корпорация; некоммерческая организация; акционерный капитал; частно-государственное партнерство; «рука государства»; дефицит ликвидности; инвестиции; кредитный рынок; рынок облигаций; фонд национального благосостояния.

Аннотация. Пятилетний опыт существования и практической деятельности российских государственных корпораций дал неоднозначные результаты. На наш взгляд, сложившееся состояние дел должно послужить сигналом к взвешенному и системному анализу проведенной практической работы хозяйствующими субъектами, пересмотру принципиальных позиций в вопросах управления, постановке целевых задач и усилению контроля за деятельностью госкорпораций.

Переход национальной экономики на рыночные основы потребовал серьезного теоретического переосмысления механизма функционирования государства в системе хозяйственных отношений. До начала 90-х годов прошлого столетия рыночные и плановые методы управления хозяйственной деятельностью противопоставлялись как взаимоисключающие. Изменения, происходящие в экономике России с начала 2000 г., показывают, что государство начало активизироваться и укреплять свои позиции в системе хозяйственных отношений. Задача государства на обозримую перспективу представлялась в создании эффективных рыночных механизмов управления сложноструктурированной хозяйственной деятельностью. Акцент был сделан на формирование крупных корпоративных организаций, способных принять на себя вышеозначенные функции, т. е. создание госкорпораций.

По настоящее время понятие «госкорпорация» не имеет четкого теоретического определения. Впервые данное понятие встречается в Федеральном законе «О некоммерческих организациях» от 1999 г. Государственной корпорацией «...признается не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная Российской Федерацией, создаваемая специальным Федеральным законом для решения конкретных отраслевых задач и подчиняющаяся напрямую Президенту РФ» [1].

Государственная корпорация – организационно-правовая форма некоммерческих организаций в России. Эта форма отличается как от ОАО с преобладающим

государственным участием, так и от государственных унитарных предприятий (ФГУП). В частности, на госкорпорации (ГК) не распространяется положение о раскрытии информации, обязательное для публичных ОАО, а также действие закона о банкротстве. В отличие от ФГУП госкорпорации выведены из под контроля ряда государственных органов.

Под госкорпорациями часто понимают все крупные государственные компании, из-за чего созданные новообразования теряются в общей массе. На практике этот термин корректно применять лишь к нескольким юридическим лицам, которые были созданы с помощью специальных законов, внесенных Президентом РФ.

В мировой практике подобные хозяйствующие субъекты в достаточной степени распространены и имеют определение «статутные корпорации» – для конкретной организации или предприятия пишется свой особый закон (статут). Как правило, аналогичные хозяйствующие субъекты «создаются в кризисных ситуациях, при нестабильной общей экономической ситуации в стране» [2]. Например, в США в 1933 г. была создана Федеральная корпорация по страхованию вкладов, а в Великобритании в 1946 г. для вывода энергетики страны из кризиса был создан Национальный совет по углю (крупнейшая в стране госкорпорация в прошлом столетии, которая, кстати, в 1994 г. была вновь приватизирована после реформы отрасли). Стоит также отметить и созданную в 1974 г. в Сингапуре государственную корпорацию – холдинг «Temasek», которому принадлежат основные доли в акционерном капитале национальных компаний, функционирующих в ряде отраслей.

В Японии государственное участие в экономических отношениях прошло весь жизненный цикл – от создания в первой половине 1950-х годов системы источников специального финансирования дорожных работ до приватизации в 2005 г. четырех государственных корпораций в связи с выполнением возложенной на них миссии.

По аналогичному пути пошли Южная Корея, Индонезия, Малайзия и некоторые другие страны. Надо признать, что японский подход, являясь частным случаем глобального решения крупных хозяйственных задач в странах с рыночной экономикой, далеко не безынтересен. Стержневым понятием здесь становится не «государственно-частное партнерство», а «государственная корпорация». По определению, ценность такой хозяйственной формы, как государственная корпорация, состоит в том, что в конкретном случае она выступает как «рука государства», умеряющая рыночную стихию в отдельных отраслях экономики, как активизирующее звено в цепи ресурсов гражданского общества и возможностей государства во имя экономического роста [3. С. 464]. Государственные корпорации в значительной мере разрешают известное противоречие между потребностью общества в государственных инвестициях и неспособностью государства быть эффективным инвестором.

При принятии решения о создании государственных корпораций в основу стратегии закладывалась актуальная задача развития промышленности на инновационной основе, в первую очередь машиностроительного и оборонно-промышленного комплексов, для удовлетворения внутреннего платежеспособного спроса на машиностроительную и востребованную наукоемкую и высокотехнологичную продукцию и расширения ее присутствия на внешних рынках.

В соответствии с объявленной целью базой для новой инфраструктуры машиностроения и других стратегических отраслей должны были стать крупные корпоративные образования, оснащенные современными информационными технологиями и программными системами. Необходимо было создать в короткие сроки компьютеризированные интегрированные производства, оснащенные передовым технологическим оборудованием, в первую очередь высокоавтоматизированными и гибко перенастраиваемыми обрабатывающими центрами, с использованием передовых технологических процессов, включающих прогрессивную оснастку и инструмент. Параллельно стави-

лась задача развития масштабной производственной и научно-технической кооперации, в том числе (кстати, в значительной степени!) в форме малого и среднего бизнеса.

Первый вариант госкорпорации вызревал в недрах Федерального агентства по промышленности в течение 2005 г. и реализовался в конце 2006 г. в виде Объединенной авиастроительной корпорации (ОАК) и в 2007 г. – Объединенной судостроительной корпорации (ОСК). ОАК стала ответом на «кризис гражданского авиастроения, вызванный отсутствием инвестиций, фрагментацией отрасли и, как следствие, внутренней конкуренцией за российские и зарубежные заказы» [4. С. 45–46].

Острая необходимость модернизации парка гражданских самолетов и практически проигранная компаниям **Boeing** и **EADS конкуренция за сегмент рынка дальне- и среднемагистральных самолетов** требовали срочных решений по отрасли в целом, поскольку отечественное авиастроение ежегодно производило лишь 7–9 гражданских самолетов и постепенно превращалось в поставщика отдельных узлов.

Госкорпорация объединила 16 военных и гражданских авиастроительных компаний и заводов, включив и интересы частных владельцев. Задача перед ней была поставлена амбициозная: занять 50% российского и 10% мирового рынка гражданских самолетов, доведя объем продаж к 2025 г. до 20–25 млрд дол. Стоит отметить, что, будучи в собственности государства, ОАК имеет значительную хозяйственную самостоятельность и остается рыночным субъектом со стандартными критериями успеха и эффективности, такими как доля рынка и рентабельность продаж. Примерно такая же схема была применена и при реорганизации судостроительной отрасли.

Второй вариант реорганизации государственных активов был предложен рабочей группой, возглавляемой руководителем «Рособоронэкспорта» С. Н. Чемезовым, и представлял собой возможность использования юридической формы НКО «Госкорпорация» для получения в собственность располагаемых активов с целью их дальнейшего преломления. Первый шаг в этом направлении удалось реализовать менеджменту государственного «Внешэкономбанка», сумевшему конвертировать свои активы в госкорпорацию «Банк развития», которая тут же получила взнос из средств госбюджета.

«Банк развития» по определению должен был «стать основным источником или гарантом инвестиций в инфраструктуру, охрану окружающей среды, особые экономические зоны и другие долгосрочные проекты» [5. С. 77]. Однако разразившийся на рубеже 2008–2009 гг. финансовый кризис внес свои коррективы, и «Банк развития – ВЭБ» в определенной степени превратился в инструмент передачи государственных средств финансовому и реальному сектору для преодоления дефицита ликвидности.

Летом 2007 г. Президент РФ подписал еще два закона, создав государственную корпорацию по нанотехнологиям («Роснано») и Фонд содействия реформе ЖКХ. Обе организации, по сути, являются фондами, выдающими гранты на выполнение известного количества общественно значимых работ. В первом случае это разработки материалов с заданными молекулярными свойствами, способными стать прорывными инновационными достижениями, во втором – проведение ремонтно-восстановительных и профилактических работ жилищного фонда на период до 2016 г.

Примерно по той же схеме была преобразована федеральная целевая программа по строительству олимпийских объектов в г. Сочи, в результате чего появилась государственная корпорация «Олимпстрой». И наконец, в самом конце 2007 г. были созданы госкорпорации «Ростехнологии» и «Росатом». В качестве имущественного взноса к «Ростехнологиям» перешли холдинги, которые прежде контролировались ФГУП «Рособоронэкспорт», а также внушительный набор госпредприятий и пакеты акций. «Росатом» получил гражданские и военные активы Федерального агентства по атомной энергии, а также некоторую часть бывшего РАО «ЕЭС» (Энергоатом) и одновременно создающееся ОАО «Атомэнергопром».

Если смотреть со стратегической точки зрения на экономическое развитие, то можно констатировать, что государство в данном случае выступает генератором крупных общественных проектов: оно не только дает им старт, но и предлагает инвесторам собственные гарантии защиты инвестиций, в том числе и для инвестиций из сбережений граждан.

После того, как госкорпорация создана, она начинает финансировать свои инвестиции, занимая средства у банков и на рынке облигаций. Госкорпорации, добывающие капитал преимущественно на рынке облигаций, становятся важным звеном, соединяющим интересы и сбережения с целями и «административным ресурсом» государства. Привилегии, полученные от государства, ставят госкорпорации в преимущественное положение на рынке капитала по сравнению с частными заемщиками. Это «преимущество выражается в повышенном кредитном рейтинге, что позволяет госкорпорациям занимать деньги надолго, под невысокий процент и практически без конъюнктурных рисков» [6].

Трудно не признать, что наличие столь выгодных и перспективных стартовых условий должно было явиться «зеленой улицей» для достаточного количества предприятий, вошедших в орбиту жизнедеятельности государственных корпораций. Однако почти весь пятилетний путь становления и развития ГК в стране свидетельствует о неоднозначности результатов их деятельности за указанный период. Дело, на наш взгляд, далеко не в потерях и перипетиях, связанных с имевшим место финансовым кризисом рубежа 2008–2009 гг.

В конце 2009 г. Президент РФ Д. Медведев поручил Генеральной прокуратуре и Собственному контрольному управлению провести проверку деятельности государственных корпораций. Результаты проверки вскрыли ряд негативных моментов. Прежде всего был подвергнут критике сам Федеральный закон от 1999 г. «О некоммерческих организациях», в котором бесосновательно было зафиксировано, что «передаваемое Российской Федерацией госкорпорации имущество становится собственностью этой корпорации». Иными словами, в конце прошлого столетия в нашей стране появилась новая форма собственности – корпоративная. Официально было выделено что, госкорпорация – это «некоммерческая организация, созданная для осуществления социальных, управленческих или иных общественно полезных функций». И если более или менее понятны два первых направления деятельности новых хозяйствующих субъектов, то значение «иных общественно полезных функций» явно нуждается в предметном толковании, так как их точного перечня явно не существует.

В отношении «новых собственников» законодательно зафиксированы и другие уникальные национальные преференции, о которых ни одна стабильно и перспективно развивающаяся западная фирма у себя в стране даже мечтать не может. Например, госкорпорация в отличие от любой другой организационно-правовой формы хозяйствования не может быть признана банкротом; на ГК также не распространяются требования о раскрытии информации. Фактически ГК выведены из-под контроля госорганов и не обязаны предметно отчитываться о своей деятельности (за исключением предоставления правительству годового отчета и нескольких других второразрядных документов).

По состоянию на 1 января 2010 г. в стране функционировало 8 госкорпораций; наиболее крупная из них ГК «Банк развития–ВЭБ». Надо признать, что подобные организации имеются практически во всех развитых странах, но организационно-правовой формой их является акционерное общество. Это дает возможности для более широкого привлечения средств, в том числе и сбережений граждан, и вместе с тем повышает ответственность распорядителей привлеченных средств за их рациональное использование. В нашем же случае, только за 2009 г. этому банку из Фонда национального благосостояния были выделены значительные средства на пополнение капитала, а также оказана поддержка со стороны ЦБ.

Довольно своеобразная трансформация произошла с ГК «Ростехнологии». По первоначальному замыслу она должна была получить предприятия военно-промышленного комплекса для их модернизации, но, постепенно прибирая к рукам «все что можно», ГК превратилась, по образному выражению Председателя Правительства РФ В. В. Путина, «в министерство всеобщей промышленности» с общим числом крупных промышленных предприятий 440 единиц (в том числе АвтоВАЗ). Впечатляют и результаты деятельности – большая кредиторская задолженность предприятий ГК по состоянию на 1 января 2010 г., тем не менее правительство выделяет им средства на погашение долгов.

Не менее впечатляющи результаты работы других госкорпораций. В 2009 г. ГК «Агентство по страхованию вкладов» (АСВ) получило от государства финансовую «подпитку» на собственные нужды и на спасение проблемных банков, так же как и Фонд содействия реформе ЖКХ и ГК «Росатом». Из выделенных государством ГК «Роснано» средств для организации перспективной инновационной работы были освоены лишь несколько процентов, да и то, как это ни покажется странным, на представительские цели и оформление интерьера офиса.

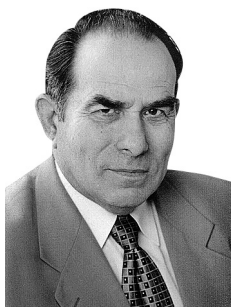
Результат такой трансформации собственности и появление ее новой формы – корпоративной – был предсказуем. Ни один из вновь образованных хозяйствующих субъектов не начал эффективно работать, скорее, наоборот – без активной государственной поддержки эти образования нежизнеспособны. Не отличился оригинальностью и менеджмент вновь созданных корпоративных структур: большинство выделенных для ГК средств они не пускают сразу в дело, а «играют» ими на фондовом рынке или размещают на вкладах в банках.

По определению, государственные корпорации обладают значительным потенциалом для реализации задач социально-экономической политики в стране и получении дохода, но вместе с тем их деятельности присущи и негативные проявления, связанные с известными финансовыми рисками и значительными материальными потерями. Именно поэтому для дальнейшего существования госкорпорации важно, «чтобы они находились в руках опытных и целеустремленных директоров и управляющих, лично заинтересованных (как морально, так материально) в успехе решаемых ими задач, в том числе и на длительную перспективу» [7].

Не осознав всей значимости этого родового экономического постулата, еще не раз придется вспоминать вердикт, более ста лет тому назад вынесенный подобным хозяйствующим субъектам известным американским писателем А. Бирсом: «Корпорация – это остроумное изобретение для получения личной прибыли без личной ответственности».

Источники

1. Авдулов А. Н. Наука и производство: век интеграции (США, Западная Европа, Япония). М. : Наука, 1992.
2. Авдашева С., Шаститко А. Промышленная и конкурентная политика: проблемы взаимодействия и уроки для России // Вопр. экономики. 2003. № 9.
3. Агапова Т. А., Серегина С. Ф. Макроэкономика : учебник. М. : Дело и сервис, 2005.
4. Ахинов Г. А., Жильцов Е. Н. Экономика общественного сектора : учеб. пособие. М. : ИНФРА-М, 2008.
5. Волков В. Госкорпорации: институциональный эксперимент // Pro et Contro. 2008. № 5–6.
6. Алехин Б., Захаров А. Государственные корпорации: облеченные властью и гибкие // Экономика России: XXI век. 2008. № 20.
7. Бовт Г. К. Почему 100=10. Об особенностях юбилея госкорпораций // Аргументы и факты. 2009. № 34.



СТРОВСКИЙ Леонид Евгеньевич

Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой управления внешнеэкономической деятельностью предприятия

Уральский федеральный университет
им. первого Президента России Б. Н. Ельцина
620002, РФ, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19
e-mail: uved@mail.ustu.ru

Германия: турецкая проблема остается острой

Ключевые слова: этнические турки; немецкий язык; адаптация; интеграция; диаспора; культурно-религиозные различия; трудовые мигранты; рекрутизация; реэмигранты, историческая родина; закон о гражданстве; двойное гражданство; гражданство по месту рождения; демографическая структура; этническое многообразие.

Аннотация. Процесс интеграции в чужое сообщество более сложен, когда происходит процесс объединения и человек становится частью единого целого. И адаптацию, и интеграцию нельзя рассматривать обособленно, а только как части единого процесса. Если этого не происходит, то применительно к миграционным явлениям в принимающей стране часто возникают субкультуры со всеми периодически возникающими и порождаемыми ими сложностями и противоречиями. Пример турецкой субкультуры в Германии – весомое тому подтверждение.

В апреле 2010 г. в газете «Известия» была опубликована небольшая корреспонденция, название которой не могло не обратить на себя внимание: «Откуда у немца турецкая грусть» [1]. Содержание корреспонденции сводилось к тому, что Анкару и Берлин едва не рассорил «школьный вопрос». По мнению турецких властей, их соотечественники вправе иметь собственные гимназии в Германии. Но многие немецкие политики, в том числе и турецкого происхождения, высказались против. В то же время премьер-министр Турции Тайип Реджеп Эрдоган предлагал создать в Германии турецкие школы, мотивируя это тем, что помимо 1,7 млн жителей этой страны, имеющих турецкое подданство, есть еще более 1 млн этнических турок, уже имеющих немецкое гражданство. Примерно 3 млн чел. – это самое большое количество турок, находящихся за пределами родины.

В самой же Германии идею премьер-министра Турции восприняли поначалу отрицательно. По мнению канцлера Ангелы Меркель, детям турецкого происхождения следует посещать немецкие школы. И по мнению же крупных немецких политиков турецкого происхождения, в том числе и депутатов Бундестага, детям из семей, где дома говорят по-турецки, нужно начинать изучение немецкого языка как можно раньше. Это поможет и в работе, и в жизни вообще. Однако экс-канцлер Г. Шредер думает иначе. Он за открытие немецко-турецких школ. По мнению Г. Шредера, Турция является важным партнером Германии, значит, нужны люди, которые отлично говорят на обоих языках. Проблема гастарбайтеров, и не только турецких, проблема для Германии давняя, имеющая богатую «биографию».

Анализ структуры иностранного населения, проживающего в Германии, по национальной принадлежности, по статусу и сроку проживания показал, что наиболее проблематичная этническая группа – это турки [2]. Треть их уже более 25 лет проживает в Германии, еще треть родились в ФРГ, и около 70% из них имеют бессрочный вид на жительство, либо право на бессрочное пребывание в стране. Вместе с тем это самая большая группа иностранцев в Германии.

В конце 1990-х годов заработки турецких граждан в Германии были одним из трех основных источников (наряду с туризмом и строительной индустрией) поступлений твердой валюты в бюджет Турции. В начале XXI века этот поток иссякает. Связано это как с сокращением миграции турок в ФРГ, так и с их постепенным отрывом от родины. Раз так, значит, должен происходить, пусть медленный, но неуклонный процесс адаптации и интеграции в немецкое общество. Однако турки просто живут и трудятся в Германии, молятся, едят свою национальную пищу и не чувствуют, что они обязаны куда-то интегрироваться. Немецкая же общественность выражает обеспокоенность тем, как режут баранов в Курбан-байрам, можно ли турецким девочкам носить платки, когда они посещают школы, на каком языке преподавать ислам турецким школьникам и т. д. Эта проблема станет еще острее, если Турция вступит в ЕС, так как с момента вступления необходимость интеграции исчезнет сама собой. Ведь не обязаны же интегрироваться в немецкое общество французы, итальянцы, греки, португальцы. Но ситуация эта не разрешится сама собой и будет еще сильнее давить на немецкое общество.

Готовятся к «юбилею». В 2011 г. самая большая иностранная этническая группа Германии отметит 50-летие с начала своей иммиграции в тогда еще совсем незнакомую им страну.

Большая доля трехмиллионной турецкой диаспоры была рождена уже в Германии и знает Турцию исключительно из рассказов родителей и туристических поездок [3]. Несмотря на это, интеграция данной этнической группы не прошла успешно, что связано, как со стороны турок, так и со стороны коренного населения, с неприязненными чувствами, вызванными культурно-религиозными различиями. Немецкое население непросто воспринимает турецкий этнос, поэтому турки замыкаются в собственном кругу, что опять-таки усложняет их интеграцию в немецкое общество.

Почти 30% турок, проживающих на сегодняшний день в Германии, уже получили немецкое гражданство [4. С. 53–64], однако внутриобщественный конфликт не разрешен.

Первая волна трудовой миграции. В первые послевоенные годы уровень миграции между Германией и Турцией был невысок, однако в годы «экономического чуда» из-за высокого количества вакантных мест на рынке труда руководством ФРГ было принято решение о рекрутизации трудовых мигрантов из стран Юго-Восточной Европы. ФРГ заключила ряд двусторонних договоров с большинством стран этого региона в 1955–1968 гг., среди которых был и договор с Турцией, подписанный 31 октября 1961 г. [5. С. 53–61]. Там, в связи с экономическими кризисами, структурными проблемами в экономике и высоким ростом населения наблюдался переизбыток рабочей силы. В год подписания соглашения между Турцией и Германией в ФРГ на 500 тыс. вакантных мест насчитывалось лишь 180 тыс. зарегистрированных безработных немцев. До середины 1960-х годов существовало общее мнение о том, что иностранная рабочая сила – так называемые трудовые мигранты, как их часто называли в обиходе – лишь временно живет и работает в Германии. В двустороннем соглашении между Турцией и Германией было зафиксировано, что максимальный срок проживания трудового мигранта в Германии составляет два года.

Рекрутизацией, проводимой Германией в годы высокого экономического роста, не было задумано долгосрочного пребывания мигрантов в Германии. Меры эти были направлены лишь на текущее удовлетворение потребностей экономики в трудовых ресурсах.

Не считая отдельных специалистов (например, высококвалифицированных врачей), трудовым мигрантам предусматривались преимущественно места, которые коренному населению не были интересны. Постепенно такая политика государства нашла одобрение в обществе. Вариант возможной интеграции рабочих, опирающийся на страну происхождения, традиции и религию, казался в то время абсолютно невозможным, так как трудовая миграция рассматривалась в качестве краткосрочного явления.

Уже во второй половине 1960-х принцип перемещения иностранной рабочей силы был нарушен [5]. Не в последнюю очередь вызвано это было самими предприятиями, которые не хотели нести расходы по обучению нового персонала.

Еще во время экономической рецессии в 1966–1967 гг. многие иностранные мигранты, потерявшие работу, вернулись в страны происхождения. Но так как экономическая ситуация в Турции была в более тяжелой, многие реэмигранты поспешили вернуться в Германию. Лишь в связи с нефтяным кризисом 1970-х и вызванным спадом в экономике Германии правительство ФРГ утвердило в октябре 1973 г. решение об окончании рекрутизации иностранной рабочей силы. И в этом же году количество иностранных рабочих достигло своей пиковой величины – 2595 тыс. чел., из которых 910,5 тыс. являлись гражданами Турции.

В годы экономического спада (1974–1975), а также в 1981–1985 гг. иностранные трудовые мигранты возвращались в страну своего происхождения значительно реже. Связано это было с тем, что они боялись не получить в будущем разрешения на повторный въезд в Германию.

Воссоединение с семьей. Целью решения правительства ФРГ о прекращении трудовой миграции из третьих стран было уменьшение количества иностранных рабочих в Германии. Этого не удалось достичь. Еще за год до принятия этого решения турецким рабочим была предоставлена возможность свободного выезда из страны на родину и при желании обратного возвращения в Германию. С 1973 г. выбор был ограничен: мигранты могли либо навсегда вернуться в страну своего происхождения, либо навсегда остаться в Германии [6. С. 17–23]. К этому времени изменились также планы предприятий, которые не хотели заменять уже обученный персонал новыми неопытными сотрудниками.

В то же время не оправдались надежды турецких мигрантов на инвестирование скопленных в Германии средств в экономику собственной страны. На беззаботное существование в Германии или Турции этих средств также не хватало.

Среди турок, оставшихся в Германии, наметилась тенденция к воссоединению со своими семьями. При этом они опирались на международные соглашения, которые предписывали права трудовых мигрантов на воссоединение с семьей, такие как, например, ст. 8 Европейской конвенции о правах человека, либо ст. 9 Европейской социальной хартии [5].

Попытки государства интегрировать иностранцев. В начале 90-х годов XX века правительство Германии впервые серьезно задумалось об интеграции иностранцев, в частности представителей Турции. На заседаниях Бундестага дискуссии, прежде всего по вопросу облегчения правил на получение гражданства, провалились.

Опрос турецких мигрантов показал, что 2/3 абсолютно не имеют желания вернуться на историческую родину, а более половины считают, что жизнь их больше связана с Германией, нежели с Турцией [7. С. 29–36].

Уже в 1991 г. был изменен закон о гражданстве и облегчены правила его получения. Необходимый срок проживания в Германии составил по новому закону 15 лет (с 2000 г. – 8), а стоимость оформления всех необходимых документов снизилась с 5000 до 100–500 немецких марок [8]. Одним из требований оформления ходатайства о предоставлении немецкого гражданства был отказ от гражданства турецкого. Правда, турки нашли способ для обхода данного предписания и получения двойного гражданства. Вначале они отказывались от турецкого гражданства, а после получения немецкого паспорта снова подавали ходатайство на получение турецкого. Подобным способом около 260 тыс. немцев турецкого происхождения получили двойное гражданство.

Эта практика была остановлена под давлением немецкого правительства в 1997 г. Бывшие граждане Турции с этого года получали от правительства Турции так называемую «розовую карту», которая давала им такие же права, как гражданство, за

исключением некоторых, например права голоса на выборах [5]. В 1999 г. количество турок, получивших немецкое гражданство, по данным немецкой статистической службы, составило 103,9 тыс. чел., что на 57% больше по сравнению с 1998 г.

С 1 января 2000 г. в силу вступили в силу новые изменения о гражданстве [9]. Впервые был введен принцип предоставления гражданства по месту рождения. Согласно этому принципу, каждый человек, рожденный в Германии, независимо от гражданства его родителей имел право на получение немецкого гражданства, если хотя бы один из родителей 8 лет прожил в Германии. Законопослушные мигранты, которые не менее 8 лет проживали в Германии и имели бессрочный вид на жительство или право на бессрочное пребывание на территории страны, владеющие немецким языком и не являющиеся безработными или получателями социальной помощи, также могли подать ходатайство о предоставлении им немецкого гражданства. Двойное гражданство, как и прежде, осталось запрещенным, однако количество иностранцев, претендующих на получение немецкого гражданства, значительно увеличилось. Несмотря на все это, новый закон разочаровал турецкое население. Главным образом это касалось двойного гражданства и предписаний о достаточном уровне знания языка. Необходимый уровень языковых знаний, являвшийся одной из предпосылок получения гражданства, в действительности был серьезным препятствием для первого поколения трудовых мигрантов, которые, несмотря на долгий срок проживания в Германии, были лишены возможности изучения немецкого языка. Тем не менее большинство мигрантов желали стать гражданами Германии хотя бы для того, чтобы иметь более надежный правовой статус.

Приобретение иностранцем статуса гражданина Германии способствовало дальнейшей интеграции этнических групп, так как получение мигрантами политического влияния наравне с остальными гражданами страны является необходимой предпосылкой развития нового общественно-политического сознания.

Даже сегодня очень сложно оценить точное количество турок, ставших гражданами Германии. Связано это с тем, что, во-первых, тенденция к получению гражданства набирает обороты, число немцев турецкого происхождения стремительно возрастает, а во-вторых, все новорожденные турки, подпадающие под действие нового закона о получении гражданства и приобретающие его сразу после рождения, не попадают в статистику, так как, по мнению немецких статистических органов, в них уже нет ничего турецкого. Можно лишь отметить, что по различным подсчетам в среднем около 100 тыс. турок ежегодно становятся гражданами Германии.

Что касается мнения немецких статистических органов, то оно далеко не бесспорно, и, по нашему мнению, как отмечено в начале статьи, среди немцев турецкого происхождения постоянно происходят «этнические всплески» по самым различным причинам и поводам.

Изменения в социальной структуре. Переломным годом в истории турецкой миграции является 1973 г. С принятием решения о прекращении рекрутизации иностранной рабочей силы изменилась вся демографическая структура турецкого населения Германии.

Во время трудовой миграции в Германию приезжали преимущественно молодые трудоспособные граждане, как правило мужского пола.

После принятия ранее упомянутого решения лишь четверть турок въезжала по трудовым договорам, 53% прибывали по линии воссоединения с семьей, в большинстве случаев это были женщины и дети [5].

Более половины взрослых представителей турецкой диаспоры живет в Германии больше 25 лет. Около 800 тыс. турок – в возрасте до 21 года, 450 тыс. – от 21 до 30 лет.

Таким образом, доля молодых турецких мигрантов составляет приблизительно 60% общего количества турок-иностранцев, проживающих в Германии. Более половины

молодых турок были рождены на территории Германии, а примерно три четверти из них учатся в немецких школах.

Этническое многообразие. До 1973 г. турки воспринимались немцами как гомогенная группа без внутренних различий. Разделение турок по отдельным признакам на подгруппы пришло в немецкое сознание значительно позже. Наряду с турками, в смысле этнической принадлежности большую группу составляют курды, а также присутствуют представители почти всех этнических и религиозных групп Турции. К ним относятся крымские татары, казахи и прочие, однако достоверных данных о количестве населения данных групп нет, так как статистического учета по этнической принадлежности не существует. О наличии данных групп и примерном количестве их представителей свидетельствует существование отдельных самостоятельных организаций и объединений. Образование собственных союзов отдельными группами турок показывает, что этнические, культурные и религиозные различия играют определенную роль. Организации эти заботятся о сохранении особенностей культуры. В отдельных случаях образование подобных объединений имеет и политическую направленность, как, например, в случае с курдами. Их политическая активность вызвала напряжение между ними и прочими турками.

Курды – вторая по величине этническая группа, насчитывающая 400–500 тыс. чел., из которых примерно 90% – граждане Турции, а остальные – Ирана, Ирака, Ливана и Сирии [5].

Что касается религии, то здесь тоже существуют небольшие различия: 98% исповедуют ислам, из них большинство являются суннитами, а почти треть – шиитами, образ жизни и религиозные убеждения которых несколько отличаются.

В целом в Германии существует более 40 различных турецких объединений, самые крупные из которых – Турецко-исламский союз Института религии, Исламский союз, Турецко-исламский союз Европы, Организация курдов, Союз исламских культурных центров, Совет граждан турецкого происхождения, Турецкий союз Германии и др.

Повседневная жизнь. Вернемся к началу нашей статьи. Воссоединение турецких мигрантов с их семьями заставило немецкое общество столкнуться с новыми проблемами. Необходимо было принять тот факт, что никто до этого не задумывался о возможных последствиях миграции. Школы, детские сады, различные службы и ведомства не были готовы к новым группам населения, и даже сегодня еще не полностью адаптировались к ним. Поэтому повседневная жизнь – это огромный ком неразрешенных проблем интеграции иностранцев. Кстати, канцлер Германии Ангела Меркель несколько смягчила свою первоначальную позицию и теперь считает, что речь должна идти не об ассимиляции, а о двуязычии и интеграции. Канцлер поддержала идею преподавания на турецком, напомнив, что этот язык используют во многих германских учебных заведениях. Однако, по мнению Меркель, это не должно становиться причиной, чтобы не учить немецкий язык [1].

P. S. В августе 2010 г. в Германии разразился очередной скандал. Его причина – выход книги члена правления Бундесбанка Тило Саррацина «Самоуничтожение Германии, или как мы поставили на карту нашу страну». Саррацин – член Социал-демократической партии Германии – обрушился на турецких и арабских мигрантов. Он пишет: «Система ценностей иммигрантов, их представления об устройстве общества – это в культурном плане шаг назад. Я бы не хотел, чтобы страна, в которой будут жить мои внуки и правнуки, была преимущественно мусульманской, чтобы на улицах говорили по-турецки и по-арабски, а ритм жизни задавал призыв муэдзина с минарета». Автор предрекает, что если демографическая политика властей не изменится, то от «коренной Германии» не останется камня на камне.

Бывший сенатор Берлина по финансовым вопросам, а сейчас член правления Бундесбанка давно слывет «белой вороной» в рядах Социал-демократической партии

Германии. Например, в прошлогоднем интервью он заявил: «Я не обязан терпеть тех, кто не желает интегрироваться в наше общество, живет на средства государства и отрицает его, не заботится об образовании своих детей и постоянно производит на свет маленьких девочек в платках». По мысли Саррачина, «значительное число турок и арабов не имеют никакой другой продуктивной функции, кроме как продавать фрукты и овощи; они завоевали Германию точно так же, как косовары – Косово, более высокой рождаемостью».

После таких речей, многие социал-демократы поспешили дистанцироваться от Саррачина. Раздаются голоса, что Саррачину с его шовинистическими взглядами не место в СДПГ. Федеральный канцлер Ангела Меркель через пресс-секретаря кабинета министров высказалась так: «Правительство считает, что имидж Бундесбанка, как внутри страны, так и за рубежом, серьезно пострадал от высказываний господина Саррачина». В партии уже поставили вопрос об его исключении. Сам же Саррачин заявил, что защищает социальную справедливость и пообещал «унести партбилет с собой в могилу».

Источники

1. Воропаев В. Откуда у немца турецкая грусть // Известия. 2010. № 56 (28071).
2. Стровский Л. Е., Егоров Р. Т. Интеграция иностранцев и переселенцев в Германии: социально-экономические аспекты. Екатеринбург : УГТУ-УПИ, 2005.
3. www.hlc.unimelb.edu.au/CALL/German/Turken.html//TuerkeniDeutschland.
4. Nagler J. Gesellschaftsstruktur und Gesellschaftspolitik // Informationen zur politischen Bildung. 2000. № 268.
5. Sen F. Tuerkische Minderheit in Deutschland // Informationen zur politischen Bildung. 2002. № 277.
6. Koenigseder A. Tuerkische Minderheit in Deutschland // Informationen zur politischen Bildung. 2001. № 271.
7. Geissler R. Ethnische Minderheiten // Informationen zur politischen Bildung. 2000. № 269.
8. Koelpe O. MigrantInnen zwischen Sozialem Rechtsstaat und nationalem Wettbewerbsstaat: Duisburg, 2002. Режим доступа : www.ub.uni-duisburg.de/ETD-db/theses/available/duett-01152003-125659/unrestricted/koepediss.pdf.
9. Забудкина Ю. Изменения Закона о гражданстве и Закона о правах иностранцев. Комментарии // Partner. 2000. № 5 (32). Май. Режим доступа : recht.germany.ru/status.db/items/22.html?op=.



МАРАМЫГИН Максим Сергеевич

Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой денег и банковского дела

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Контактный телефон: (343) 257-63-32
e-mail: maram_m_s@mail.ru

БАЛИН Сергей Евгеньевич

Аспирант кафедры денег и банковского дела

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Контактный телефон: (343) 361-02-22
e-mail: balinse@mail.ru



Риск и его место в банковской деятельности

Ключевые слова: риск; банковская деятельность; банковские риски; финансовая устойчивость; рецессия; негативные последствия; неопределенность; вероятная опасность; потеря ликвидности; классификация и структура системы банковских рисков.

Аннотация. Статья является продолжением предыдущей публикации [1], которая была посвящена рискам в сфере банковских услуг. Анализ научных публикаций, исследование характера и содержания риска позволили авторам дать свое определение категории «риск». В статье определено направление исследования банковских рисков. Анализ сущности и классификации, экономического предназначения банковских рисков, структуры системы и внутрисистемных связей банковских рисков, а также системы управления банковскими рисками включены в данное направление исследования.

В статье «Стресс-тестирование банка как оценка его надежности в современных условиях» авторами были даны некоторые общие рекомендации потребителям банковских услуг в отношении оптимизации своих рисков в случае размещения в банке собственных денежных средств [1]. Основными критериями принятия решения по выбору финансового партнера в лице банка кроме доходности банка рассматривались его надежность и устойчивость.

Надежность банка мы определили как его способность выполнить взятые на себя обязательства на определенную дату [1]. Очевидно, что надежность банка связана с его устойчивостью к воздействию различных негативных факторов. Примем допущение о том, что устойчивостью банка является его способность возвращаться в состояние равновесия в условиях неравномерности и скачкообразности развития экономики. Для получения количественной оценки финансовой устойчивости банков Центральный банк РФ установил состав определенных показателей и методику их расчета. Обобщающий результат такого расчета используется в целях признания финансовой устойчивости банка достаточной для участия в системе страхования вкладов. Оцениваются следующие группы показателей:

- показатели оценки капитала, включающие показатели оценки достаточности и качества капитала;
- показатели оценки активов, включающие показатели качества ссуд и активов, размера резервов на потери по ссудам и иным активам, концентрации рисков по активам;

- показатели оценки качества управления банком, его операциями и рисками, включающие показатели прозрачности структуры собственности, организации систем управления рисками и службы внутреннего контроля;

- показатели оценки доходности, включающие показатели рентабельности активов и капитала, структуры доходов и расходов, доходности отдельных видов операций;

- показатели оценки ликвидности, включающая показатели ликвидности активов, ликвидности и структуры обязательств, общей ликвидности банка, риска на крупных кредиторов и вкладчиков.

Финансовая устойчивость банка признается достаточной, если оценка каждого из пяти обобщающих результатов по группам показателей, применяемых для оценки финансовой устойчивости, признана удовлетворительной [2].

Необходимо отметить, что устойчивость банка зависит не только от внутренних факторов, которые рассматриваются авторами. Существует множество внешних процессов (рисков), которые прямо или косвенно влияют как на отдельно взятый банк, так и на банковскую систему в целом. Подтверждением тому являются события 2007 г., связанные с ипотечным кризисом в США, давшие импульс мировому финансовому кризису 2008 г.

Это было время, когда слово «рецессия» не сходило со страниц средств массовой информации, когда банкротства таких банковских «тяжеловесов», как «Lehman Brothers Holdings» и «Washington Mutual», **нарушили все устоявшиеся на тот момент представления экономистов о стабильности и устойчивости не только отдельных финансовых институтов, но и денежно-кредитной системы в целом [3].** Время, когда риски, «атаковав» мировую финансовую систему, блокировали деятельность элементов и частей денежно-кредитных систем большинства развитых стран.

Последствия событий, которые получили название «мировой финансовый кризис», дорого обошлись населению планеты. Правительства многих государств в целях недопущения полного коллапса финансовой системы, частью которой выступают национальные денежно-кредитные системы, были вынуждены финансировать деньгами налогоплательщиков банки национального значения. А налогоплательщики, многие из которых являются потребителями банковских услуг (физические и юридические лица), дополнительно заплатили за кризис необходимостью компенсировать рост цен на банковские продукты, особенно на кредиты.

В банковском деле, как в одном из видов предпринимательской деятельности, нестабильность проявляется в виде разнообразных рисков, профессиональное управление которыми во многом определяет эффективность деятельности кредитной организации. В связи с этим реализация научно обоснованных стратегий банковского риск-менеджмента приобретает большое значение в условиях нестабильной рыночной экономики и постоянно меняющейся межбанковской конкурентной борьбы.

Для того чтобы рассмотрение вопросов и проблем, связанных с управлением банковскими рисками, носило структурированный и системный характер, подразумевающий выстраивание модели банковского риск-менеджмента (от элементов до их взаимосвязи и взаимодействий, способных оказывать определенное влияние на состояние объекта, вошедшего и вышедшего из данной системы), авторы посвятили данную статью базовому элементу этой системы – риску.

Риск, несомненно, явление историческое, связанное с опытом деятельности многих поколений в различных условиях и оказывающее позитивное или негативное влияние на результаты деятельности.

В отношении сущности и содержания категорий «риск» и «банковский риск» в научной литературе, описывающей экономические и, в частности, банковские процессы, существует несколько точек зрения. Некоторые из них приведены в табл. 1 и 2.

Таблица 1

Содержание категории «риск»

Источник	Содержание
Азрилиян А. Н. [4. С. 897]	Риск – это возможность наступления события с отрицательными последствиями в результате определенных решений или действий
Варламова Т. П., Васильева Н. А., Неганова Л. М. [5. С. 550]	Риск – это вероятная опасность, действие наугад с расчетом на положительный результат. Выражается соотношением удачных и неудачных исходов
Грязнова А. Г., Пансков В. Г., Радионова В. М. [6. С. 847]	Риск – это наступление событий с негативными последствиями. Это опасность возникновения непредвиденных потерь, убытков, недополучения доходов, прибыли по сравнению с запланированным вариантом
Калинина Т. Н., Калинина Ю. В. [7. С. 6]	Риск – это событие, которое может наступить, а может и не наступить, т. е. событие, которое нельзя прогнозировать с абсолютной точностью
Лаврушин О. И., Валенцева Н. И. [8. С. 11]	Риск – уровень неопределенности в предсказании результата, элемент неопределенности, который может отразиться на деятельности того или иного хозяйствующего субъекта или на проведении какой-либо экономической операции; возможность пострадать от какой-либо формы убытка или ущерба, вероятность понести убытки от коммерческой деятельности Риск – это деятельность, рассчитанная на успех, при наличии неопределенности, требующая от экономического субъекта умения и знания, как преодолевать негативные события
Панова Г. С. [9. С. 151]	Риск – это опасность или возможность потерь при наступлении нежелательных событий
Румянцева Е. Е. [10. С. 457]	Риск – это опасность потери запланированной доходности проекта как за счет увеличения затрат проекта, так и за счет нереализации на проекте прогноза получения выручки

Таблица 2

Содержание категории «банковский риск»

Источник	Содержание
Азрилиян А. Н. [4. С. 898]	Банковский риск – это опасность потерь, вытекающих из специфики банковских операций, осуществляемых кредитными учреждениями, которая выражается неопределенностью и вероятностью потери прибыли и возникновения убытков вследствие ухудшения экономической ситуации в стране, неплатежей по выданным кредитам, изменения котировок ценных бумаг, динамики процентных ставок, сокращения ресурсной базы, осуществления выплат по забалансовым операциям
Белоглазова Г., Кропивецкая Л. [11. С. 224]	Под банковским риском принято понимать вероятность, а точнее угрозу потери банком части своих ресурсов, возникновения убытков, недополучения доходов или совершения дополнительных расходов в результате осуществления финансовых операций по сравнению с планируемым вариантом
Воронин Ю. М. [12. С. 27]	Банковский риск – это ситуативная характеристика деятельности банка, отображающая неопределенность ее исхода и характеризующая вероятность негативного отклонения действительности от ожидаемого
Гаретовский Н. В. [13. С. 69]	Банковский риск – это опасность потерь, вытекающих из специфики банковских операций, осуществляемых кредитными учреждениями в условиях капитализма

Источник	Содержание
Грязнова А. Г., Пансков В. Г., Радионова В. М. [6. С. 847]	Банковский риск – это вероятность финансовых потерь и банкротств в процессе банковской деятельности
Калинина Т. В., Калинина Ю. В. [7. С. 6]	Банковский риск – это возможность потери ликвидности, а также финансовых потерь (убытка), связанных с неопределенностью прогноза внутренних и внешних факторов, негативно влияющих на деятельность банка
Кушлин В. И., Чичканов В. П. [14. С. 84]	Банковский риск – это риски, возникающие у кредитной организации, финансовых потерь (убытков) в результате невыполнения заемщиками и контрагентами (юридическими и физическими лицами) обязательств перед кредитной организацией
Пещанская И. В. [15. С. 33]	Под риском банковской деятельности понимается возможность нарушения ликвидности и (или) финансовых потерь (убытков), связанная с внутренними и внешними факторами, влияющими на деятельность банка

Данные, приведенные в табл. 1 и 2, показывают отсутствие единого мнения в среде компетентных ученых в отношении базового содержания категорий «риск» и «банковский риск». Риск в основном детерминируется как опасность, вероятная опасность, возможность, событие, деятельность, уровень неопределенности, ситуативная характеристика, угроза.

Разнообразие мнений о сущности риска объясняется многоаспектностью данного явления, что определяет *актуальность* дальнейшего исследования природы и сущности риска.

Происхождение термина «риск» обычно относят к греческим словам *ridsikon*, *ridsa*, что означает «утес, скала». В итальянском языке *risicare* означает «посметь, отважиться». Словарь Вебстера определяет риск как «опасность, возможность убытка или ущерба». В словаре С. И. Ожегова риск определяется как «возможность опасности» или как «действие наудачу в надежде на счастливый исход».

Наиболее распространены три основных подхода, описывающих природу риска: объективный, субъективный и субъективно-объективный, но особое предпочтение отдается последнему.

Анализируя объективную и субъективную стороны природы риска, можно разделить риски на две большие группы: систематические риски, имеющие объективную природу, и случайные риски, имеющие субъективную природу.

Освещая объективный характер риска, авторы обычно связывают его с естественными, социальными и технологическими процессами, в которых находятся субъекты, действующие в экономической среде общества. Объективность риска проявляется в том, что он отображает реальные жизненные явления, их взаимодействия, различные аспекты деятельности людей. В данном случае присутствие риска не зависит от сознания людей, от того, насколько они понимают и учитывают его. Естественно, что человеческий разум, стремясь познать бытие и достоверно отразить его сущность, не в состоянии сделать это до конца, так как мир, находясь в постоянном развитии, преподносит людям события и реалии, которые осознаются ими только по прошествии какого-то периода времени.

Субъективный характер риска основан на активной позиции конкретного субъекта в познании процессов, в том числе экономических, и является производной от действия (бездействия) субъекта. Субъективность отражается в том, что люди вследствие различия миропонимания неодинаково воспринимают одни и те же реалии, а значит,

и уровень риска. Соответственно они реализуют свои планы на основе личного выбора с учетом имеющихся альтернатив. Но главной, казалось бы, парадоксальной чертой субъективизма является то, что активность осмысления процессов, связанных с риском, является основным условием наполнения его сущности объективным содержанием.

Субъективно-объективная природа риска характеризуется тем, что он определяется процессами как субъективного, так и объективного характера. Объективная и субъективная составляющие целостной категории «риск» представляют собой единство двух взаимосвязанных противоположностей. Невозможно представлять объективную составляющую риска как нечто самостоятельное. Ее объективность состоит лишь в том понимании, что она строго противостоит субъективной составляющей. Субъективная и объективная стороны риска, взаимодействуя, влияют друг на друга, порождая определенный результат.

Таким образом, можно сделать вывод, что *риск – это объективная историческая категория, требующая осмысления субъектом действительности при принятии им решения о необходимости осуществления действия (бездействия) в определенной ситуации в прагматическом аспекте в условиях наличия альтернатив, не дающая при этом абсолютной уверенности в получении положительных результатов после реализации принятого решения.*

Исследование обеих составляющих риска (объективной и субъективной), их соотношения играет большую роль в освещении вопросов, связанных с управлением рисками, имеющимися в условиях неопределенности при осуществлении специфической деятельности человека. В частности, это относится к банковской деятельности, где в основном доминируют экспертные методы определения и оценки рисков, основывающиеся в большей мере на их субъективных характеристиках, вследствие чего, например, при отсутствии в банке налаженной системы управления рисками, как правило, происходит снижение уровня его финансовой устойчивости из-за негативного воздействия внутренних и внешних факторов на банковскую деятельность. Данной деятельности присуще значительное количество разнообразных рисков. Формирование из этих рисков определенной структуры и иерархии, воплощенных в систему, позволяет обеспечить банку эффективное управление банковскими рисками, способное противостоять современным угрозам, имеющим место в банковской сфере.

Подводя черту, необходимо отметить, что определение места риска в банковской деятельности в новых условиях меняющейся действительности требует постоянного исследования. Для этого необходимо предметно подойти к изучению экономического предназначения банковских рисков, классификации, структуры и организации их системы, движущих сил банковских бизнес-процессов, внутрисистемных связей банковских рисков, которые раскрываются через цели и функции, выполняемые системой банковских рисков, и требуют качественного управления ею специально подготовленными менеджерами.

Источники

1. Марамыгин М. С., Балин С. Е. Стресс-тестирование банка как оценка его надежности в современных условиях // Изв. Урал. гос. экон. ун-та. 2010. № 3(29).
2. Об оценке финансовой устойчивости банка в целях признания ее достаточной для участия в системе страхования вкладов : указание ЦБР от 16 января 2004 г. № 1379-У (с изменениями и дополнениями) // Вестн. Банка России. 2004. № 5.
3. Интернет-сайт «Википедия – свободная энциклопедия». Режим доступа : ru.wikipedia.org.
4. Большой экономический словарь: 24800 терминов / авт. и сост. А. Н. Азрилиян, О. М. Азрилиян, Е. В. Калашникова и др.; под ред. А. Н. Азрилияна. 5-е изд., перераб. и доп. М. : Ин-т новой экономики, 2002.

5. Варламова Т. П., Васильева Н. А., Неганова Л. М. Большая экономическая энциклопедия. М. : ЭКСМО, 2008.
6. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / под ред. А. Г. Грязновой. М. : Финансы и статистика, 2002.
7. Калинина Т. Н., Калинина Ю. В. Теория рисков коммерческих банков : учеб. пособие. Екатеринбург : Изд-во УрГЭУ, 2002.
8. Банковские риски / под ред. О. И. Лаврушина, Н. И. Валенцевой. М. : КноРус, 2007.
9. Панова Г. С. Анализ финансового состояния коммерческого банка. М. : Финансы и статистика, 1996.
10. Румянцева Е. Е. Новая экономическая энциклопедия. М. : ИНФРА-М, 2005.
11. Белоглазова Г., Кроливецкая Л. Банковское дело. СПб. : Питер, 2008.
12. Воронин Ю. М. Управление банковскими рисками. М. : НОРМА, 2007.
13. Финансово-кредитный словарь : в 3 т. / гл. ред. Н. В. Гаретовский. М. : Финансы и статистика, 1988. Т. 3.
14. Кушлин В. И., Чичканов В. П. Энциклопедический словарь: современная рыночная экономика, государственное регулирование экономических процессов. М. : Изд-во РАГС, 2004.
15. Пещанская И. В. Организация деятельности коммерческого банка: учеб. пособие. М. : ИНФРА-М, 2001.



МЕЗЕНИН Николай Александрович

Кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита в бюджетных и некоммерческих организациях

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Контактный телефон: (922) 202-55-25
e-mail: mnausue@list.ru

ВЕРЗАКОВА Анна Викторовна

Аспирант, ассистент кафедры бухгалтерского учета и аудита в бюджетных и некоммерческих организациях

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Контактный телефон: (904) 389-45-60
e-mail: averz@yandex.ru



Особенности бухгалтерского учета в религиозных организациях

Ключевые слова: некоммерческие организации; проблемы развития бухгалтерского учета в религиозных организациях; пожертвование; предметы религиозного назначения; методика бухгалтерского учета.

Аннотация. Среди некоммерческих организаций в России лидирующую позицию занимают религиозные организации. Авторы отмечают отсутствие отлаженной системы бухгалтерского учета и отчетности, которая учитывала бы особенности финансирования религиозных организаций, выделяют ряд проблем, которые необходимо решить для развития устойчивой системы бухгалтерского учета в религиозных организациях.

В настоящее время в Системе национальных счетов выделяются следующие экономической секторы: правительство (государство, или бюджетная сфера), коммерческие нефинансовые организации (фирмы), коммерческие финансовые учреждения (банки), домашние хозяйства, «остальной мир» («зарубежье») и некоммерческий сектор («сектор некоммерческих организаций, обслуживающих домашние хозяйства»). Каждая из сфер имеет свое назначение и цели. В зависимости от целей меняются функции и методы управления организациями. Деятельность коммерческих организаций направлена на получение прибыли, т. е. главная их задача – получить максимально возможную прибыль, в том числе и за счет использования рычагов управления затратами (снижение издержек). Согласно классификации Системы национальных счетов некоммерческие организации относятся к пятому сектору. Некоммерческие организации действуют на принципах самофинансирования, их функциями являются удовлетворение социальных, духовных, культурных и ряда других потребностей [1]. Государственные учреждения финансируются за счет бюджетных средств. В целом это организации, деятельность которых сводится к осуществлению управленческих, социально-культурных, научно-технических и иных целей некоммерческого характера в рамках поддержания функций государства.

Отличие некоммерческих организаций от коммерческих компаний состоит в том, что они не ставят основной целью своей деятельности извлечение прибыли и распределение ее между участниками.

Некоммерческие организации могут создаваться для социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей; для охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан; защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов; оказания юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ (ст. 2 Федерального закона от 12 января 1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»).

Среди наиболее развитых некоммерческих организаций в России лидирующую позицию занимают религиозные. Финансовые отношения в религиозных организациях построены на добровольных пожертвованиях или членских взносах. Причем подчеркивается, что пожертвование – дарение вещи или права в общепользовательных целях. Пожертвование не может рассматриваться как доход в общепринятом значении.

Число религиозных организаций в России на январь 2010 г. составляло 23 494, из которых 433 – централизованных, 2 176 – местных, 193 – учреждения профессионального религиозного образования. По сравнению с 2008 г. количество религиозных организаций в России выросло на 1,7%. Наибольшую долю в составе религиозных организаций составляют организации Русской православной церкви. Русская православная церковь развивается наиболее быстрыми темпами (см. таблицу).

Динамика развития организаций Русской православной церкви

Организация	2005	2006	2007	2008	2009
Храмы и молитвенные дома	26 600	27 303	27 942	29 141	30 142
Монастыри	688	713	732	769	788
Епархии	132	131	142	156	160

Отличительным признаком развития религиозных организаций в России является экстенсивность, т. е. стремительное увеличение количества приходов при одновременном отсутствии должного контроля за их деятельностью, в том числе в финансовом плане, со стороны государственных органов.

Одной из проблем развития религиозных организаций (в частности, Русской православной церкви) является отсутствие отлаженной системы бухгалтерского учета и отчетности, которая учитывала бы особенности их финансирования. Отсутствие методических правил для религиозных организаций усложняет взаимодействие организаций (приходов) с вышестоящими структурами (епархией, патриархатом). По мнению авторов, построение системы бухгалтерского учета – это необходимый этап в формировании устойчивой экономики организации. Для достижения цели необходим подход, учитывающий специфику религиозных организаций.

Полной правоспособностью в соответствии с Федеральным законом от 26 сентября 1997 г. № 125-ФЗ «О свободе совести и религиозных объединениях» обладают религиозные объединения, которые зарегистрированы в соответствующем порядке. Религиозные группы в этом случае не подлежат контролю со стороны государства и не обладают правоспособностью юридического лица.

Обязанность ведения бухгалтерского учета возлагается на все юридические лица Российской Федерации, за исключением организаций, применяющих упрощенную систему налогообложения. Таким образом, бухгалтерский учет должны вести все религиозные организации.

Особенности ведения бухгалтерского учета в религиозных организациях [2] заключаются в формировании информации по особо ценным предметам религиозного назначения, в том числе предметам культурного наследия, в наличии драгоценных металлов, в детализации источников поступления средств и механизме распределения расходов по видам деятельности.

Проблемами учета в религиозных организациях являются:

- отсутствие методических основ, учитывающих специфику деятельности рассматриваемых организаций;
- определение прав собственности на имущество или владения им;
- оценка особо ценных предметов религиозного назначения;
- отсутствие механизма передачи имущества внутри организации в целом;
- непрозрачность учета.

В настоящее время религиозные организации за основу рабочего плана счетов принимают План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организации, утвержденный приказом Минфина РФ от 31 октября 2001 г. № 94н, который не адаптирован для некоммерческих организаций в целом и для религиозных организаций в частности. Таким образом, религиозным организациям необходимо вводить значительное количество счетов аналитического учета, чтобы рабочий план счетов отражал специфику их деятельности.

Порядок передачи имущества религиозным организациям в собственность либо пользование имуществом определено Положением о передаче религиозным организациям находящегося в федеральной собственности имущества религиозного назначения, утвержденным постановлением Правительства РФ от 30 июня 2001 г. № 490. В соответствии с ним в собственность или пользование может передаваться движимое и недвижимое имущество религиозного назначения, находящееся в федеральной собственности.

Передача имущества религиозным организациям в собственность может осуществляться при условии обеспечения религиозной организацией его сохранности и использования в соответствии с целями деятельности религиозной организации, определяемыми ее уставом. Особо ценные объекты культурного наследия, являющиеся имуществом религиозного назначения, могут передаваться в пользование при обеспечении условий их сохранности и безопасности.

Передаваемое религиозным организациям имущество религиозного назначения, отнесенное к памятникам истории и культуры, используется ими на условиях договора (обязательства), оформляемого в установленном порядке. Например, Исаакиевский собор г. Санкт-Петербурга.

Имущество религиозного назначения, которое в соответствии с законодательством Российской Федерации не подлежит отчуждению из федеральной собственности, может быть передано религиозной организации в безвозмездное пользование на определенный срок или на период существования этой организации, а также может быть предоставлено ей в совместное с иными организациями использование.

Предметы религиозного назначения, входящие в состав государственной части Музейного фонда Российской Федерации или государственной части Архивного фонда Российской Федерации, отчуждению из государственной собственности не подлежат. Данные ограничения установлены Федеральным законом от 24 апреля 1996 г. № 54-ФЗ «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации».

Оценка особо ценных предметов религиозного назначения также вызывает некоторые трудности. Определить рыночную стоимость таких объектов не всегда возможно, поскольку отсутствуют их аналоги. Если в данном случае воспользоваться услугами оценщика, то необходимо соблюдать принцип рациональности. Если расходы на определение рыночной стоимости превышают стоимость имущества или сопоставимы с ней, то требование рациональности нарушается [3].

В Русской православной церкви отсутствует механизм передачи имущества внутри организации, что ведет к проблеме определения права собственности. Поскольку все имущество, которым владеют православные приходы (монастыри, епархии), является собственностью Русской православной церкви, то неясны условия пользования

данного имущества и механизм его передачи. В то же время приходы являются обособленными юридическими лицами и, как любое юридическое лицо, вправе распоряжаться имуществом самостоятельно.

В религиозных организациях нет прозрачности учета, так как информация, формируемая ими, является ограниченной из-за недостатков методологии учета. Бухгалтерский учет в религиозных организациях ведется простым способом, вручную, что ухудшает качество предоставляемой информации. Отчетность, предоставляемая вышестоящим структурам, также формируется упрощенно (по поступлениям и расходам) и, по сути, представляет собой отчет об использовании поступивших денежных средств.

Основным источником формирования средств религиозных организаций являются добровольные пожертвования прихожан в виде денежных средств или имущества. Данные пожертвования являются целевыми средствами и учитываются на счете 86 «Целевое финансирование». Поэтому методика учета должна, в первую очередь, затрагивать аналитический учет по данному счету.

Следует отметить, что использование счета 86 некоммерческими организациями недостаточно детально раскрывается в Плане счетов.

Для религиозных организаций авторы предлагают раскрытие счета 86 по следующим аналитическим счетам:

86-1 – «Анонимные пожертвования».

86-2 – «Пожертвования на реставрацию храма (церкви)».

86-3 – «Пожертвования на убранство храма (церкви)».

86-3 – «Свечной сбор».

86-4 – «Пожертвования при распространении церковной утвари».

86-5 – «Пожертвования при распространении книг».

86-6 – «Прочие источники».

Анонимными пожертвованиями служат тарелочно-кружечный сбор, пожертвования из ящика пожертвований (в случае, если он не установлен с определенной целью), поступления от жертвователей без указания целевого направления пожертвования, в том числе и от совершения треб и обрядов.

В зависимости от вероисповедания в счет 86 «Целевое финансирование» могут входить регулярные добровольные взносы прихожан.

Некоммерческий сектор в развитых странах является основой стабильного экономического роста [4]. Это важно и для становления экономической системы России. На некоммерческие организации возлагается выполнение социальных, духовных и культурных функций, которые направлены на социальное развитие общества.

Отсутствие отлаженной системы учета приводит к недостаточности средств контроля за формированием и использованием денежных средств и имущества в религиозных организациях.

Источники

1. Привалов Н.Г. Экономика некоммерческого сектора: учебник. Екатеринбург : Уральское изд-во; М. : Большая медведица, 2009.

2. Гамольский П. Ю. Некоммерческие организации: особенности налогообложения и бухгалтерского учета. М. : Книга и бизнес, 2008.

3. Шведов О. В. Энциклопедия церковного хозяйства. М. : Ковчег, 2003.

4. Уорд К. Стратегический управленческий учет : пер. с англ. М. : Олимп-Бизнес, 2002.



ТАИПОВ Тимур Нуритдинович

Аспирант кафедры финансов

Башкирский государственный аграрный университет
450001, РФ, г. Уфа, 50-летия Октября, 34
Контактный телефон: (927) 326-90-79
e-mail: _t_t_@bk.ru

ГУСМАНОВ Искандер Узбекович

Доктор экономических наук, начальник отдела финансового мониторинга

Национальный банк Республики Башкортостан
450004, РФ, г. Уфа, ул. Театральная, 3
Контактный телефон: (962) 539-40-30
e-mail: gusmanov@ufa.cbr.ru



Экономические интересы владельцев транспортных средств при ОСАГО

Ключевые слова: страхование; ответственность; ОСАГО; дорожно-транспортное происшествие; убыток; возмещение; обеспечение; страховая сумма; тариф; лимит ответственности; моделирование; инфраструктура.

Аннотация. Специфический вид страхования – ОСАГО – рассмотрен с точки зрения интересов страхователя. Выявлены недостатки, составлен прогнозный сценарий развития ОСАГО, рассмотрены тарифные ставки. Предложены меры по оптимизации экономических отношений между страхователями и страховщиками.

В Российской Федерации с принятием Федерального закона от 25 апреля 2002 г. № 40-ФЗ с 2003 г. введено обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств (далее ОСАГО). Потребность в появлении института ОСАГО в России была обусловлена социальными и экономическими отношениями, связанными с ростом числа автомобилей: с 11,5 млн ед. в 1994 г. до 26,7 млн ед. – в 2003 г. Это повлекло за собой необходимость совершенствования отношений автовладельцев при урегулировании последствий дорожно-транспортных происшествий (далее ДТП). До принятия указанного закона практика страхования ответственности автовладельцев носила добровольный и единичный характер, хотя данный вид страхования уже широко применялся в мировой практике.

Институт ОСАГО, выступающий в качестве инструмента урегулирования последствий ДТП и обеспечения возмещения ущерба пострадавшим, занимает одно из значительных мест в мировой практике страхования. Вместе с тем многие вопросы ОСАГО, рассматривавшиеся учеными до введения закона в действие, остаются дискуссионными с точки зрения его эффективности, необходимости и своевременности.

Практическая реализация закона выявила наличие проблем, требующих детальной проработки всей нормативной базы, регулирующей данный вид страховой деятельности. При этом слабо разработанными остаются вопросы урегулирования убытков от ДТП; однозначности подходов к оценке сумм ущерба; формирования и использования резервных фондов страховых компаний, что приводит к занижению выплат или их отсутствию в спорных случаях. Кроме того, имеет место проблема несвоевременности выплат.

Одним из аспектов, вызывающих непрекращающиеся дискуссии в обществе, является соответствие лимитов ответственности страховым тарифам. Несмотря на относительно высокий размер тарифа, максимальные суммы выплат остаются сравнительно низкими, и их размер зачастую недостаточен для возмещения последствий ДТП.

Социально-экономическое значение ОСАГО, а также практика его широкого применения ставят перед государством и научными кругами задачу совершенствования системы страхования гражданской ответственности в соответствии с потребностями современного рынка. Все вышеуказанное обуславливает актуальность разработки теоретических, методологических и практических основ совершенствования обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств.

На начало 2009 г. операции по ОСАГО проводились 168 страховыми компаниями. Условия работы в этой отрасли страхования установлены на законодательном уровне и равны для всех страховых компаний. Лидерами на рынке являются: ОАО «Росгосстрах», «Ингосстрах», страховая группа «Уралсиб», страховой дом ВСК (ОАО «Военно-страховая компания»), страховая группа «Спасские ворота». На долю вышеперечисленных страховых компаний приходится более 75% рынка ОСАГО в РФ.

Безусловным лидером рынка с момента введения ОСАГО является ОАО «Росгосстрах» – крупнейшая в России страховая компания, предоставляющая широкий спектр страховых услуг частным лицам и компаниям для защиты от самых разнообразных рисков.

Общее количество страховых компаний, ведущих деятельность по ОСАГО, постоянно меняется. В табл. 1 приведены основные показатели рынка данного вида страхования.

Таблица 1

Показатели рынка ОСАГО

Год	Число страховых компаний, обладающих лицензией на проведение ОСАГО	Сборы по ОСАГО, млн р.	Количество договоров, млн	Средняя стоимость полиса, р.	Выплаты по ОСАГО, млн р.	Количество страховых случаев, ед.	Средний размер выплаты, р.
2004	156	50 600	26,5	1 909	19 700	901 925	21 842
2005	169	55 300	28,4	1 947	28 200	1 103 232	25 561
2006	162	63 600	31,3	2 031	32 600	1 336 876	24 385
2007	168	72 000	34,5	2 086	41 300	1 630 955	25 322
2008	178	75 500	35,0	2 157	44 700	1 757 745	25 430
Среднее значение	–	63 400	31,1	2 026	33 300	1 346 146	24 508

Как видно из данных табл. 1, в численности лицензированных страховых компаний наблюдалась тенденция к росту до 2007 г. С 2008 г. начался перелом в деятельности мелких страховых компаний, следствием чего явился отзыв лицензии у 10 компаний. В 2009 г. проявились основные последствия мирового финансового кризиса. Большое число страховых компаний обанкротились, и у многих были отозваны лицензии. В результате численность компаний сократилась до 139.

Рассматривая динамику сборов по ОСАГО, можно проследить тенденцию одновременного роста как суммы сборов, так и количества выданных полисов, но рост сборов опережает по темпам прирост количества договоров, что ведет к повышению средней стоимости полиса. Если в 2004 г. она составляла 1 909 р., то в 2008 г. – 2 157 р. Это объясняется увеличением поправочных коэффициентов. Средний размер стоимости полиса (2 026 р.) примерно равен базовой ставке (1 980 р.), что свидетельствует о ее

сбалансированности. Средний размер страхового возмещения по 1 страховому случаю в период 2004–2008 гг. увеличился незначительно. При этом общая сумма выплат и количество страховых случаев выросли примерно в 2 раза. Темп роста среднего показателя страхового возмещения увеличился в пределах влияния инфляции и не отражает рост средней цены автомобилей и стоимости их ремонта.

В целом по рынку ОСАГО можно проследить тенденцию роста показателей суммы сборов, что является следствием изменения тарифной политики ОСАГО со стороны государства. Наблюдается тенденция роста выплат, опережающего по темпам рост сборов. Одной из причин этого можно считать увеличение стоимости восстановительного ремонта транспортных средств в результате инфляционных явлений в экономике, а также стоимости транспортных средств и повышение страховой грамотности населения, обращающегося за возмещением в страховые компании даже в случае незначительных ДТП.

С помощью методов математического моделирования на основе исходных данных (табл. 2) были разработаны прогнозные сценарии развития системы ОСАГО.

Таблица 2

Динамика изменения страховых сборов и выплат

Год	Квартал	Сумма страховых сборов, млрд р.	Сумма страховых выплат, млрд р.	Убыточность страховой суммы $У(t)$, %
2004	I	9,87	4,01	54,6
	II	9,99	4,06	54,9
	III	10,20	4,14	55,2
	IV	10,44	4,49	55,5
2005	I	10,90	4,87	55,3
	II	11,12	6,02	56,9
	III	11,43	6,26	57,8
	IV	11,65	6,75	58,6
2006	I	12,05	6,48	58,5
	II	12,33	6,69	59,1
	III	12,64	6,97	59,4
	IV	12,98	7,46	59,7
2007	I	13,64	7,98	62,1
	II	13,97	8,68	64,5
	III	14,65	9,22	66,1
	IV	14,74	9,62	67,0
2008	I	14,89	10,06	67,3
	II	14,96	10,48	66,4
	III	15,19	9,99	65,4
	IV	60,40	38,60	57,0
2009	I	16,70	11,10	69,3
	II	23,20	12,50	66,3
	III	20,90	12,50	65,8

Построение кривой роста и использование максимального коэффициента детерминации дали возможность определить наилучшую модель и рассчитать показатели ОСАГО для будущих периодов с учетом величин доверительных интервалов (табл. 3).

Как видно из табл. 3, относительная ошибка прогноза незначительна, что позволяет нам с высокой долей вероятности гарантировать точность прогноза.

Вышеприведенные данные показывают, что ожидается снижение убыточности операций по ОСАГО в результате антикризисных мероприятий, которые проводятся

страховыми компаниями. Приоритетными направлениями данных мероприятий являются сокращение издержек, уменьшение штата работников и занимаемых площадей с целью уменьшения расходов по ведению деятельности, которые приняты в расчетах за постоянную величину.

Таблица 3

Прогнозные показатели развития ОСАГО

Период	Точечный прогноз	Нижняя граница прогноза	Верхняя граница прогноза	Абсолютная ошибка прогноза	Относительная ошибка прогноза, %
IV кв. 2009	0,658	0,632	0,683	0,026	3,9
I кв. 2010	0,645	0,618	0,671	0,026	4,1
II кв. 2010	0,641	0,614	0,668	0,027	4,2
III кв. 2010	0,632	0,605	0,660	0,028	4,4
IV кв. 2010	0,624	0,596	0,652	0,028	4,5
III кв. 2011	0,601	0,570	0,631	0,031	5,1
III кв. 2012	0,533	0,499	0,567	0,034	6,4

Таким образом, можно сделать вывод о том, что к 2012 г. появится резерв для снижения базовой ставки ОСАГО до 90% от действующей на данный момент величины. Для более плавного перехода считаем целесообразным ступенчатое снижение базового тарифа ОСАГО: к 1 января 2011 г. – до $1\,980 \times 0,961 = 1\,902$ р.; к началу 2012 г. – до $1\,980 \times 0,929 = 1\,839$ р.; к началу 2013 г. – до $1\,980 \times 0,831 = 1\,645$ р.

Для нормального функционирования системы обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств в Российской Федерации необходимо:

- повышать уровень страховой культуры в обществе;
- совершенствовать законодательную базу данного вида страхования, обеспечивая ее соответствие современным условиям страхового рынка;
- ужесточить требования к формированию и использованию резервных фондов (обязательное страхование должно основываться на принципе формирования страховых резервов и исключать нецелевое использование средств);
- развивать страховую инфраструктуру, связанную с взаимным информационным обеспечением страховщиков открытой консультационной базой в области актуарных расчётов, определения тарифов и т. п.

При регулировании экономических интересов страхователей и страховщиков важно сохранять баланс между пределом ответственности страховщика и базовой ставкой страхового тарифа. Таким образом, снижение убыточности страховых операций дает возможность повысить предел ответственности без изменения базовой ставки.



СУРНИНА Надежда Матвеевна

Доктор экономических наук, профессор,
заведующая кафедрой экономической статистики

Уральский государственный экономический университет

620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45

Контактный телефон: (950) 197-78-84

e-mail: decane@usue.ru

СМИРНЫХ Светлана Николаевна

Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятий

Уральский государственный экономический университет

620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45

Контактный телефон: (912) 619-34-78

e-mail: sns6@yandex.ru



ОРЕХОВА Светлана Владимировна

Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятий

Уральский государственный экономический университет

620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45

Контактный телефон: (922) 206-17-28

e-mail: bentarask@list.ru

Управление человеческим капиталом вуза: механизмы и стратегии (на примере ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»)

Ключевые слова: человеческий капитал; стратегия управления высшим учебным заведением; профессорско-преподавательский состав; рынок образовательных услуг.

Аннотация. Реформирование системы высшего профессионального образования приводит к необходимости разработки новых моделей управления человеческим капиталом вуза. В статье проведен анализ кадровой политики Уральского государственного экономического университета. На основе опроса преподавателей университета выделены кластеры, характеризующие персонал с различным человеческим капиталом. Мониторинг человеческого капитала вуза позволяет авторам предложить рекомендации по развитию его кадровой стратегии.

Реализация приоритетного национального проекта «Образование» невозможна без создания эффективных механизмов стратегического управления человеческим капиталом образовательных учреждений.

Институциональные шоки внешней среды (экономический кризис, ухудшение демографической ситуации, переход системы образования на международные стандарты и др.) определяют изменение функциональной роли профессорско-преподавательского состава в развитии вузов [1; 2].

Целью исследования является обоснование модели инвестирования в человеческий капитал вуза в соответствии с его общей стратегией развития.

Задачи исследования:

- 1) выявление факторов институциональной среды, определяющих особенности функционирования профессионального рынка труда вузов;
- 2) систематизация подходов к оценке человеческого капитала и эффективности инвестиций в него со стороны работодателя;
- 3) эмпирический анализ человеческого капитала профессорско-преподавательского состава вуза;
- 4) разработка рекомендаций по выбору стратегии управления человеческим капиталом вуза.

Информационной базой исследования являются результаты анкетирования преподавателей ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», проведенного в I квартале 2010 г.

Анализ многочисленных исследований [3–10] позволил систематизировать факторы, определяющие особенности профессионального рынка труда вузов (рис. 1).

Обоснование выбора кадровой стратегии на основании анализа человеческого капитала впервые предложено в рамках теории человеческого капитала Г. Беккера, где выявлена зависимость объемов инвестирования в работника от его специфического стажа [11]. В теории установления соответствия работника и рабочего места (job-matching) Б. Джовановича эффективность инвестирования в человеческий капитал также обусловлена долгосрочностью найма, но объясняется снижением асимметрии информации и издержек на ее устранение [12]. Теория карьерной мобильности (career mobility), предложенная Н. Сичерманом и О. Галором, устанавливает положительную зависимость между отдачей от инвестиций в человеческий капитал в виде более высокой заработной платы и вероятностью перемещения работника на более привлекательную должность [13].

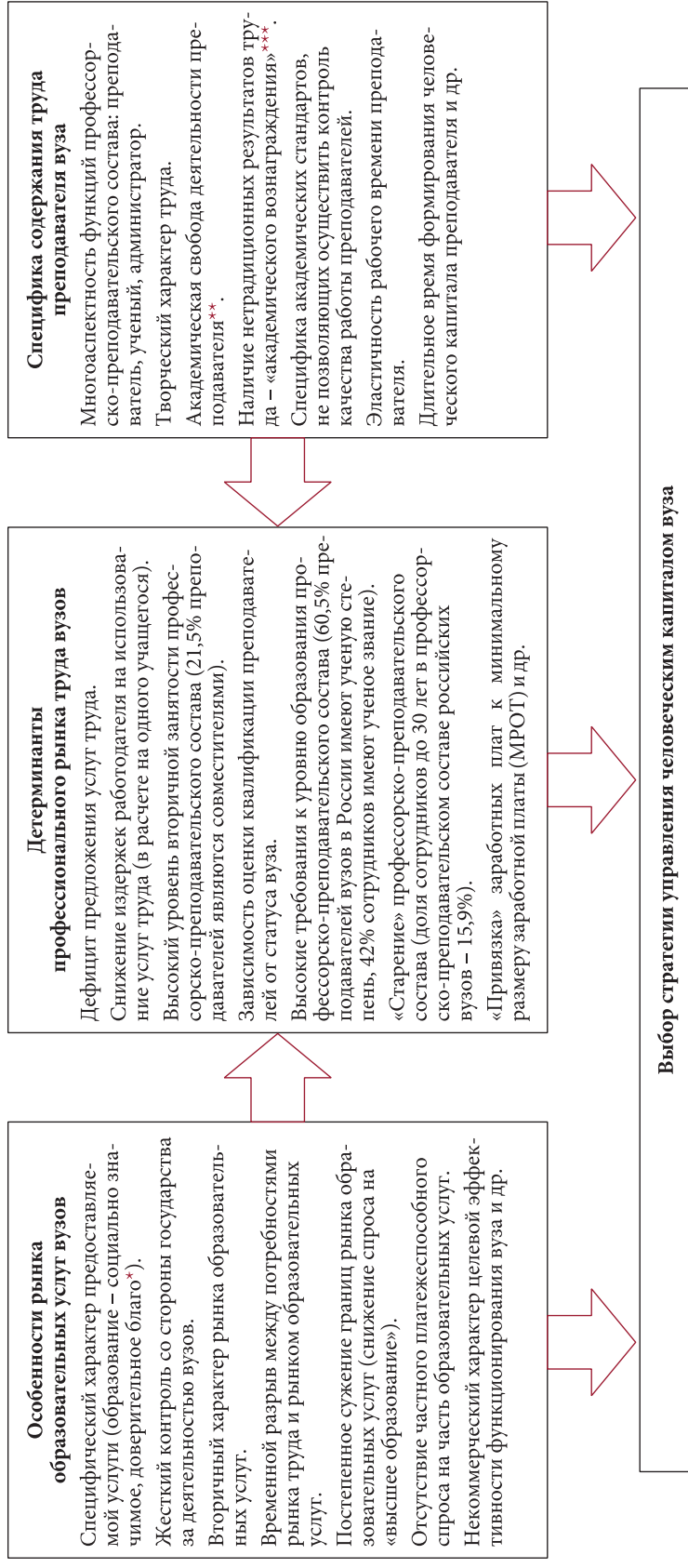
Эмпирические исследования показывают, что фирмы больше инвестируют в общий человеческий капитал, а специфический человеческий капитал, наоборот, «штрафуется» более низким приростом заработной платы работника [14; 15]. Серия исследовательских проектов К.З. Сабирьяновой и Д.В. Нестеровой увязывает вероятность смены работы с падением дохода на текущем рабочем месте и увеличением на альтернативной работе, ростом «переносимости» человеческого капитала и снижением издержек смены работы [16; 17].

Немало исследований посвящено изучению особенностей управления человеческим капиталом в образовательных организациях. В работе Даймонда оптимальный объем инвестиций ученого в человеческий капитал увязывается с его жизненным циклом и учетом его производительности со стороны университета [18]. Гарнер использовал модель скрининга для анализа процедур найма преподавателей и их карьерного роста [19], а Розен внес вклад в объяснение разницы в производительности труда и уровне вознаграждения ученых [20].

Эмпирический анализ форм и механизмов инвестирования в человеческий капитал профессорско-преподавательского состава российских вузов остается не до конца исследованной областью.

Результаты анкетирования преподавателей Уральского государственного экономического университета позволяют авторам сделать ряд выводов. Специфичность человеческого капитала профессорско-преподавательского состава УрГЭУ достаточно высока, но поддерживается в большей степени самими работниками (табл. 1).

Вуз напрямую не стимулирует приобретение специфических профессиональных качеств, устанавливая «барьеры входа» на внутренний рынок труда: 52% опрошенных преподавателей в прошлом являлись студентами данного вуза, а еще 42% – преподавателями других вузов. Вместе с тем указанный факт свидетельствует о стремлении вуза оптимизировать затраты, связанные с подбором, наймом и адаптацией преподавателей.



* Доверительное благо (товары) – товары, для которых установление покупателем необходимого их объема и качества невозможно либо связано с высокими издержками [20, С. 53].
 ** Академическая свобода предполагает свободу выбора преподавателем направления и содержания своей деятельности и мягкость форм административного контроля [20, С. 52].
 *** Академическое вознаграждение – совокупность внутренних позитивных свойств академической деятельности, которую могут оценить только сами преподаватели и исследователи, работающие в университете (внутреннее удовлетворение от деятельности, неотчуждаемость результатов труда, признание коллег, наличие последователей и учеников) [20, С. 52].

Рис. 1. Детерминанты функционирования профессионального рынка труда вузов

Таблица 1

Основные факторы удержания преподавателей ГОУ ВПО «УрГЭУ»

Фактор	Доля опрошенных, %
1. График работы	73
2. Возможность изменения объемов работы (за счет «платной нагрузки»)	34
3. Размер заработной платы	11
4. Дружные отношения в коллективе	44
5. Близость к дому	11
6. Невозможность альтернативного трудоустройства ввиду возраста	6
7. Невозможность альтернативного трудоустройства ввиду узкой специализации	2
8. Нежелание потерять статус (ученая степень и/или ученое звание)	19
9. Любовь к работе	63

Главным препятствием для повышения квалификации преподавателей является высокая «учебная нагрузка» (43,5% опрошенных) и отсутствие финансирования (46,8%). Вместе с тем значимым ограничителем профессионального развития персонала является низкая заинтересованность, так, 58% опрошенных указали, что «они не просили» руководство вуза оплачивать повышение квалификации (табл. 2).

Таблица 2

Структура видов повышения квалификации профессорско-преподавательского состава УрГЭУ

Вид повышения квалификации	Доля опрошенных, %
Поездка на конференцию	8
Курсы повышения квалификации	15
Стажировка	0
Поездка в библиотеку	2
Публикации (статьи, издание монографий)	17
Я не просил	58
Вуз оплачивал, но я не воспользовался	0

В качестве возможных причин отсутствия у преподавателей вуза мотивов к повышению квалификации можно отметить:

- негативные ожидания преподавателей, связанные с реформированием системы высшего образования;
- базовые характеристики сотрудников (возраст, низкая мобильность, жизненные приоритеты);
- неэффективную систему стимулирования в вузе; ориентацию вуза на реализацию образовательной стратегии развития, когда приоритетной является преподавательская, а не исследовательская деятельность.

Распределение времени между преподаванием, исследованиями и административной деятельностью во многом определяет конкурентное положение университета в академическом сообществе, а для описания данного феномена используют термин «взвешивания навыков» [21]. С одной стороны, инвестиции в исследования повышают и качество преподавания, а с другой – при ограниченном бюджете времени и усилиях исследования и преподавание могут создавать друг другу помехи. На выбор распределения усилий между этими компонентами деятельности влияют не только прямые стимулы администрации (бонусы, доплаты и пр.), но и институциональные правила, принятые в той или иной академической системе [20; 22].

Очевидно, что институциональная среда и особенности статуса УрГЭУ объясняют выбор «образовательной» стратегии развития университета. Однако *существует некоторое несоответствие отдельных элементов кадровой политики и сложившейся корпоративной культуры вуза*. Так, преподаватели «неявно» ориентируются на исследовательскую стратегию развития вуза, при которой приоритет отдается научным исследованиям и узкоспециализированной подготовке высококвалифицированных специалистов (магистров).

Результаты опроса также иллюстрируют, что у большинства преподавателей в структуре и рабочего времени, и дохода преподавание составляет наибольшую долю (рис. 2).

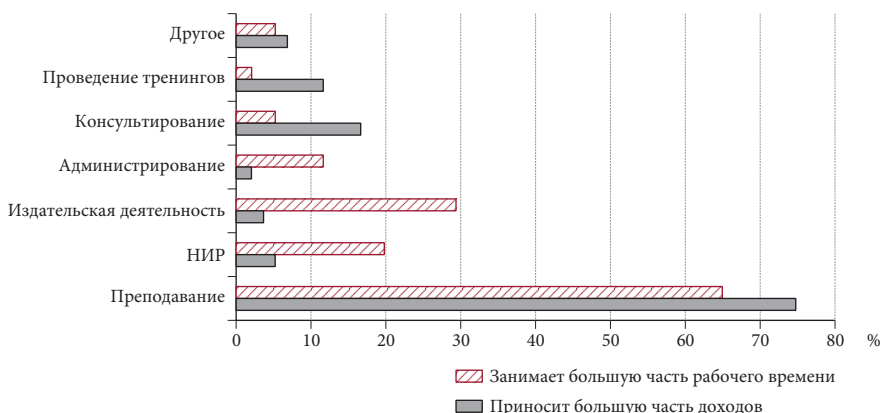


Рис. 2. Соотношение видов профессиональной деятельности преподавателя в контексте «время – доход»

Прямая зависимость уровня специфичности человеческого капитала и объемов инвестиций в работника подтверждается в исследовании при помощи инструментария кластерного анализа (метод *k*-средних, STATISTICA 6). Значимость выбранных параметров кластеризации подтверждается результатами дисперсионного анализа (табл. 3).

Таблица 3

Дисперсионный анализ результатов кластеризации 62 наблюдений*

Параметр	<i>F</i>	Значимость <i>p</i>
Шансы трудоустройства	18,55392	0,00000001472758000
Специфичность читаемых предметов	21,60567	0,00000000161316300
Специфический стаж	37,26641	0,00000000000014909
Должность	58,72879	0,00000000000000001

* Параметры *F* и *p* характеризуют вклад признака в разделение наблюдений на группы (кластеры). Лучшей кластеризации соответствуют большие значения *F* и малые значения *p* (до 0,05).

Кластерный анализ позволил выявить четыре относительно однородные группы преподавателей (табл. 4).

По итогам опроса, уровень образования (преподавательского статуса) и стаж работы являются важнейшими факторами обучения преподавателей за счет средств вуза (рис. 3).

При этом «старейшие сотрудники» меньше нуждаются в инвестициях работодателя в их развитие, а кластер «молодежь» ощущает необходимость и желание повышать квалификацию, но редко находит «финансовую» поддержку со стороны вуза (рис. 4).

Таблица 4

Интерпретация результатов кластерного анализа

Параметр кластеризации	Кластер 1 «Старейшие сотрудники»	Кластер 2 «Исполнительные преподаватели»	Кластер 3 «Профессионалы»	Кластер 4 «Молодые преподаватели»
1. Количество респондентов	12 чел. / 19,35%	13 чел. / 20,97%	20 чел. / 32,26%	17 чел. / 27,42%
2. Шансы альтернативного трудоустройства*	Низкие (2,2 балла)	Средние (3,8 балла)	Высокие (4,2 балла)	Очень высокие (4,4 балла)
3. Специфичность читаемых курсов**	Ниже средней (2,6 балла)	Низкая (1,3 балла)	Высокая (4,1 балла)	Выше средней (3,0 балла)
4. Специфический стаж	Максимальный (более 20 лет)	Средний 10–20 лет	Высокий 10–30 лет	Низкий (около 5 лет)
5. Должность	Доцент, профессор	Старший преподаватель, доцент	Доцент	Ассистент, старший преподаватель

* Оценены по пятибалльной шкале: 5 – высокие шансы альтернативного трудоустройства; 1 – очень низкие шансы (центральное значение по кластеру).

** Оценивалась по пятибалльной шкале: 5 – предметы читаются на одной специальности вуза; 1 – предметы читаются на всех специальностях (центральное значение по кластеру).

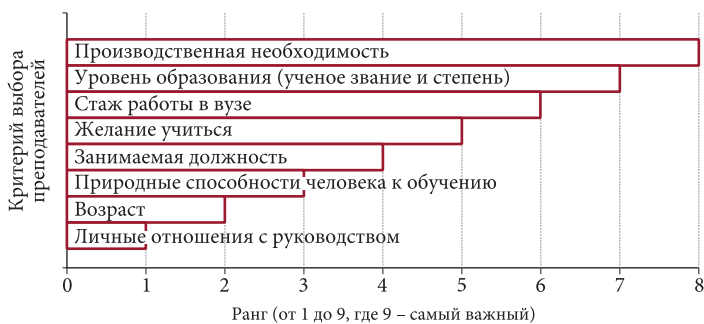


Рис. 3. Основные критерии выбора преподавателей для обучения за счет средств вуза (мнение преподавателей)



Рис. 4. Взаимосвязь потребности в повышении квалификации и частоты финансирования инвестиций в человеческий капитал УрГЭУ

Сравнительная характеристика стратегий развития организационных популяций российских вузов*

Критерии сравнения	«Государственное учреждение»	«Профессиональная корпорация»	«Квазифирма»
1. Сущность модели и ее типичные представители	Поставщик массового образования (педагогические вузы)	Поставщик профессионального образования (технические вузы, обеспечивающие формирование научных школ)	Поставщик массового высшего образования, преимущественно его платных форм (экономические и правовые вузы)
2. Тип ресурсной зависимости	Высокая зависимость от государства	Высокая зависимость от профессионального сообщества, относительно высокая степень ресурсной зависимости от бюджета науки	Высокая зависимость от бюджета, формируемого доходами от платного образования, т. е. от рынка. Минимальная зависимость от государственного бюджета
3. Степень информационной открытости для потребителя	Низкая	Высокая	Относительно высокая
4. Схема приема студентов	«Согласовательная» схема приема (ориентированная на государственные заказы)	«Избирательная» схема приема (организация олимпиад и конкурсов)	«Стандартная» схема приема (ЕГЭ и вступительные экзамены)
5. Способы принятия решений	Низкая коллегияльность в принятии решений при высокой роли учредителя и руководителя учебного заведения в определении стратегии и политики вуза	Относительно высокая степень коллегияльности в принятии решений, довольно значимая роль профессионального сообщества в определении политики вуза	Низкая степень коллегияльности принятия решений; высокая роль руководителя и ученого совета, низкая роль учредителя в определении политики вуза
6. Инвестиционная политика в отношении преподавателей	Ориентация на обеспечение необходимого количества образовательных услуг: предоставление бесплатных благ, стимулирование преподавательской нагрузки (акцент на количестве часов, а не на качестве преподавания) и научной деятельности	Ориентация на воспроизводство «профессиональной среды»: предоставление бесплатных услуг, стимулирование качества преподавания и научной деятельности	Ориентация на качество образовательных услуг: стандартные бесплатные услуги, стимулирование качества преподавания, но не развития научной деятельности. «Слабость» инвестиционной политики обусловлена высокой долей преподавателей-совместителей

* Составлено авторами по [26]. Основано на результатах опроса руководителей российских вузов, проведенного в 2006 г. (выборка – 151 вуз).

Результаты кластерного анализа показывают: чем выше специфичность человеческого капитала преподавателя, тем больше вуз в него инвестирует, а отдача от инвестиций становится ниже.

Постепенное сокращение емкости рынка образовательных услуг и реформирование системы высшего профессионального образования приводят к необходимости «осознанного» выбора стратегии развития университета, призванной повысить результативность его функционирования. При этом стратегия управления человеческим капиталом является важнейшей функциональной составляющей общей стратегии развития вуза.

Традиционно выделяют различные цели деятельности образовательных организаций, которые обуславливают выбор «образовательной» либо «исследовательской» стратегии развития университетов [20. С. 50–51].

В теории некоммерческих организаций часто отмечается вариативность их целевой функции. В качестве возможных целей вузов указывают максимизацию объемов или качества образовательных услуг, повышение позиции в рейтинге. В модели Д. Гарвина университет максимизирует свою полезность, которая является функцией от его престижности, качества и числа студентов [23. Р. 114]. Новый институциональный подход к анализу организационного поведения [24–26] в качестве ключевого фактора выбора стратегии развития вузов выделяет их ресурсную зависимость от основных институциональных акторов: государства, рынка и академического сообщества.

Результаты эмпирических исследований организационных популяций российских вузов [26] позволяют говорить о существовании трех условных «моделей» образовательных организаций: «государственное учреждение», «квазифирма» и «профессиональная корпорация», реализующих специфические типы стратегий развития (табл. 5).

Эффективная реализация стратегии развития УрГЭУ обуславливает необходимость изменения соответствующих элементов кадровой политики и постепенного формирования корпоративной культуры, призванных обеспечить согласование стратегических целей вуза и интересов профессорско-преподавательского состава.

По нашему мнению, приоритетными направлениями в этой области должны стать: мониторинг параметров человеческого капитала УрГЭУ на основе внедрения сбалансированной системы показателей; адресный характер реализуемых программ развития профессорско-преподавательского состава; оптимизация численности и структуры персонала; целевой подход к подбору и найму персонала на базе многоуровневой системы оценки кандидатов на вакантные должности; использование прозрачной системы мотивации, интегрированной в систему сбалансированных показателей человеческого капитала.

Источники

1. Преподаватели российских вузов: обзор материалов государственной статистики и мониторинга экономики образования // *Вопр. образования*. 2008. № 2.
2. Форрат Н. В. Проблема качества высшего образования: мировые вызовы и их российские трансформации // *Вопр. образования*. 2009. № 2.
3. Дентон М. Академические стандарты как общественные блага. Возможности для оппортунистического поведения / пер. с англ. М. Семеновы // *Вопр. образования*. 2005. № 4.
4. Гребнев Л. Экономика высшего образования в России: эволюция правовых норм и нормативов // *Вопр. экономики*. 2005. № 11.
5. Абанкина И. В., Осовецкая Н. Я. Определение потребности в магистрах по техническим специальностям // *Вопр. образования*. 2008. № 2.
6. Эльконин Д. Б. Размышления о перестройке советской системы образования // *Вопр. образования*. 2008. № 2.

7. Лопатин Л. Н. Качество советской вузовской системы – мифы и реальность // Вопр. образования. 2008. № 2.
8. Эфендиев А. Г., Решетникова К. В. Профессиональная деятельность преподавателей российских вузов: проблемы и основные тенденции // Вопр. образования. 2008. № 1.
9. Гимпельсон В. Е., Ощепков А. Ю. Рынок труда и динамика занятости в секторе образовательных услуг // Вопр. образования. 2005. № 4.
10. Галайда О. В. Образовательные услуги в современной мировой экономике. М. : Науч. книга, 2008.
11. Беккер Г. С. Человеческое поведение: экономический подход : избр. тр. по экон. теории. М. : Изд. дом ГУ–ВШЭ, 2003.
12. Jovanovic B. Job Matching and the Theory of Turnover // Journal of Political Economy. 1979. Vol. 87. Iss. 5.
13. Sichernan N., Galor O. A Theory of Career Mobility // Journal of Political Economy. 1990. Vol. 98. No. 1. Feb.
14. Acemoglu D., Pischke J. C. Beyond Becker: Training in Imperfect Labour Markets // The Economic Journal. 1999. Vol. 109. No. 453.
15. Мальцева И. О. Трудовая мобильность и стабильность: насколько высока отдача от специфического человеческого капитала в России? : препринт WP15/2007/01. М. : Изд. дом ГУ–ВШЭ, 2007.
16. Сабирьянова К. З. Макроэкономический анализ динамических изменений на российском рынке труда // Вопр. экономики. 1998. № 1.
17. Нестерова Д. В., Сабирьянова К. З. Инвестиции в человеческий капитал в переходный период в России // РПЭИ: научный доклад. 1998. № 99/04. Дек.
18. Даймонд А. М., мл. Поведение университетов и ученых: экономические объяснения / пер. с англ. М. Юдкевич, М. Паниной // Экономика университета: институты и организации : сб. пер. ст. с коммент. / пер. с англ. под науч. ред. М. В. Семенов. М. : Изд. дом ГУ–ВШЭ, 2007.
19. Garner A. C. Academic Publication, Market Signaling, and Scientific Research Decisions // Economic Inquiry. 1979. Vol. 17. Oct.
20. Юдкевич М. М. Деятельность университетов и ученых: экономические объяснения и академические оправдания // Экономика университета: институты и организации : сб. пер. ст. с коммент. / пер. с англ. под науч. ред. М. В. Семенов. М. : Изд. дом ГУ–ВШЭ, 2007.
21. Lazear E. Firm-Specific Human Capital: A Skill-Weights Approach // IZA Discussion Paper. 2003. No. 813.
22. Locke W. Integrating Research and Teaching Strategies: Implications for Institutional Management and Leadership in the United Kingdom // Higher Education Management and Policy. 2004. Vol. 16. No. 3.
23. Garvin D. A. The Economics of University Behavior. N. Y. : Academic Press, 1980.
24. Meyer J. W., Rowan B. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony // A. J. S. 1977. Vol. 83. No. 2.
25. Scott W. R. Richard Organizations: rational, natural and open systems. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall, 1998.
26. Павлюткин И. В. Образовательные организации как открытые системы: детерминанты вузовских стратегий в трех организационных популяциях : препринт WP10/2006/04. М. : Изд. дом ГУ–ВШЭ, 2006.

МЕЖЕВИКИНА Елена Алексеевна

Соискатель кафедры управления образованием Педагогического института

Южный федеральный университет
344006, РФ, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 33
Контактный телефон: (918) 515-54-01
e-mail: elena.mezhevikina@mail.ru



Гражданское образование в контексте процессов модернизации

Ключевые слова: гражданское общество; гражданское образование; гражданские ценности; правовое сознание; гражданский долг.

Аннотация. Гражданское образование в современной школе как многоплановая и скоординированная деятельность (государства – главного заказчика на образование и гражданского общества) по формированию нравственного облика личности становится частью образовательной политики в целом и педагогической практики в частности. Процесс формирования данного педагогического феномена может быть полноценно осмыслен только в широком культурном контексте, интегрирующем философию, историю, общественно-политические науки. Для преодоления кризисных явлений в нравственно-правовом сознании молодого поколения необходимо изучение условий развития гражданского образования старшеклассников. Это поможет сформировать у учащихся средних школ основы правовой и политической культуры, способствующие становлению общественно активной личности.

Современная социокультурная ситуация в построении гражданского общества заметно усиливает процессы противостояния новым цивилизационным вызовам. От образовательных стратегий гражданского образования, адекватных для начала XXI века, ждут ответов на вопрос «Каким будет человек в гражданском обществе?» разные группы общества: политики, чиновники, родители, бизнес-сообщество, профессиональные и общественные организации, средства массовой информации, правозащитники и др.

Гражданское образование в современной школе представляет собой многоплановую, систематическую, целенаправленную и скоординированную деятельность государства как главного заказчика на образование, а также региональных сообществ и гражданского общества в целом по формированию нравственного облика личности. Данная характеристика наиболее полно реализует способность школьника к сознательному, мотивированному поведению, усвоению и принятию нравственных норм, выражаемых в моральных понятиях, правилах, принципах, законах выработки алгоритма становления гражданских ценностей, правового сознания и гражданского долга, чувства верности Отечеству, использования их в качестве личностных критериев нравственной оценки и самооценки. Это – образование, ориентированное на формирование совокупности гражданских свойств личности.

Новое качество социальных ожиданий связано с осознанием того, что все свои проблемы общество может решать только через образованного и культурного (воспитанного) человека, способного к продуктивному сотрудничеству и совместной деятельности в сообществах, состоящих из людей, отличающихся вероисповеданием, национальностью, менталитетом, убеждениями, образом и смыслом жизни. Человек как субъект культуры, истории, собственной жизни представляет собой главный предмет

образования и науки. Гражданское образование становится частью образовательной политики общества в целом и педагогической практики в частности.

Процесс формирования такого педагогического феномена, как гражданское образование может быть наиболее полно осмыслен только в широком культурном контексте, интегрирующем философию, историю, общественно-политические науки.

Современные концепции гражданского образования опираются на различные представления о гражданине, гражданстве и гражданском обществе, зачастую характеризующиеся внутренней противоречивостью ввиду их длительной эволюции и разных культурно-исторических трактовок, что затрудняет определение методологических ориентиров формирования целей и содержания гражданского образования.

С учетом указанных проблем гражданское образование в контексте его личностно ориентированной парадигмы направлено на утверждение идеи приоритета прав человека, их защиту. В демократическом обществе ее реализация призвана обеспечивать достижение социального консенсуса в решении проблем гражданского строительства, а также умение постигать истину через диалог, поскольку подрастающему поколению предстоит находить ответы на сложные вопросы, касающиеся определения прав этносов, функционирования национальных языков и национальных культур, сохранения национально-этнических компонентов духовной культуры.

В ходе модернизации российского общества, нацеленной на укрепление основ правового государства, среди прочих неотложных задач, предстоит решить такую, как создание гомогенной правовой культуры демократического (гражданского) типа. О социальной значимости для России проблемы целенаправленного формирования правовой культуры, и в частности правовых ценностей, подробно писали еще русские историки государственной школы, а чуть позже – замечательный мыслитель И. А. Ильин, который, анализируя историю Российского государства, объяснял причины политических кризисов исходя из характера правосознания российского общества.

В современной России правовые реформы не сопровождаются пока целенаправленным воспитанием молодежи в ценностях права. Между тем эти ценности не формируются естественным путем, практикой современных российских социально-экономических отношений. Не укоренены они и в культурно-исторической традиции России. Поэтому разработка концепции гражданского образования современного молодого поколения должна опираться на знание реальных правовых установок и ценностей, которые воспроизводятся в обществе и воспринимаются молодежью.

Для преодоления кризисных явлений в нравственно-правовом сознании молодого поколения необходимо изучать условия развития гражданского образования старшекласников средних школ.

Одним из приоритетов образовательной деятельности школы и важнейшей ее задачей согласно «Концепции модернизации российского образования на период до 2010 года» является «воспитание гражданственности, уважения к правам и свободам человека, любви к своей Родине». В Концепции определены новые требования, предъявляемые к системе российского образования [1. С. 8]:

- школа (в широком смысле слова) должна стать важнейшим фактором гуманизации общественно-экономических отношений, формирования новых жизненных установок личности;
- обществу нужны образованные, нравственные, предприимчивые люди, которые могут самостоятельно принимать ответственные решения в ситуации выбора, прогнозируя их возможные последствия, способности к сотрудничеству; кроме того, они должны отличаться мобильностью, динамизмом, конструктивностью, обладать развитым чувством ответственности за судьбу страны;
- использование потенциала образования для консолидации общества, сохранения единого социокультурного пространства страны, преодоления этнонациональной

напряженности и социальных конфликтов на началах приоритета прав личности, равноправия национальных культур и различных конфессий, ограничения социального неравенства, формирования профессиональной элиты.

В качестве базовых компетенций гражданское образование сегодня включает в себя такие современные аспекты, как правовой, мультикультурный, демократический, наднациональный, институциональный и др., находящие свое отражение во множественной (или многоуровневой) идентичности гражданина.

Знание правовых норм и отношений, а также ценности и образы формируют нравственно-правовое сознание гражданина, которое реализуется в его соответствующем поведении. В этой связке определяющим компонентом формирования гражданских ценностей является нравственно-правовое сознание, поскольку именно оно определяет поведение человека.

В правосознании можно выделить такие составные элементы, как знание правовых норм, законов, Конституции РФ, ценностное отношение к правовой организации конкретного общества, которое может включать критику действующего права и иных по отношению к существующей системе права ценностных ориентаций, направленных на признание возможности ее изменения. Правосознание выполняет функции отражения и оценки всех ее остальных компонентов: права как совокупности норм, правовых институтов, правового поведения, а также порождаемых юридическими нормами правовых отношений. В качестве системообразующего элемента правового сознания выступают правовые ценности, которые детерминируют правосознание и правовую культуру в целом. Они служат мотивообразующим основанием, участвуют в определении целей и средств развития личности, являются основой принятия решений и критерием того, к чему следует стремиться и чего следует избегать, выступают в качестве арбитра при разрешении внутренних конфликтов.

Для устранения низкого уровня нравственного и правового воспитания, преодоления кризисных процессов, неуважения прав и свобод человека и гражданина, для борьбы с конфронтацией в обществе от всех государственных и общественных институтов требуются незамедлительные действия по утверждению прав и свобод человека и гражданина, а также утверждению законности.

В науке методологически уже сформирована система универсальных ценностей, определяющих не только моральные, но и правовые системы цивилизованных стран. А.А. Пинский называет следующие базовые нормы, ценности, отношения, входящие в систему права:

- ценность индивидуальной свободы;
- ценность межличностной и межгрупповой толерантности;
- недопустимость насилия и агрессии;
- ценность собственности и материального достатка;
- уважение к труду;
- уважение к жизни;
- недопустимость дискриминации разного рода, идея принципиального правового равенства людей;
- почитание реального альтруизма и жертвенности;
- ощущение ценности естественного многообразия и, соответственно,
- ощущение сомнительности различных искусственных унификаций;
- переосмысление достоинства и ценности природы, «экологическая идея» [2. С. 15].

Самосознание как сознание личности, направленное «вовнутрь», «на самого себя», непосредственно формируется в процессе идентификации ценностей культуры, ценностей социума. Нравственно-правовое самосознание реализуется в нравственной жизни и правовых отношениях, в понимании собственных ценностно-смысловых оснований, определяющих отношения с миром, государством, ближайшим окружением;

оно интерпретируется в качестве способности к переживанию, самооценке, рефлексии себя как свободной, нравственной личности и гражданина. Нравственно-правовое самосознание нацелено на самооценку нравственных сил человека, направляемую идеалом самосовершенствования. Нравственность связана со свободой и ответственностью. Нравственный человек – тот, кто свободно признает личность в другом, считается с ней, строит жизнь на началах взаимодействия свободных и ответственных людей.

В процессе гражданского образования у учащихся формируются основы правовой и политической культуры, способствующие становлению общественно активной личности, «обладающей чувством собственного достоинства, знающей и уважающей права и свободы человека, готовой и умеющей отстаивать и защищать их, наделенной гражданским самосознанием» [3. С. 20]. А таким человек «не дан» непосредственно: только с помощью образования, представляющего собой процесс целенаправленно организованного взаимодействия с людьми на началах разума, взаимной ответственности и свободы, он становится личностью. В этом заключается основная посылка идеи нравственно-правового самосознания.

Моделируя современную систему гражданского образования, ученые пришли к выводу о том, что она должна концентрировать в себе образ человека культуры, т. е. свободной, гуманной, духовной личности, ориентированной на ценности мировой и национальной культуры, способной к творческой самореализации в мире культурных ценностей, к нравственной саморегуляции и адаптации в изменяющейся социокультурной среде. Все это диктует необходимость проектирования оптимальной системы гражданского образования, которая согласно Закону «Об образовании» должна «максимально полно соответствовать складывающемуся типу культуры, отвечая на актуальные вопросы современной цивилизации».

Процессуальные связи объясняют возможность и обоснованность рассмотрения и организации гражданского образования как культурного процесса, как процесса вхождения человека в целостный мир культуры, как единства духовного, нравственного и личностного становления гражданина, не ограничивая его лишь функцией социализации. Такова комплексная система организации различных видов педагогической деятельности, стержнем которой являются правовое, гражданское и нравственное обучение и воспитание, реализуемые как через учебно-воспитательный процесс, так и посредством демократической, правовой организации школьной среды.

Для создания системы гражданского образования требуется, прежде всего, общность позиции в употреблении основных понятий, поскольку воспитательный процесс конструируется как своеобразный культурный акт (событие), опирающийся на закономерности и механизмы усвоения содержания в виде значений и смыслов путем перевода их субъектами на уровень личностных культурных смыслов (когнитивных, ценностных, регулятивных), являющихся главными образующими в структуре целостного сознания личности, а также универсальными структурными элементами культуры. Культурным событием для нас служит порождение смыслов, в которых ученик выступает как субъект мыследеятельности, творец собственных смыслов, выражающий личностное отношение к содержанию образования.

Учет взаимосвязи культуры и человека на протяжении всей его жизни позволит конструировать образование целостно, т. е. не как этап подготовки молодежи к жизни, а как полноценную во всех отношениях и в первую очередь в культурном плане, саму жизнь. Такую взаимосвязь можно считать одним из основных предметов исследования при разработке культурологических концепций целостности образования, поскольку она во многом определяет необходимую содержательную и процессуальную основу «человечивания» воспитания и обучения, т. е. гуманизацию образования:

1) целостную аксиологическую основу как единство ценностных ориентаций отдельно взятого человека и системно-структурную организацию культурных ценностей человечества;

2) целостное представление о закономерностях развития человека как существа природного, социального и духовного;

3) целостное представление о единстве деятельности и сознания;

4) целостное представление о содержании образования как усваиваемом опыте, представляемом в единстве значений и смыслов (единство объективного и субъективного, социального и индивидуального, бытийного и рефлексивного);

5) универсальность механизмов порождения и обретения значений и личностных смыслов как главных образующих сознания, и т. д.

По мнению С. И. Гессена, «каждому слою культуры не должен соответствовать определенный общественный класс, но каждый человек, участвуя в хозяйственной жизни общества и в гражданской его жизни, должен быть причастен к образованности». Отсюда, цели и задачи образования он определил как «приобщение человека к культурным ценностям науки, искусства, нравственности, права, хозяйства, превращения природного человека в культурного», отметив при этом, что «деление культуры определяет и деление образования на его виды», а значит, «в основе деления понятия образования лежит, таким образом, признак целей, преследуемых образованием» [4. С. 36].

В рамках современного правового государства, опирающегося на институты гражданского общества, функционирует модель правового поведения, состоящая в диалоге власти и человека, основанная на принципах личной инициативы, осознания индивидом собственной ценности и правового статуса, на реальном уважении к закону и готовности его неукоснительно соблюдать.

Становление правового государства в нашей стране в значительной степени зависит от нравственно-правового образования, которое включает в себя обучение и воспитание в их неразрывном единстве.

Центральными понятиями правового воспитания являются категории «право» и «закон». Современный исследователь А. А. Потякин справедливо считает, что «от того, как население понимает право, во многом зависит и состояние законности в стране, и степень правового нигилизма» [5. С. 349]. Если человек будет понимать право как результат естественно-исторического развития, который можно оценить как достижение общественной мысли, что ведет к созданию гражданского общества и на его основе правового государства, в котором высшей ценностью являются права и свободы человека, и деятельность всех государственных органов, общественных организаций направлена на достижение этой цели, то и принцип законности будет рассматриваться не только как строгое и неуклонное соблюдение и выполнение требований законов и основанных на них нормативно-правовых актов государственными органами, но и всеми участниками общественной жизни. Именно такое понимание права позволит человеку почувствовать себя свободным, правильно оценить роль государства как защитника и гаранта прав и свобод. Человек перестанет ощущать себя «винтиком», постепенно начнет осознавать свою значимость и вместе с тем ценить право и сознательно соблюдать его нормы, что и является основным признаком правовой культуры гражданского общества.

Рассмотренные выше тенденции и процессы имеют место в ходе модернизации средней школы. На наш взгляд, их необходимо учитывать при проектировании отечественного гражданского образования. В связи с этим возрастает потребность в воспитании гибкой личности, способной в большей степени быть нескончаемо вовлеченной в процесс самосозидания и самореконструкции, нежели определять себя через адаптацию к однажды принятым социальным ролям, не являющимся более жизнеспособными и потому утратившим смысл.

Становление системы гражданского образования зависит от разнообразия и качества мыслительной и практической деятельности школьника, в процессе которой прослеживается генезис его нравственных свойств и психических функций.

Качественные изменения структуры интеллекта характеризуются четким переходом от чувственных восприятий нравственных и правовых понятий до абстрактных суждений и далее – к целеустремленному поведению. От качественных изменений структуры интеллекта зависит развитие нравственных качеств личности. Гражданское образование становится культуuroобразующим фактором, противостоящим потоку разрушения, различным формам интеллектуального нигилизма и социального цинизма, оно формирует осмысленное социальное действие личности.

Источники

1. Концепции модернизации российского образования // Вестн. образования. 2002. № 3.
2. Пинский А. А. Образование свободы и несвобода образования. М. : АПК и ПРО, 2001.
3. Аникеев А. С., Борисова О. В., Симоненко П. П. Рекомендации по организации гражданско-правового образования в общеобразовательных учреждениях Калужской области. Калуга : Калужский ин-т социологии, 2001.
4. Гессен С. И. Основы педагогики: введение в прикладную философию. М. : Школа-пресс, 1995.
5. Потякин А. А. Правовой нигилизм как вариант современного российского правосознания // Общество и политика: современные исследования, поиск концепций / ред. В. Ю. Большаков. СПб. : Изд-во СПбГУ, 2000.

ВЛАСОВА Екатерина Яковлевна

Доктор экономических наук, доцент кафедры экологического менеджмента

Уральский государственный экономический университет

620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45

Контактные телефоны: (343) 232-31-33, (912) 208-74-29

e-mail: olg-mashkova@yandex.ru



ВЕДЕРНИКОВА Екатерина Николаевна

Аспирант кафедры экологического менеджмента

Уральский государственный экономический университет

620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45

Контактный телефон: (343) 251-96-77

Концепция целевых комплексных программ крупных городов: резервы эффективности¹

Ключевые слова: целевая комплексная экологическая программа; программно-целевой метод планирования; резервы реализации мероприятий экологической программы; резервы эффективности; сопредельные территории.

Аннотация. На основе результатов анализа разработки целевых программ предложены концепция и принципы внедрения программно-целевого подхода к решению социально-эколого-экономических проблем крупных городов традиционно промышленного региона. Приведена классификация резервов эффективности реализации целевых комплексных экологических программ.

Продолжительный период развития экономики в целом и социальной инфраструктуры в частности без должного внимания к природоохранным мероприятиям обусловил возникновение в крупных городских поселениях чрезвычайных экологических ситуаций. Это в первую очередь характерно для старопромышленных городов Урала, испытавших на себе трудности и прошедших все этапы – от разрухи до восстановления, реконструкции экономики России. Нарушения пропорций между отраслями и сферами хозяйствования ухудшили экологическую обстановку в них вследствие чрезмерного развития производств по добыче сырья и первых этапов их переработки. Чтобы решить названную весьма серьезную проблему, необходим поиск путей более эффективного и быстрее выхода из создавшейся ситуации. Недостаток средств для одновременного решения задач, в свою очередь, обуславливает объединение средств, изыскание резервов. Выход видится в разработке целевых комплексных программ оздоровления окружающей среды и населения крупных городов.

Нами предпринята попытка исследования особенностей программно-целевого метода решения экологических проблем и практического использования его результатов применительно к крупным городам, так как проблемы, имеющие место именно в на-

¹ Исследование проведено при поддержке НИР по Госконтракту № П-1166 «Эффективность природопользования сопредельных территорий».

селенных пунктах такого масштаба, во многом определяют социально-экономическую обстановку, а также перспективы развития прилегающих территорий и региона в целом.

В крупных городах активная часть производительных сил удовлетворяет свои потребности в условиях видоизмененной среды обитания с помощью, главным образом, технических средств, в результате чего формируются и развиваются новые природно-техногенные комплексы, отличные от естественной базы. Совершенно очевидно, что видоизменения в природно-технической основе жизнедеятельности требуют учета степени влияния новых условий на уровень удовлетворения потребностей. Появляется необходимость изучения деятельности людей в новых условиях среды обитания и воздействия их на человека, а следовательно, целенаправленной деятельности по поддержанию оптимальных условий проживания и хозяйствования.

Исследование вновь созданных условий возможно на основе познания закономерностей данного сложного процесса при помощи целевого и системного методов и соответствующих средств, способных оптимизировать как сам процесс, так и критерии и показатели оценки его результатов.

Применительно к условиям крупных городов проблема должна решаться на двух основных уровнях: а) город как целостная природно-социально-геотехническая система с учетом сопредельных территорий и б) городские локальные единицы: зоны, районы, отдельные предприятия-природопользователи.

В отечественной практике решения экономических, социальных и других сопутствующих проблем программно-целевой метод использовался достаточно эффективно, особенно в период индустриализации, когда в условиях экономической, политической изоляции страна была вынуждена опираться в основном на собственные ресурсы, резервы и объединять все возможные источники, пути, методы, целенаправленно осуществляя намеченное. Широко известны имена отечественных экономистов, географов, внесших большой вклад в разработку метода и практическое его применение в первые годы индустриального развития, – это Г. М. Кржижановский, Г. О. Графито, И. Г. Александров, Н. Н. Баранский, Н. Н. Колосовский, В. М. Четыркин. Их труды, заложившие основы теории и методики программно-целевого подхода к решению крупных народохозяйственных проблем, получили признание и в мировой науке.

Изучению и решению проблем рациональной территориальной организации производительных сил и повышения эффективности хозяйствования на основе программно-целевого подхода посвящены работы таких ученых, как Н. Т. Агафонов, Я. Г. Блехцин, О. П. Литовка, Р. А. Исляев, Е. Г. Анимца, М. Д. Шарыгин, А. И. Чистобаев, В. В. Немченко, М. Л. Раман, Н. Ф. Реймерс, А. К. Соловьев и др. В современных условиях этот метод получает свое дальнейшее развитие при решении крупных региональных проблем, в том числе экологических, социальных. В качестве яркого примера следует назвать разработку целевых программ развития городов Урала, и в первую очередь программ по решению экологических проблем в разрезе крупных промышленных узлов.

Учитывая вышесказанное, авторы статьи поставили перед собой задачу исследовать специфику использования программно-целевого метода в решении назревших сложнейших социально-эколого-экономических проблем старопромышленных городов Урала, и прежде всего моногородов.

Особенностями, определившими применение программно-целевого метода в решении названных проблем, являются:

- чрезвычайно высокий уровень экологической опасности в таких городах, ограничивающий дальнейшее экономическое развитие и вызывающий отрицательные социальные последствия;
- наличие реальных возможностей не только решения назревших проблем, но и дальнейшего их социально-экономического развития на основе целенаправленных действий по объединению усилий, средств разного уровня, источников и участников.

Авторы, с одной стороны, усматривают в единстве названных особенностей уже «заработанный» такими городами в течение десятилетий долг страны в целом и регионов в частности, а с другой – учитывают тот факт, что городов, имеющих подобные проблемы, а следовательно, рассчитывающих на поддержку при их решении, достаточно много, поэтому в основу их деятельности должен быть положен принцип «город решает проблемы» при помощи и поддержке страны и регионов. Решение поставленной задачи видится в использовании богатого отечественного опыта применения программно-целевого подхода, получившего широкое признание.

Особенности применения программно-целевого метода в решении названных сложных проблем городов, которые рассматриваются нами как определяющие содержание самой целевой программы, представлены следующими направлениями.

1. Природные ресурсы и объекты природопользования, рассматриваемые в пределах зоны функционирования социально-эколого-экономического комплекса городов, объективно «объединяют» природопользователей и потребителей природных ресурсов в силу их общности и непрерывности влияния как во времени, так и в пространстве, т. е. ресурсы признаются общими для всех пользователей и потребителей.

2. В силу ограниченности возможностей отдельных природопользователей как в предупреждении негативных последствий воздействия на природную экосистему города, так и ликвидации последствий объективной является необходимость объединения их усилий и ресурсов, согласованности действий с эколого-социально-экономической деятельностью в масштабах природно-хозяйственного комплекса.

Названные особенности расцениваются нами как база обоснования концептуальных положений разработки и реализации целевой комплексной программы оздоровления окружающей среды всех типов городов. Основными ее элементами, по мнению авторов, являются:

- *достижение поставленной цели* – обеспечение стабильного, долговременного, устойчивого, экологически безопасного социально-экономического развития городов путем целенаправленной деятельности и использования уже известных методов, средств организации природопользования и воздействия на природопользователей (законодательно-правового, организационно-экономического, технико-технического);
- максимальное «перемещение» деятельности по рациональному природопользованию с практикуемой «попытки ликвидации последствий нерационального природопользования» на предупреждение их на фазе «вовлечения в хозяйственный оборот природных ресурсов и объектов» в силу большей объективной результативности второго;
- *внедрение преимущественно экономических методов управления природопользованием и стабилизации* экологической обстановки на основе внедрения принципа заинтересованности и ответственности;
- *позитивность достижения цели*, учитывая тот объективный факт, что проблемы накапливались десятилетиями, и их решение также потребует длительного времени;
- *выбор* наиболее эффективных организационных форм решения поставленных задач и экономичных природоохранных технологий;
- *системность и непрерывность* осуществления мероприятий с тем, чтобы избежать «долгостроя», не омертвлять капитал и не допускать разрушения уже созданной части основных фондов в ожидании их ввода в эксплуатацию;
- *введение новых технологий* на базовых предприятиях с последующей апробацией и тиражированием;
- *оптимальное сочетание* политики рационального природопользования, осуществляемой на централизованном, региональном, местном уровне, и соответствующих инвестиций;
- *использование*, в первую очередь, мощностей имеющейся природоохранной инфраструктуры, в том числе создание локальных схем нейтрализации выбросов, сбросов,

отходов с последующим развитием специализации (создание общих объектов), кооперирования на выгодных для отдельных природопользователей условиях.

Выработанные и обоснованные концептуальные положения адаптированы в основные принципы разработки программы [1]:

- осуществление природопользования с целью удовлетворения потребностей (общества, отдельных людей) в природных ресурсах, свойствах и качествах природных объектов при одновременном сохранении природно-ресурсного потенциала;
- непосредственная связь (как органическая, составная, обязательная часть) природопользования с процессом воспроизводства: воспроизводство самого процесса воспроизводства, воспроизводство условий воспроизводства, воспроизводство главной производительной силы и формирование личности (экологическое воспитание и образование);
- осуществление в процессе использования природных ресурсов (потребления, пользования) их охраны и воспроизводства с тем, чтобы максимально предотвратить возможные последствия негативных явлений;
- поддержание качества окружающей среды (в соответствии с перспективной и промежуточной целями), рассматриваемое как важнейший и обязательный фактор, неотъемлемое условие эффективного социально-экономического регулирования процесса развития городов;
- принцип пропорциональности (обязательно как его соблюдение между элементами природопользования – использованием, охраной, воспроизводством, между определенными территориями, имеющими общие природные ресурсы, объекты, между природно-ресурсным потенциалом города и масштабами его «нагрузки», между сферами процесса воспроизводства, так и соблюдение межотраслевых пропорций исходя из аспектов оптимальной нагрузки на природную среду);
- принцип территориальности (объект управления (воздействия) – природный комплекс, объект природы в целом, часть речного бассейна); учет социально-экологических проблем сопредельных территорий, имеющих с городом общие природные ресурсы, объекты, комплексы (города, районы, населенные пункты);
- научная обоснованность и концепции, и предлагаемых путей ее реализации, т. е. максимально адекватное отражение закономерностей, имеющих место в природной среде, обществе и в связи с этим в системе «общество – природная среда»;
- учет взаимозависимостей между элементами природного комплекса, между объектами как в установившемся (равновесном) состоянии, так и в динамике процессов;
- принцип поэтапности достижения поставленной цели исходя из реальной социально-экономической ситуации и реальных условий обеспечения природоохранных заданий;
- принцип сопряжения мероприятий по реализации программы;
- системность и непрерывность проведения мероприятий по охране и воспроизводству природных ресурсов во времени и в пространстве;
- учет сложившейся системы разделения труда, достигнутой и перспективной специализации предприятий и их функций в экономике региона и страны в целом.

В соответствии с положениями концепции и принципами разработки эколого-социально-экономической программы применительно к городам предложена структура целей, задач, обеспечения заданий программы, обоснования этапов и результатов их реализации. Важнейшие концептуальные положения (поэтапность, комплексность и взаимообусловленность социально-экономических составляющих в предложенной структуре, в содержании целевой комплексной программы оздоровления окружающей среды города и населения) использованы и реализованы в качестве признаков и обязательных условий программно-целевого подхода к решению сложных проблем, связанных с социально-эколого-экономическим развитием городов. Таковыми являются:

- обоснование цели, ее конкретизация по уровням, направлениям, подцелям и заданиям как в аспекте составляющих (экологической, социальной, экономической), так и по ресурсам, объектам, природопользователям (предприятиям и организациям города);

- обоснование и конкретизация средств, методов, подходов к решению и реализации заданий, важнейшими направлениями которых являются: организационные, технические, технологические, планировочные, причем в двух параллельно реализуемых обособленных целях – оздоровление окружающей среды и населения. За основу такого подхода авторами принято принципиальное положение, исходящее из самой концепции разработки программы: взаимосвязь, взаимообусловленность социально-эколого-экономических составляющих единого процесса;

- обоснование ресурсного обеспечения заданий программы в качестве важнейшего элемента ее структуры и важнейшего признака, имеющего особое значение. Данное условие возникло из опыта реализации предыдущих программ вследствие недостаточности обеспечения ресурсами заданий программы и обоснования его как основной причины и заведомо известной предпосылки нереализуемости ряда ранее предложенных программных документов и решений;

- обоснование, оценка ожидаемых ближайших и долгосрочных результатов реализации заданий и программы в целом. Авторы считают элемент необходимым звеном, связующим структуру, цели и задачи, мероприятия программы со спецификой управления ею, а также средством выявления и реализации резервов как условий системности, поэтапности решения, планомерности подхода.

Основные концептуальные положения, принятые при составлении и в ходе реализации программы, позволяют определить ее главные принципы и резервы:

- удовлетворение потребностей в природопользовании;
- обеспечение оптимальных условий жизнедеятельности населения города при минимальных затратах;
- изыскание резервов оптимизации природопользования и затрат.

Резервы оптимизации и повышения эффективности природопользования представляют собой нереализованные возможности рационального природопользования, зависящие от достигнутого уровня развития методов, средств, форм организации (технических, технологических, организационных, правовых, экономических). Существование резервов природопользования обусловлено возможностью познания свойств и качеств природных ресурсов, объектов и вовлечения их в процесс использования. В то же время они ограничены степенью познания, уровнем развития методов и средств вовлечения в хозяйственный оборот природных ресурсов, объектов [2].

Наиболее общая классификация резервов рационального природопользования может быть представлена следующим образом – резервы, существование которых обусловлено:

- 1) естественными предпосылками объектов природопользования (экосистема – комплексное явление);

- 2) антропогенной составляющей природопользования.

Вместе с тем с учетом ограниченности и неоднородности ресурсов на различных территориях резервы можно разделить на две основные группы [3]:

- 1) *общие*, свойственные всем потребителям природных ресурсов и пользователям объектов природы;

- 2) *локальные, частные*, исходящие из особенностей «привязки» природных ресурсов и объектов, сочетания в них количественных и качественных составляющих, элементов, показателей, различий в уровнях организации и обеспеченности условиями местных особенностей природопользования.

Резервами, которые можно выделить при реализации мероприятий программы, являются [Там же]:

- вовлечение в процесс реализации программы уже существующих предприятий, деятельность которых не соответствует экономическим или экологическим требованиям; совершенствование их технологии или перепрофилирование на производство продукции другого вида;

- вовлечение в процесс реализации программы предприятий ВПК (квалифицированный персонал, новейшие техники и технологии, высокий научный потенциал), расположенных в городе и способных обеспечить мероприятия программы приборами, оборудованием, реагентами;

- организационно-планировочные решения, принимаемые на основе геохимического мониторинга, способные обеспечить снижение концентраций выбросов токсичных и вредных для здоровья веществ в расчете на одного человека, проживающего в данной локальной зоне, путем перераспределения транспортных потоков, перепрофилирования функций отдельных объектов с целью сокращения времени пребывания населения. На этой же основе возможно выделить приоритетные зоны осуществления мероприятий;

- планирование мероприятий по экологическому просвещению и образованию населения, повышению культуры производства, что позволит снизить затраты путем превентивных мер;

- выявление и включение в программу только тех мероприятий, за счет которых можно максимально быстро сформировать благоприятную среду обитания населения с минимальными затратами ресурсов;

- структурирование планируемых задач путем выделения первичных и подчинения вторичных достижению первых, построения дерева целей;

- использование существующей инфраструктуры, ее модернизация и адаптация к новым условиям;

- вовлечение всех структур муниципалитета в процесс реализации мероприятий программы;

- создание благоприятных условий для развития экологического предпринимательства (например, предоставление возможности решать некоторые задачи программы коммерческим структурам);

- привлечение нецентрализованных средств и средств негосударственных структур (в их сочетании) и стимулирование последних;

- совершенствование системы контроля за деятельностью предприятий-природопользователей, расположенных на территории города; применение системы аудирования и сертификации;

- ориентация на местные ресурсы при разработке мероприятий программы;

- снижение, исключение дублирования мероприятий, предусмотренных другими программами, согласование действий в процессе реализации мероприятий со всеми структурными подразделениями администрации города;

- упорядочение и оптимизация функций, задач и на этой базе экономия затрат на содержание большого числа контролирующих организаций и учреждений; создание единой системы информации, анализа, контроля, мониторинга природопользования путем объединения усилий и возможностей существующих организаций.

В зависимости от совокупности проблем, на решение которых направлены конкретные мероприятия программы, можно выделить ряд специфических резервов. Как частный случай при решении проблем, связанных с водопользованием в масштабе города, в качестве резервов определены:

- обособление первоочередных заданий, мероприятий, работ, в основном снижающих уровень риска для здоровья населения (решение проблем хозяйственно-питьевого водоснабжения, утилизации промышленных и бытовых отходов, а также выбросов автотранспорта);

- использование местного сырья, ресурсов для производства материалов и реагентов, пригодных для водоподготовки и очистки стоков на предприятиях в системе коммунального водоснабжения;

- зонирование города по уровням загрязненности и риска; зонирование системы водоснабжения с целью сокращения времени «прохождения» подготовленной и поданной в систему водоснабжения города воды, так как не удастся одновременно решить проблему обновления сетей;

- использование опыта разработки и производства бытовых установок водоподготовки для отдельных зданий, квартир граждан (после их сертификации, экспертизы, лицензирования);

- утилизация осадка очистных сооружений хозяйственно-бытовой канализации города. В настоящее время вследствие поступления большого количества токсичных веществ и солей тяжелых металлов при сбросе промышленных сточных вод в систему городской канализации утилизация осадка в традиционном технологическом режиме (обезвоживание, подсушка и приготовление компост-удобрения) невозможна по санитарно-эпидемиологическим требованиям. Несмотря на то, что под хранение осадка отводятся огромные площади, увеличиваются затраты на транспортировку в отдаленные полигоны, сохраняется большой риск загрязнения ими гидросферы, почвы, воздушного бассейна, а значит, и негативного воздействия на здоровье людей, условия их проживания.

Стратегия и тактика решения сложной проблемы рационального природопользования должны опираться на:

- планирование и прогнозирование природопользования в городе (под этим прежде всего следует понимать установление его оптимальных пропорций);

- организацию реального учета и контроля масштабов и количественных показателей воздействия на природную среду на главных уровнях (предприятие – город), а также изменений в природной среде, «наложенных» на природный комплекс;

- внедрение системы заинтересованности и ответственности (материальной, финансовой, правовой) за последствия загрязнения и несоблюдение Федерального закона от 10 января 2002 г. № 7-ФЗ «Об охране окружающей природной среды».

Пути решения и первоочередные мероприятия по реализации программы, связанные с решением экологических проблем, представляют собой единый комплекс [4]:

1. Формирование «банка экологической информации» и разработка экологической карты города с выявлением «болевых точек» и учетом приоритетности (этапности) их ликвидации, в том числе:

- обеспечение населения качественной питьевой водой; стабилизация и максимальное снижение антропогенной деятельности в зоне источников водообеспечения; функционирование системы подачи воды до потребителя;

- снабжение населения качественными продуктами питания;

- создание условий для обеспечения безопасности атмосферного воздуха в городе и в производственных помещениях;

- использование экологичного транспорта.

2. Выявление местоположения, масштабов и оценки воздействия источников загрязнения природной среды на основе обобщения материалов экологической паспортизации; выделение мест сбора, выброса, захоронения, складирования отходов и оценка воздействия опасных загрязнителей, в том числе радиоактивных, химических.

3. Составление научного прогноза потребления основных природных ресурсов, пользования объектами природы и плана мероприятий с обоснованием необходимых ресурсов (финансовых, материальных, трудовых и мощностей организаций), с конкретными конечными и промежуточными результатами по снижению выбросов и сбросов с показателями переработки отходов. За основу составления прогнозов следует

принять оптимальные нормы и нормативы, учитывающие необходимость поэтапного их достижения по схеме: временно согласованные выбросы, временно согласованные сбросы; далее – предельно допустимые выбросы, предельно допустимые сбросы и предельно допустимые концентрации и, наконец, нормативы качества окружающей среды.

4. Выработка регламента ответственности за соблюдение технической, технологической дисциплины (для потребителей и пользователей природными ресурсами и объектами) исходя их достигнутого уровня (проектные решения), обеспечивающего предотвращение технологических, а значит, и экологических катастроф.

5. Разработка системы экономической, правовой, административной ответственности в природопользовании на всех уровнях хозяйственной деятельности (антропогенного воздействия), а также по всем видам организации производства и формам собственности:

- внешние и внутригородские связи;
- межотраслевые и межсферные связи;
- уровень предприятия-природопользователя;
- внутризаводской и внутрицеховой уровни, отвечающие масштабам и характеру воздействия на природную среду на каждом этапе технологического и производственного процесса;
- хозяйственная деятельность отдельного работника.

Предложенная последовательность мероприятий и выявленные резервы позволят на первом этапе снизить удельные затраты на реализацию общих мероприятий для большого количества участников (природопользователей) целевой комплексной экологической программы, а затем повысить эффективность мероприятий по восстановлению и поддержанию экологического состояния обозначенной территории в разрезе экосистемы (замена мероприятий по ликвидации антропогенного воздействия превентивными мерами).

Источники

1. Стратегия развития крупнейшего города: взгляд в будущее (научно-методологический подход) / науч. рук. авт. кол. проф. Е. Г. Анимидца и проф. В. С. Бочко. Екатеринбург, 2003.
2. Яндыганов Я. Я. Инвестиции в рациональное природопользование. Екатеринбург, 2004.
3. Яндыганов Я. Я., Диденко Н. Н., Петров Н. А. Экологическая программа старопромышленного города. Екатеринбург, 1995.
4. Яндыганов Я. Я., Яндыганов П. Я. Управление природопользованием в регионе. Екатеринбург, 1995.

ПЕШИНА Эвелина Вячеславовна

Доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой
государственных и муниципальных финансов

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Контактный телефон: (343) 251-96-48
e-mail: nir@usue.ru



РЫЖЕНКОВ Александр Владимирович

Соискатель кафедры государственных и муниципальных финансов

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Контактный телефон: (343) 251-96-47
e-mail: gmf@usue.ru

Формирование миссии и стратегической цели развития муниципального образования

Ключевые слова: миссия муниципального образования; территориальный маркетинг; образ муниципального образования; имидж муниципального образования; бренд муниципального образования; репутация муниципального образования.

Аннотация. Рассматриваются основные научно-методические подходы к формированию миссии и стратегической цели муниципального образования. Проанализированы экономические понятия, непосредственно используемые в процессе их разработки (территориальный маркетинг, образ муниципального образования и т. д.). В результате проведенного исследования разработана оптимальная модель формирования миссии и стратегических целей муниципального образования.

Усиление социально-экономической дифференциации регионов и муниципальных образований (МО) выдвинуло на первый план задачу поиска новых экономических инструментов эффективного управления ими. В связи с этим особую актуальность приобретают анализ: территориального маркетинга, под которым в общем виде понимается определенный образ мышления и действий как руководителей регионального и/или местного уровня, так и предпринимателей; новая деловая философия активной предпринимательской деятельности, основанная на создании, поддержании, эффективном продвижении и использовании конкурентных преимуществ территории в ее интересах [1–4].

Цель территориального маркетинга – повышение качества жизни населения на основе планомерного, системного изучения состояния и тенденций развития территории для принятия рациональных управленческих решений, направленных на создание и поддержание престижа территории и локализованных хозяйствующих субъектов, а также на оптимальную реализацию сосредоточенных на ней ресурсов производства и возможностей их использования и воспроизводства.

Реализация указанной цели предполагает выработку комплекса мер, обеспечивающих решение следующих задач:

- формирование и совершенствование имиджа территории, ее престижа, уровня деловой и социальной конкурентоспособности;

- расширение сфер участия территории и ее субъектов в реализации международных, федеральных, региональных и муниципальных программ;
- привлечение на территорию МО государственных заказов, а также заказов, внешних по отношению к самой территории;
- повышение инвестиционной привлекательности территории МО, наращивание уровня реализации внешних ресурсов;
- стимулирование приобретения и использования ресурсов данной территории за ее пределами к ее выгоде и в ее интересах [5; 6].

Традиционно выделяют *четыре составляющие* территориального маркетинга, нацеленные на привлечение посетителей и резидентов, развитие промышленности и экспорта территориальных продуктов: маркетинг привлекательности территории; маркетинг инфраструктуры; маркетинг населения, персонала; маркетинг имиджа (рис. 1).

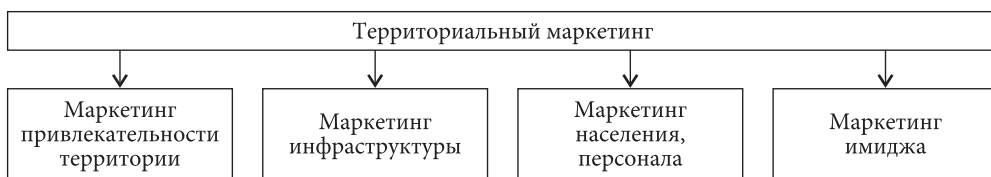


Рис. 1. Составляющие территориального маркетинга

Указанные составляющие территориального маркетинга отражают задачи МО, такие как необходимость: а) оценивать свои конкурентные возможности в общественно-территориальном разделении труда; б) продемонстрировать доказательства полезности мероприятий для разных групп жителей; в) оказывать помощь в распределении ресурсов и принятии стратегически важных управленческих решений [7].

Формулирование миссии (стратегического статуса, предназначения, призвания) муниципального образования должно учитывать его место в региональном, национальном и мировом пространстве [8; 9], т. е. *внешнюю среду*, и степень инновационно-инвестиционной привлекательности, основные характеристики, связанные с обеспечением достойной жизни горожан, т. е. *внутреннюю среду*.

Содержание миссии должно быть *общим*, охватывающим базовые направления деятельности муниципального образования, и в то же время *конкретным*, чтобы на его основе можно было сформулировать стратегическую цель (набор целей). Миссия может быть реализована с учетом анализа ряда внешних и внутренних факторов функционирования и развития муниципального образования, путем решения ряда задач и соблюдения определенных требований (рис. 2).

Группировка внешних и внутренних факторов, формирующих среду муниципального образования, позволяет вычленить пять подходов к определению миссии: исторический (генетический); геополитический; функциональный; цивилизационный; ресурсный. В свою очередь, они обуславливают решение следующих основных задач:

- 1) определить направления развития муниципального образования на основе учета особенностей его внешней и внутренней среды;
- 2) выявить конкурентные преимущества муниципального образования на основе определения его места в региональной и национальной экономике;
- 3) сформировать стратегическую цель исходя из обозначенной миссии;
- 4) выработать стратегию развития муниципального образования, основанную на анализе его внешних и внутренних условий, учитывающую конкурентные позиции на макро- и мезоуровне.

Формулировка миссии не должна быть ни чрезмерно конкретной, ни излишне расплывчатой, поэтому основные требования, которые следует соблюдать при ее опреде-



Рис. 2. Формирование миссии и стратегической цели социально-экономического развития муниципального образования

лении, таковы: реалистичность, конкретность, специфичность, действенность. Определение миссии является необходимым условием целеполагания.

Неотъемлемыми (составляющими) элементами миссии муниципального образования являются ее репутация, имидж и бренд (рис. 3).

Репутация и имидж формируются на основе уникальных характеристик территории (природно-климатических, исторических, этнографических, культурных, социально-экономических, политических и др.). Если *репутация* формируется как мнение человека о территории, сложившееся на основе полученной информации и личного опыта, т. е. во многом определяется *субъективным восприятием*, то имидж часто формируется искусственно, как результат осознанного, целенаправленного, *объективного воздействия*. Репутация и имидж тесно связаны и взаимно влияют друг на друга, поэтому их формирование происходит параллельно.

Результатом объективного воздействия и субъективного восприятия человеком является *бренд*. В нашем случае он формируется с учетом как ярко выраженного позитивного имиджа территории (за основу принимаются ее уникальные характеристики), так и ее репутации.

Взаимосвязь понятий определяется их функциональным назначением, которое может быть выражено посредством лояльного отношения со стороны населения. Так, репутация позволяет закрепить сложившиеся отношения, имидж – привлечь новых потребителей, а бренд – повысить узнаваемость территории.

Исходным понятием для формирования имиджа муниципального образования является его *образ*.

Образ муниципального образования – совокупность его пространственных и функциональных характеристик, отраженных в сознании людей. Свойства образа МО:



Рис. 3. Взаимосвязь основных составляющих миссии муниципального образования

изменчивость, историчность, относительная устойчивость, комплексность, плюрализм точек зрения, зависимость от объективных характеристик местного развития. Компоненты, формирующие образ муниципального образования: статус, облик МО, фольклор, стереотипы восприятия муниципального образования, мифология, эмоциональные оценки (радость, гнев, надежды, связанные с муниципальным образованием), символика (название МО, его флаг, герб, эмблема, девиз, гимн). Изменение перечисленных характеристик, а также представлений о них происходит как стихийно, так и сознательно, в процессе осуществления имиджевой политики муниципального образования.

Целенаправленно формируемый образ муниципального образования, призванный оказать эмоционально-психологическое влияние на человека, называется имиджем муниципального образования.

Имидж муниципального образования – это относительно устойчивая и воспроизводящаяся в массовом и/или индивидуальном сознании совокупность эмоциональных, рациональных представлений, убеждений и ощущений людей, которые возникают по поводу особенностей муниципального образования на основе информации, полученной из разных источников, а также собственного опыта и впечатлений; это разноплановый, эмоционально окрашенный, искусственно создаваемый образ МО, который складывается в сознании человека. Имидж муниципального образования формируют его администрация, СМИ, выдающиеся общественные деятели, население.

Имидж включает в себя объективную и субъективную составляющие. *Объективной* составляющей имиджа муниципального образования является совокупность конкурентных преимуществ и недостатков, существенно влияющих на его инвестиционную привлекательность: конкурентные преимущества способствуют росту конкурентоспособности территории муниципального образования, а конкурентные недостатки осложняют процесс ее включения в рыночное пространство.

Субъективная составляющая имиджа муниципального образования определяется:

- оценкой муниципального образования, данной отечественными и иностранными политиками, предпринимателями, туристами на основе их собственных наблюдений и опыта [10];

- действиями региональных органов власти и местного самоуправления, которые, демонстрируя определенные политические способности и амбиции, могут реализовать «иконный» маркетинг, связанный с образом конкретных лиц.

Изменение имиджа муниципального образования происходит в результате реализации имиджевой политики, проявляющейся в территориальном планировании и пропаганде разных сторон жизнедеятельности территории (таких, как качество продукции и услуг, история и традиции, сотрудничество с другими муниципальными образованиями, регионами и странами).

Имидж муниципального образования формируют те стороны жизнедеятельности, которые субъекты в принципе в состоянии изменить (при этом не обязательно будут достигнуты желаемые результаты). Успех формирования имиджа муниципального образования зависит от степени соответствия сознательно формируемого субъектом имиджа определенной территории, с одной стороны, ее объективным качествам, а с другой – ожиданиям и запросам потребителя (туриста, инвестора, переселенца).

Цели проведения эффективной имиджевой политики:

- реализация трех основных ее функций – повышение привлекательности места жительства, места отдыха и места хозяйствования;
- повышение качества управления и совершенствование инфраструктуры территории муниципального образования;
- рост конкурентоспособности предприятий, расположенных на территории муниципального образования.

Традиционно маркетинг имиджа (как составляющая территориального маркетинга) исследует вопросы улучшения коммуникативных аспектов, т. е. получения объективной информации и активизации методов пропаганды ранее достигнутых преимуществ территории.

Выделяют две основные группы объектов имиджевой политики администрации – так называемые группы «внутренних» и «внешних» потребителей. Основными целями работы с «внутренними потребителями» являются: повышение доверия к местной власти, вовлечение населения в процессы управления территорией, получение объективной информации о состоянии и развитии экономики и местного сообщества. Для группы «внешних объектов» целями имиджевой политики следует считать демонстрацию открытости территории для контактов и ее изучения, а также для возможной проверки значимости имеющихся конкурентных преимуществ.

С учетом объективной и субъективной составляющих имиджа МО для проведения эффективной имиджевой политики требуется решить ряд *задач*:

- разработать стратегический план развития МО на долгосрочную перспективу;
- подготовить управленцев, владеющих соответствующими знаниями и навыками;
- создать механизмы преемственности в деятельности местной элиты;
- формировать механизмы связи со средствами массовой информации.

В контексте разработанной стратегии должны реализовываться специальные программы по работе СМИ с целевыми аудиториями, использоваться PR-технологии.

При формировании привлекательного имиджа муниципального образования из информационного массива следует отбирать факты и события, которые могут представлять наибольший интерес для потенциальных партнеров (например, динамичность социально-экономических процессов, качество рабочей силы, передовые технологии, инвестиционно выгодные законы).

Существует ряд стратегий имиджевой политики территории; каждая отдельно взятая стратегия должна соответствовать конкретным условиям существования территории, ее имиджу и целям изменения. Итак, существуют:

- *положительный имидж*. Он нуждается не в изменении, а в усилении, подтверждении и распространении на возможно большее количество целевых групп потребителей;

• *слабо выраженный имидж.* Территория с таким имиджем может быть мало известна целевым группам потребителей из-за малых размеров, непроработанности конкурентных преимуществ, отсутствия рекламы, нежелания «привлекать к себе внимание». Для развития данного вида имиджа необходимо целенаправленно формировать информационные потоки;

• *излишне традиционный имидж.* Этот имидж, основанный на ассоциациях, уходящих вглубь веков, не позволяет представить страну, регион, муниципальное образование динамичными, современными, а это отталкивает многие значимые целевые группы;

• *противоречивый имидж.* Крупные городские округа обладают массой преимуществ, но одновременно часто ассоциируются со смогом, интенсивным транспортным движением, сосредоточением преступности. Задача территории – нивелировать подобные ассоциации и, значит, исправить имидж;

• *смешанный имидж.* Очень часто в имидже территории соседствуют «плюсы» и «минусы». Наиболее распространенный прием в данном случае – подчеркнуть позитивные черты и смягчить негативные;

• *негативный имидж.* Для его преодоления необходимо не только создавать новый – положительный – образ, но и активно дезавуировать старый – отрицательный;

• *чрезмерно привлекательный имидж.* Его существование приводит к тому, что ряд территорий уже столкнулись с необходимостью регулировать потоки посетителей и новых резидентов в сторону уменьшения их количества.

Имиджевая политика должна сыграть особую роль в позиционировании территории, определении стратегии деятельности органов власти и населения для развития ее преимуществ и борьбы с недостатками.

Бренд муниципального образования – совокупность непреходящих ценностей и образов, отражающих неповторимые (оригинальные) потребительские характеристики муниципального образования и сообщества, получившие общественное признание и известность, пользующиеся стабильным спросом потребителей. Бренд формируется на основе ярко выраженного позитивного имиджа территории, служит высшим проявлением эмоциональных потребительских предпочтений, выступает важнейшим фактором конкурентных преимуществ территории, активом ее экономики.

Бренд муниципального образования является наиболее активной категорией рыночной экономики; конкурентоспособность муниципального образования определяется степенью его «брендированности».

Бренд ориентирован преимущественно на внешних по отношению к территории субъектов и должен соответствовать стратегическим задачам ее развития.

Цель брендинга – способствовать привлечению к муниципальному образованию внимания организаций и людей, а также ресурсов и заказов, которые востребованы, нужны и полезны для его развития.

Наряду с «внешним эффектом» бренда правомерно охарактеризовать его «внутреннюю» направленность на развитие цивилизованных социально-экономических отношений на территории, на формирование у жителей чувства единства, ответственности, патриотизма, любви к «малой Родине».

Задачи брендинга территорий:

- обеспечить присутствие бренда территории в информационном пространстве;
- сделать бренд территории узнаваемым;
- выступать в роли силы влияния территории;
- способствовать притоку финансовых ресурсов на территорию;
- транслировать территориальные решения и инициативы вовне.

Выделяют два основных этапа создания бренда муниципального образования:

- поиск и определение отличий (конкурентных преимуществ);
- усиление отличий (конкурентных преимуществ).

Поскольку при формировании бренда муниципального образования используются принципы построения брендов в бизнесе, можно сделать вывод: бренд муниципального образования должен обеспечивать идентификацию территории региона в стране, а также за ее пределами, причем идентифицировать территорию в выгодном свете.

Бренд муниципального образования должен служить отражением лучших черт (например, ментальности) и традиций населения территории, выполнять идеологическую функцию, объединяя людей для решения общих задач. Бренд является продуктом сознательного и управляемого осмысления, искусственно организованной общественной рефлексии и проектирования. Искусственность бренда предполагает управление его созданием, наличие заказчика и группы квалифицированных разработчиков, информационных и финансовых ресурсов, четко сформулированного технического задания, программы продвижения, а также мониторинг эффективности, механизм поддержания и развития. Как было отмечено, бренд формируется на основе имиджа, но учитывает репутацию муниципального образования.

Репутация муниципального образования – динамическая характеристика жизнедеятельности муниципального образования, формирующаяся в обществе в течение достаточно продолжительного периода; ценностные убеждения, мнение человека (группы лиц) о МО с оценкой его позитивных и негативных черт, составленной на основе достоверной информации о муниципальном образовании, а также личного опыта взаимодействия людей в социуме. Репутация муниципального образования, отражая комплекс возможностей для реализации существенных интересов различных групп целевой аудитории, гарантирует эффективное использование конкурентных преимуществ данной территории для жизни, бизнеса, капиталовложений, отдыха, учебы и т. д.

Таким образом, формулировка миссии муниципального образования должна отражать его образ, бренд, имидж и репутацию.

Источники

1. Ветров Г.Ю., Визгалов Д.В., Шанин А.А. и др. Индикаторы социально-экономического развития муниципальных образований. 2-е изд. М. : Фонд «Ин-т экономики города», 2002.
2. Территориальное стратегическое планирование. Как разработать стратегический план : практ. пособие. СПб. : МЦСЭИ «Леонтьевский центр», 2003. Вып. 3.
3. Методика описания показателей развития города : руководство = *Urban Indicators Tool Kit : Guide* / пер. с англ. Г.В. Коротаевой, под ред. В.Р. Цибульского. Тюмень : Изд-во ИПОС СО РАН, 2002.
4. Методические рекомендации по формированию концепции социально-экономического развития муниципального образования. М. : РИЦ «Муниципальная власть», 2000.
5. Анимиа Е.Г. Стратегическое планирование развития территорий: сущность, основные принципы, проблемы // Изв. Урал. гос. экон. ун-та. 2005. № 12.
6. Стратегия развития крупнейшего города: взгляд в будущее (науч.-метод. аспект) / науч. рук. авт. кол. Е.Г. Анимиа, В.С. Бочко. Екатеринбург : Изд-во АМБ, 2003.
7. Визгалов Д.В. Маркетинг города. М. : Фонд «Ин-т экономики города», 2008.
8. Лэндри Ч. Искусство создавать города: качество жизни и городская среда : учеб. пособие : пер. с англ. М. : АРТ-менеджер, 2008.
9. Лэндри Ч. Креативный город : пер. с англ. М. : Классика – XXI, 2005.
10. Аспунд К., Котлер Ф., Рейн И. и др. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы : пер. с англ. СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2005.



МЕРКО Александр Иванович

Кандидат технических наук, докторант кафедры
управления человеческими ресурсами

Российская экономическая академия им. Г. В. Плеханова
117997, РФ, г. Москва, Стремянный пер., 36
Контактный телефон: (495) 237-42-09
e-mail: rea_personal@mail.ru

Ценностные ориентиры бизнеса в рыночной экономике

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса; ценности; ценностные ориентации; ценностные ориентиры.

Аннотация. В статье акцент сделан на значении решения социальных вопросов развития компании, что является актуальным даже в условиях финансового кризиса. При этом перед современным бизнесом стоит достаточно сложная задача – привести набор собственных ценностей, ценностных ориентаций и ценностных ориентиров в соответствие, с одной стороны, с жесткими требованиями конкурентной среды, а с другой – с обязательствами перед сотрудниками, с социальными ожиданиями общества в целом.

Нестабильность рыночной ситуации, борьба предприятий за выживание в условиях финансового кризиса могут отодвинуть вопросы социального развития компаний на второй план. Но это не означает, что необходимость такой работы потеряла свою актуальность. Наоборот, само существование организаций в современных условиях невозможно без акцента на решении социальных вопросов, причем проблема управления социальным развитием компаний становится одной из приоритетных в социально ориентированной рыночной экономике.

Социальная рыночная экономика, построение которой предполагается в России, – экономика, одним из важнейших критериев которой является (при прочих равных условиях) приоритет социальной защиты, социальной справедливости перед экономической эффективностью ради социального спокойствия в обществе.

Социально ориентированная модель рыночной экономики явилась результатом длительного эволюционного социально-экономического развития западных стран, понимания взаимозависимости экономических интересов предпринимателей и наемных работников, возрастания значимости качественных характеристик работающих в обеспечении рентабельности производства в условиях НТР и т. п.

Основой социально ориентированной рыночной экономики выступает рыночная экономика, главная цель которой – увеличение прибыли за счет роста эффективности производства. Рыночная экономика частично решает такие социальные вопросы, как обеспечение занятости, выплата заработной платы и др. Однако основанная на частной собственности, она не решает проблемы социальной справедливости и социальной защиты.

Рыночная экономика является постоянно развивающейся социально-экономической системой. В зависимости от критериев выделяют различные этапы ее развития. Так, американский исследователь З. Фосс с точки зрения изменения концепции управления промышленными предприятиями называет следующие этапы [1. С. 78]:

1-й этап (1850–1950 гг.) – промышленность ориентирована исключительно на прибыль, управление полностью в руках высших управляющих и предпринимателей, основное средство регулирования отношений с рабочими – заработная плата;

2-й этап (1951–1970 гг.) – достигнута стадия товарного накопления. Определились функции высшего, среднего и низового управленческих звеньев, выработана децентрализованная и более мотивирующая стратегия управления;

3-й этап (текущий) – осознание тесной связи технологии, экономики, социальных процессов и экологии, что повлекло за собой пересмотр роли человека на производстве, влияния производства на жизненную среду и общественные отношения.

Ю. Н. Тронин указывает, что понятие социальной рыночной экономики является инновационным в экономической теории, критерием перехода к ней служит уровень развития демократии (или же применения демократических принципов) в экономике и на предприятии [1. С. 78].

В Европе соответствующие демократические основные нормы в виде «Хартии основных социальных прав трудящихся» («Социальная хартия ЕС») конкретизирует Комиссия Европейского сообщества. Наряду с отражением многочисленных усилий по гармонизации законодательства основные положения Хартии содержат импульс для улучшения положения наемных работников во всех странах Европы благодаря расширению контактов с работодателями. Предметом всех усилий наемных работников и работодателей является создание по возможности взвешенного соотношения между запросами трудящихся, с одной стороны, и требованиями производства – с другой, т. е. обеспечение большей социальной справедливости. Демократизация в понимаемом здесь смысле включает также конкретное решение социальных проблем на предприятии.

На наш взгляд, можно выделить следующие направления практической демократии в организации:

- переход от иерархического авторитарного стиля руководства и использования только вертикальных коммуникаций к демократическому с использованием горизонтальных коммуникаций;
- учет социальных вопросов при формировании бизнес-стратегии компании;
- создание организационных предпосылок для участия наемных работников в принятии управленческих решений;
- обеспечение участия наемных работников в принятии решений по вопросам управления персоналом и социальной политики.

Следует иметь в виду, что в условиях кризиса может оказаться предпочтительным авторитарный стиль управления, что не исключает акцента на решении социальных проблем, а также социальной ответственности бизнеса перед наемными работниками.

В современном обществе для выживания и реализации бизнес-стратегии предприниматели обязаны уточнить собственные ценности и ценностные ориентации, которые должны стать основой формирования конкретных ценностных ориентиров бизнеса.

В теоретическом плане ценности – это представления субъекта, общества, класса, социальной группы о главных и важных целях жизни и работы, а также об основных средствах достижения этих целей [2. С. 120–123; 3. С. 146–148]. К ценностям можно отнести все предметы и явления, которые обладают положительной значимостью в глазах общества, группы, личности. При этом положительная значимость может определяться не реальными свойствами, а наделяемыми. Ценности часто называют императивами (от лат. *imperativus* – повелительный), что подчеркивает их жизненную важность, которая требует не просто удовлетворения, но иногда и подчинения.

Направленность личности на те или иные ценности характеризуют ее ценностные ориентации. Их отличие от мотивов в том, что мотивы – это внутреннее побуждение, предполагающее субъективную оценку. Они относительны и специфичны для каждого человека. Например, в социальном пакете, предлагаемом сотрудникам компании по методу «кафетерия», один выберет бесплатный обед, другой – абонемент в фитнес-центр.

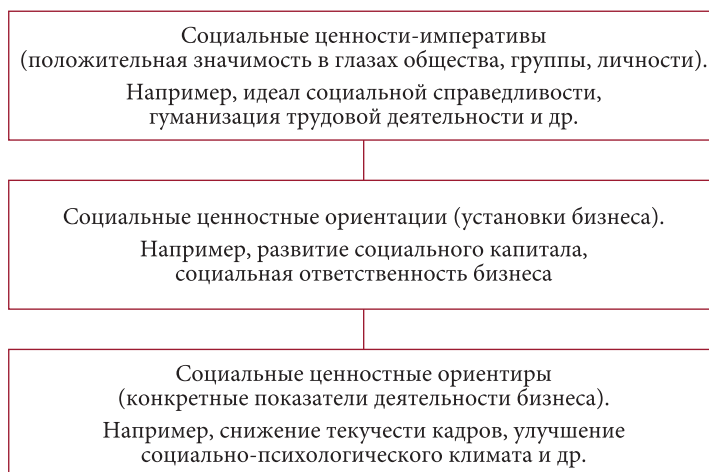
Серьезные различия есть и в последствиях неудовлетворенности. Специалисты считают, что при дисбалансе мотивации психика человека после некоторого периода

депрессии перестраивается [2. С. 120–123; 3. С. 146–148]. Срабатывают так называемые защитные механизмы (подавление, отрицание, проекция, идентификация, регрессия, изоляция, рационализация, конвертация), которые восстанавливают психологический баланс (комфорт) личности. Ценностная же неудовлетворенность может вызвать глубокие, разрушительные изменения в структуре личности. Психологическая защита здесь часто не срабатывает, ибо ценности – это идеальное, а не эмоциональное.

Ценности бывают разные: материальные, духовные, политические, социальные. Разделяемые личностью социальные ценности превращаются в ценностные ориентации (установки) человека.

Предприниматель на основе собственных ценностных ориентаций формирует социальные ценностные ориентиры бизнеса, которые могут выражаться в конкретных показателях (например, таких как удовлетворенность рабочим местом, снижение текучести рабочей силы, социально-психологический климат в организации, уменьшение числа забастовок), имеющих для данной организации большое значение.

На наш взгляд, прослеживается следующая связь между социальными ценностями, ценностными ориентациями и ценностными ориентирами бизнеса (см. рисунок).



Связь социальных ценностей, ценностных ориентаций и ценностных ориентиров в бизнесе

Специалисты считают, что данные ценностные ориентиры, выраженные в конкретных показателях, «играют важную роль и для всего общества. Это касается, например, социальных издержек в результате осознанного неисполнения предпринимателями обязанности осуществлять капиталовложения, которые послужили бы улучшению условий труда, его охране, помогли бы избежать профессиональных заболеваний и потери трудоспособности. Также и недифференцированные, создающие социальную напряженность формы социальной политики на предприятиях по отношению к персоналу и условиям труда могут выдать подобные социальные издержки на предприятиях в ущерб всему обществу» [1. С. 80].

Таким образом, перед современным бизнесом стоит достаточно сложная задача: привести набор собственных ценностей, ценностных ориентаций и ценностных ориентиров в соответствие, с одной стороны, с жесткими требованиями конкурентной среды, а с другой стороны, с обязательствами перед сотрудниками, с социальными ожиданиями общества в целом.

За период рыночных изменений отечественные компании прошли несколько этапов преобразований. На наш взгляд, достаточно удачной является хронология подобных преобразований, представленная И. Потемкиным (см. таблицу) [4].

Этапы преобразований отечественных компаний в рыночной экономике

Приблизительная хронология	Цели организационных изменений	Основные методы организационных изменений
1993–1996	Установление контроля над товарными и финансовыми потоками	Централизация деятельности, поглощения
1997–2000	Установление операционного и организационного контроля	Перестройка организационной структуры, частичная модернизация систем
2001–2004	Повышение операционной эффективности	Реинжиниринг, внедрение новых методов работы, мотивация сотрудников
2005–...	Выход на новый уровень эффективности	Актуализация организационной культуры

В период приватизации (1993–1996 гг.) новые собственники ставили целью установление контроля над товарными и финансовыми потоками предприятия. Решалась эта проблема достаточно просто: на пост финансового директора назначался «свой» человек, приобретались или ставились под контроль ключевые поставщики, формировались собственные сбытовые и финансовые структуры.

На втором этапе, который можно условно ограничить 1997–2000 гг., акцент сместился на установление операционного и организационного контроля. В этот период руководители компаний начали проводить более глубокие преобразования, которые затрагивали организационную структуру и методы операционной деятельности. Постепенно наращивались вложения в основные фонды, производилась частичная модернизация, внедрение ИТ-систем, позволяющих сделать финансовую и производственную ситуацию на предприятиях более прозрачной для собственников и топ-менеджеров.

Третий этап, продолжающийся для большинства российских компаний и сегодня, предполагает сосредоточение усилий менеджеров на повышении организационной эффективности компании. Для этого применяются такие инструменты, как реинжиниринг бизнес-процессов, внедрение новых методов работы, совершенствование способов мотивации сотрудников и т. д.

На наш взгляд, автор правильно подчеркивает, что с 2004 г. компании вышли на новый уровень эффективности. Но, достигнув определенных успехов, компании сталкиваются с ограничениями в ее дальнейшем повышении.

Во многом это связано с тем, что, несмотря на современную структуру организаций, соответствующие системы и методы работы, предприниматели часто являются носителями устаревших ценностей, что приводит к формированию неверных ценностных ориентаций и ценностных ориентиров, а значит, и способов ведения бизнеса в нестабильных рыночных условиях.

Подобная ситуация привела к тому, что современный образ российского бизнесмена является достаточно негативным.

Так, согласно опросам общественного мнения, проведенным ВЦИОМ в 2005 г. путем репрезентативной выборки (2 000 чел. из разных слоев населения) [5], российский бизнесмен:

- нажил свое богатство нечестным или полукриминальным путем (54%);
- информационно закрытый человек (36%);
- использует коррупционные методы решения проблем (38%);
- презирает всех остальных, считает себя выше окружающих (65%);
- плохой гражданин (45%).

В свою очередь, представители деловой среды, являясь частью современного российского общества, сами делают многое для создания подобного негативного образа. Так, в 2004 г. Ассоциация менеджеров совместно с Институтом социологии РАН провела исследование, результаты которого показали, что около 60% российских менеджеров

в целом соблюдали российские законы, а около 40% признались в их частичном несоблюдении. При этом почти каждый пятый (17,2%) полностью игнорировал законодательство [5].

Чтобы изменить ситуацию, необходимо сформировать положительный имидж отечественного бизнеса, для чего бизнесу следует сделать определенные усилия. В качестве основного направления, на наш взгляд, можно было бы назвать включение в ценностные ориентиры бизнеса наряду с получением прибыли концепцию социальной ответственности и увеличения социального капитала.

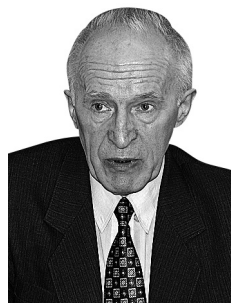
Источники

1. Тронин Ю. Цели и социальная стабильность предприятия // Генеральный директор. 2005. № 7.
2. Романов О. В. Социология труда : учеб. пособие для вузов. М. : Гардарики, 1999.
3. Социология труда : учебник / под ред. Н. И. Дряхлова, А. И. Кравченко, В. В. Щербины. М. : Изд-во Моск. ун-та, 1993.
4. Потемкин И. Развитие российского бизнеса, глобальные изменения в компаниях и мировоззрении. Режим доступа : www.amr.ru.
5. Чувиляев П. А. Миф и контрмиф о российском бизнесе. Режим доступа : www.amr.ru.

МОРОЗОВ Геннадий Борисович

Кандидат экономических наук, научный сотрудник, доцент, заведующий кафедрой экономики и финансов

Уральский государственный педагогический университет
620017, РФ, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26
Контактный телефон: (343) 371-04-46
e-mail: mgb@inbox.ru



ФРОЛОВ Александр Сергеевич

Аспирант кафедры экономики и финансов

Уральский государственный педагогический университет
620017, РФ, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26
Контактные телефоны: (343) 371-04-46, (904) 177-77-33
e-mail: mainpersona@gmail.com

О дефинитивных пробелах в экономико-правовой сущности малого предпринимательства в России

Ключевые слова: малое предпринимательство; предпринимательская деятельность; экономическая деятельность.

Аннотация. С учетом современных требований переосмысливаются такие исходные понятия, как «предпринимательская деятельность», «экономическая деятельность», «малое предпринимательство». Для преодоления разрыва между реальным экономическим содержанием и юридическим толкованием данных терминов следует учитывать их соответствие при разработке нормативных правовых актов в стране в целом и субъектах Российской Федерации.

Главной задачей, стоящей перед Правительством Российской Федерации, является достижение эффективного функционирования всех звеньев экономической системы в посткризисный период.

Как известно, в странах с рыночной экономикой мощным двигателем экономического и социального развития служит предпринимательская деятельность. Поскольку сфера малого предпринимательства образует самую обширную сеть фирм в любой стране с развитой рыночной экономикой, назрела необходимость создания комплекса условий для этой деятельности. Предприниматели заинтересованы в четких взаимоотношениях с органами власти и управления, вследствие чего в периоды кризисов особенно возрастает роль государственного регулирования экономической деятельности в стране и предпринимательской деятельности как ее важного и неотъемлемого элемента в рыночных условиях.

Малый бизнес в подавляющем большинстве развитых стран создает значительную долю валового внутреннего продукта (более 50%) и обеспечивает рабочими местами большую часть населения (50–70% экономически активных граждан).

Преимуществами малого предпринимательства, в отличие от среднего и крупного, являются:

- адаптивность субъектов предпринимательской деятельности к изменениям внешней маркетинговой среды вследствие их величины;
- простота и доступность открытия своего дела из-за сравнительно небольших первоначальных вложений в основные и оборотные фонды;

- низкие накладные расходы из-за малочисленного управленческого аппарата;
- функционирование и развитие фирмы на основе местных сырьевых ресурсов и рабочей силы;
- минимизация экономических рисков, неполучения прибыли в случаях возникновения внутренних и внешних факторов ведения предпринимательской деятельности.

Однако данные преимущества на российской предпринимательской почве практически не реализуются. Как свидетельствуют социологические исследования, в настоящее время существует множество проблем и барьеров, которые не позволяют достичь в России значительных показателей развития предпринимательской деятельности вообще и малого бизнеса в особенности. Пример тому – результаты социологического опроса 6451 чел., проведенного группой «Альянс Медиа» с 9 февраля по 19 марта 2010 г.

На вопрос «Если вы обращались за помощью в органы государственной власти, то удалось ли вам решить свою проблему?» всего 8% респондентов – представителей малого бизнеса ответили, что «удалось решить проблему при помощи органов власти»; «частично проблема была решена» – 15% респондентов; «ничего не удалось решить» – 46% респондентов. Остальные респонденты либо не обращались за помощью к власти (24%), либо не имеют таких проблем (7%).

Отсюда можно сделать вывод: субъекты малого бизнеса или не надеются на помощь органов государственной власти, так как уже имеют негативный опыт обращения, или даже опасаются обращаться со своими проблемами в данные органы¹. Предпринимателей, как и в «лихие» 1990-е годы, волнуют те же проблемы: несовершенство законодательства по предпринимательству и нестабильность налоговых отношений; недоступность источников и условий финансирования и кредитования; удушающие условия аренды помещений и земельных участков; отсутствие правовых механизмов защиты прав предпринимателей; наличие высоких административных и коррупционных барьеров ведения бизнеса; слабое развитие инфраструктуры предпринимательства.

Как пример слабого развития инфраструктуры малого предпринимательства, в частности ее информационной сферы, ниже представлены результаты социологического опроса 3107 чел., проведенного той же группой с 13 мая по 1 июня 2010 г.

На вопрос «Знакомы ли вы/ваше предприятие с Государственной программой финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства, реализуемой Российским банком развития (РосБР)?» 56% респондентов ответили, что «ничего об этой программе не знают»; 30% ответили, что «знают о ее существовании»; всего 5% «знают условия ее предоставления»; 6% «планируют принять участие в ее реализации», и только 3% опрошенных являются ее участниками.

Согласно результатам опроса государственные органы, Российский банк развития не предоставляют нужной информации субъектам малого бизнеса, что приводит к неэффективности государственной программы, а это – проблема обратной связи между государственными органами и субъектами малого бизнеса. Необходимо создать информационную инфраструктуру для малого бизнеса, которая работала бы как эффективная единая система².

Для решения проблем, возникающих в процессе предпринимательской деятельности, необходимо также сформировать новый подход к ее развитию через переосмысление таких исходных понятий-дефиниций, как «предпринимательская деятельность», «экономическая деятельность», «малое предпринимательство».

Как известно, *дефиниция* (от лат. *definitio*) – краткое определение какого-либо понятия, отражающее существенные признаки предмета или явления. С позиций лингвистики дефиниция – толкование слова.

¹ allmedia.ru/Question/QuestShow.asp?QuestPeriodID=553.

² allmedia.ru/Question/QuestShow.asp?QuestPeriodID=556.

В первую очередь, необходимо преодолеть разрыв между реальным экономическим содержанием данных терминов и нормативным, правовым толкованием путем соотнесения их при разработке нормативно-правовых актов в стране и субъектах Федерации, поскольку часто при принятии оптимальных решений субъектами предпринимательства возникают серьезные проблемы, когда правовая форма не соответствует экономическому содержанию, что выливается для них в весомые экономические и иные потери. Такова, например, специфика начисления НДС в России для субъектов малого предпринимательства, работающих по упрощенной системе налогообложения. Крупный бизнес не заинтересован в своеобразном двойном налогообложении по НДС при работе с индивидуальными предпринимателями. По этой причине последние работают, как правило, только с населением и не затрагивают в своем бизнесе партнерство в крупном бизнесе. Образуется своеобразный разрыв между малым и крупным бизнесом, что приводит к неэффективной работе всего предпринимательского сектора Российской Федерации.

Законодателям следует также задуматься, как при помощи изменений в Гражданском и Налоговом кодексах РФ сформировать единую финансовую схему. Для этого экономисты должны уметь рассчитывать величины ущербов и вреда подобных деяний в социально-экономическом состоянии страны, юристы – создавать нормы права, эффективно работающие на ликвидацию или, по крайней мере, на резкое снижение этих негативных последствий. Пока специалисты указанных отраслей не научатся друг от друга «секретам» и «азам» этих наук, данные деяния будут снижать эффективность экономики, а их субъекты, нанося вред общественным отношениям, будут избегать юридической ответственности за свои действия на вполне законных основаниях.

Исторически терминологическая сущность и содержание, вкладываемые в понятие «предпринимательская деятельность», менялись и упорядочивались в процессе развития теории предпринимательства. В XVIII веке ирландский экономист-практик Р. Кантильон первым ввел в научный оборот термин «предприниматель». Теория предпринимательства своим развитием обязана таким ученым, как И. Тюнен, Г. Мангольдт, Ф. Найт, В. Зомбарт, Й. Шумпетер, Л. Мизес, Ф. Хайек, П. Друкер.

В России нормативное толкование понятия «**предпринимательская деятельность**», отражено в ст. 2 ГК РФ: «*Предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке*» [1].

Как любое социальное явление, предпринимательская деятельность имеет определенные признаки. В процитированном выше определении законодательно достаточно четко изложены основополагающие признаки (критерии), отражающие правовые характеристики содержания данной деятельности:

- 1) цели (назначение, направление) осуществления;
- 2) способы (средства) реализации;
- 3) виды предпринимательской деятельности как источника получения прибыли;
- 4) форма (внешнее проявление) осуществления предпринимательской деятельности

– условие обязательной государственной регистрации ее участников.

I. Основные цели предпринимательской деятельности:

- максимизация предпринимательской систематической прибыли при минимизации предпринимательских издержек;
- удовлетворение потребностей населения, субъектов предпринимательства и органов власти в предпринимательском продукте.

II. Способы (средства) реализации. Предпринимательская деятельность представляет собой систематическую, целенаправленную и самостоятельную деятельность,

находящуюся всегда в *зоне риска*. Самостоятельность осуществления означает осуществление ее своей властью и в своих интересах, т. е. указывает на волевой источник.

III. Виды предпринимательской деятельности как источника получения прибыли – это получение прибыли от «...пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами» [2. С. 10]. Данные виды деятельности качественно разнообразны: по объектам (результатам деятельности); по способам и «технологиям» осуществления; по ценам, уплачиваемым ее заказчиками и покупателями. Виды деятельности, не подпадающие под перечисленные признаки, предпринимательской деятельностью не являются и, следовательно, соответствующую процедуру государственной регистрации не пройдут [Там же].

IV. Установленная форма (внешнее проявление) осуществления предпринимательской деятельности. Основопологающим формальным ее признаком является факт государственной регистрации субъекта предпринимательства путем включения в специальный Государственный реестр (регистр) такого рода субъектов. Однако этот общий для всех субъектов предпринимательства признак имеет свои особенности (признаки более частного порядка) и различается:

- по субъектам предпринимательской деятельности (граждане – индивидуальные предприниматели, юридические лица – коммерческие организации);
- по полномочиям участников (учредителей) коммерческой организации в образовании имущества последней (обязательственные права – у хозяйственных обществ и товариществ, право собственности – у государственных и муниципальных унитарных предприятий);
- по степени гражданско-правовой ответственности субъектов предпринимательства за результаты своей деятельности (ограниченная ответственность – у хозяйственных обществ, государственных и муниципальных унитарных предприятий; дополнительная (субсидиарная) – у хозяйственных товариществ, полных и коммандитных (на вере)).

V. Инновационность как фактор успешности предпринимательской деятельности. Данная характеристика не является обязательной и не присутствует в правовой дефиниции, однако она очень важна для того бизнеса, который стремится упрочить свое место на рынке.

Предприниматель обычно сталкивается в процессе деятельности с противодействием внешней среды. Чтобы преодолеть это сопротивление, он применяет новшества. Именно инновационный процесс, по Й. Шумпетеру [3], и определяет степень прогресса экономической системы.

Чем уникальнее продукт или пути его производства, тем успешнее предприятие. Инновация подразумевает основанное на научном исследовании и реализованное на рынке новшество.

Малое предпринимательство не случайно выбрано фундаментом развития инноваций по ряду причин.

1. Научные разработки в малых фирмах ведутся максимально интенсивно, поскольку все усилия сосредоточены на одном проекте.

2. В малых фирмах немногочисленный аппарат управления, что сокращает накладные расходы и позволяет избежать бюрократических моментов, снижающих эффективность научно-исследовательских работ в крупных корпорациях.

3. Малые предприятия, как правило, лучше улавливают тенденции развития рынка, умело приспосабливаются к запросам потребителей, что позволяет им более гибко реагировать на происходящие перемены.

Все вышеперечисленное обеспечивает ускорение инновационного процесса и, соответственно, приближает его к этапу завершения.

Таким образом, предпринимательская деятельность по содержанию и форме – понятие сложное и разнообразное. Однако логика построения системы ее признаков до-

статочной стройной. Усвоение принципов осуществления данной деятельности – задача важная, трудная как для действующих субъектов предпринимательства, так и потенциальных участников. Следует помнить, что осуществление этой деятельности – не самоцель субъекта, а средство достижения специфического результата – экономической выгоды, которая становится для него источником и роста личного благосостояния, и дальнейшего расширения этой деятельности [4. С. 9–10].

По сути, правовое толкование термина «предпринимательская деятельность» независимо от множества доктринальных трактовок следует применять на практике как единственно легитимное.

На основе обобщения и осмысления рассмотренных характеристик предпринимательства уместно привести авторское определение предпринимателя: **предприниматель** – это сочетание в одном индивиде врожденных и приобретенных личностных качеств, сущность которых проявляется на инновационном или околоинновационном деятельностном уровне в ситуации риска и неопределенности на рынке, цель деятельности которого – стремление в процессе комбинации факторов производства получить максимально возможный предпринимательский доход (прибыль) с минимально возможными издержками.

Деятельность субъектов малого бизнеса в России регулируется Федеральным законом от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», в котором указаны критерии отнесения предприятия к малому бизнесу, а именно: с 1 января 2008 г. критериями отнесения предприятий к соответствующей категории являются «средняя численность работников независимо от вида деятельности», «ограничение по статусу» и «предельные значения выручки от реализации или балансовой стоимости активов» [5].

Однако ни в литературе, ни в законах не дается толкования понятия «экономическая деятельность». Совершенно очевидно, что оно значительно шире понятия «предпринимательская деятельность», но в то же время нормативного понятия «экономическая деятельность» не существует, что усложняет решение проблемы разъединения этих близкородственных понятий. Единственное указание, и то не прямое, присутствует в ч. II ст. 34 Конституции РФ: «Предпринимательская деятельность есть разновидность деятельности экономической» [6].

О других разновидностях экономической деятельности в законах не сказано ни слова, и это наводит на мысль, что любую экономическую деятельность можно назвать предпринимательской, хотя данный посыл не совсем верен.

Как считает Н.С. Матвеева, «самым важным отличием предпринимательской деятельности от экономической является не простое стремление хозяйственного субъекта к получению выгоды, а систематическое получение... Систематичность ее (выгоды. – Прим. авт.) получения является внешним признаком осуществления предпринимательской деятельности» [7]. Исходя из этого всю экономическую деятельность можно подразделить на предпринимательскую и «непредпринимательскую» (некоммерческую).

В соответствии с данными умозаключениями мы предлагаем ввести в ч. I ст. 2 ГК РФ нормативную дефиницию понятия «экономическая деятельность» с целью раскрытия и уточнения конституционной нормы для более эффективного государственного регулирования в этих сферах.

Вопросы влияния малого предпринимательства на экономику приобрели исключительную актуальность, которая обоснована, с одной стороны, неполной теоретико-методологической проработанностью вопроса, а с другой – объективной необходимостью продолжения исследований механизма развития малого предпринимательства в его терминологическом аспекте и правовом закреплении этих дефиниций в нормативно-правовых актах Российской Федерации.

Источники

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: Федер. закон от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (с последующими редакциями).
2. Морозов Г. Б. Основы предпринимательских правоотношений. Екатеринбург, 2002.
3. Шумпетер Й. История экономического анализа : в 3 т. СПб. : Экон. школа, 2004.
4. Морозов Г. Б. Предпринимательская деятельность в Российской Федерации: особенности государственно-правового регулирования и контроля. Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2006.
5. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации : Федер. закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ.
6. Конституция РФ. Екатеринбург: Уралюриздат, 2003.
7. Матвеева Н. С. Предпринимательская деятельность как разновидность экономической деятельности // Управление экономическими системами : электрон. науч. журн. 2008. № 1 (13). Режим доступа : uess.mcsnp.ru.

ЗУЕВА Ольга Николаевна

Доктор экономических наук, профессор, заведующая
кафедрой товароведения и экспертизы

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Контактный телефон: (343) 251-96-59
e-mail: zuevaon@mail.ru



ВДОВИН Сергей Станиславович

Старший преподаватель кафедры товароведения и экспертизы

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Контактный телефон: (343) 221-27-59
e-mail: tnt07@yandex.ru

Современное состояние логистического сервиса в сфере обращения и эксплуатации легковых автотранспортных средств

Ключевые слова: логистический сервис; услуга; работа; сервис; автотранспортные средства; качество логистического сервиса; рынок легковых автотранспортных средств; факторы, влияющие на развитие логистического сервиса.

Аннотация. Тенденция увеличения парка легковых автотранспортных средств в России влечет за собой необходимость развития сети предприятий их обслуживания. На основе анализа фактических данных в статье рассмотрено состояние логистического сервиса при обращении и эксплуатации автотранспортных средств. Приведена авторская трактовка понятий «сервис» и «логистический сервис», систематизированы классификационные признаки логистического сервиса. По данным потребительского опроса сделаны выводы о составе и структуре парка легковых автотранспортных средств и услугах сервисных предприятий. Представлены результаты исследований, проведенных в области качества логистического сервиса.

В последние годы в мире в целом и в Свердловской области в частности наблюдается заметное увеличение парка легковых автомобилей, вызванное ростом благосостояния и стремлением граждан к комфортной мобильности. По данным ГИБДД МВД России, на конец 2008 г. общее число легковых автомобилей, включая пикапы, легкие фургоны (грузопассажирские) и специальные легковые автомобили, конструкция которых не предназначена для перевозки пассажиров, составило 32 186,3 тыс. шт. [1].

Анализ данных продаж легковых автотранспортных средств в РФ за 2002–2009 гг. показал рост общего количества проданных легковых автомобилей преимущественно за счет увеличения продаж автомобилей иностранных марок российской сборки и импорта новых иностранных автомобилей (табл. 1).

Одним из факторов роста продаж автомобилей является развитие автокредитования в России. По оценкам агентства «РосБизнесКонсалтинг», в докризисный период рост кредитования на легковой автотранспорт составил 70%, а объем рынка достиг 578 млрд р. По данным кредитных учреждений, около 40–45% всех проданных автомобилей в РФ было приобретено в кредит. Отмечается тенденция роста суммы кредита, что свидетельствует о стремлении населения покупать более дорогие автомобили.

Таблица 1

Объем продаж легковых автотранспортных средств в России за 2002–2009 гг., тыс. шт.

Показатель	2002	2003	2004 [2]*	2005	2006 [3]	2007	2008	2009
Российские модели	842	870	882	841	760	765	700	Н. д.
Иномарки российской сборки	11	54	409*	614*	1019*	440	580	Н. д.
Импорт новых автомобилей	117	164				1205	1500	Н. д.
Импорт подержанных автомобилей	447	400	400	320	315	380	395	Н. д.
Всего	1417	1488	1691	1775	2094	2790	3175	1466

Примечание. * В 2004–2006 гг. иномарки не делились на импортируемые и собранные на территории РФ.

Подобная ситуация характерна и для Свердловской области, где, по состоянию на 2009 г., на 1 000 жителей приходилось 249 автомобилей, что является 14-м показателем по России. На первых позициях по данному критерию находятся Москва (304 автомобиля на 1 000 жителей), Санкт-Петербург (303), Калининградская и Московская области (по 296).

Автотранспортные средства относятся к категории сложных технических товаров, поэтому возникает необходимость их технического обслуживания и ремонта с целью поддержания потребительских и эксплуатационных свойств на высоком качественном уровне в течение всего жизненного цикла. Данную функцию выполняют автосервисные организации, наличие которых определяет степень развития сервисной логистики. В городах с населением более одного миллиона жителей наблюдается рост числа таких предприятий (табл. 2).

Таблица 2

Количество автосервисных предприятий Екатеринбурга в 2008 г. с учетом специализации и территориального расположения

Район	Всего предприятий	Станции технического обслуживания	Пункты технического ремонта	Шиномонтаж	Пункты установки дополнительного оборудования	Автомойки	Пункты замены масла	Пункты подбора автоэмалей
Верх-Исетский	55	14	12	12	5	20	2	–
Ленинский	52	5	18	8	11	11	1	1
Октябрьский	49	6	14	11	3	19	–	–
Чкаловский	65	6	16	15	7	20	3	–
Железнодорожный	58	16	19	11	4	18	1	–
Кировский	70	8	31	6	5	18	2	1
Орджоникидзевский	60	9	17	12	4	21	1	3
Итого по городу	409	64	127	75	39	127	10	5

Представленные данные свидетельствуют о том, что в Екатеринбурге в 2008 г. насчитывалось 409 предприятий автосервиса, включающих 64 станции технического обслуживания, 127 пунктов технического ремонта, 75 предприятий шиномонтажа, 39 пунктов установки дополнительного оборудования, 127 автомоек, 10 пунктов замены масла

и 5 предприятий по подбору автоэмалей. Интересным фактом является преимущественное расположение автосервисных предприятий в центральных районах города, что не всегда отвечает требованиям управления логистическими потоками. Таким образом, в современных условиях, характеризующихся ростом числа легковых автотранспортных средств у населения, увеличением количества автосервисных предприятий и, соответственно, расширением сферы услуг населению, тема развития последней на основе принципов логистики особенно актуальна.

Несмотря на свою значимость логистический сервис в сфере обращения легковых автотранспортных средств изучен недостаточно полно. Это, в первую очередь, касается терминологии логистики, в частности понятий «услуга», «сервис», «логистический сервис».

Услуги как продукты экономической деятельности интересовали ученых-экономистов давно. В мире существует множество институтов, деятельность которых направлена на изучение сервисной проблематики. Отправной точкой их изысканий являются труды основоположников экономической теории А. Смита, Д. Рикардо, К. Маркса и др., которые определили содержание категории «услуга» и ее место в экономической теории [4]. Например, А. Смит делил труд на две категории (см. [5]):

1) производственный (закрепляется и реализуется в каком-либо отдельном предмете или товаре, который можно продать);

2) услуги непроизводственного труда (исчезают в самый момент их оказания).

В работах таких российских исследователей, как А.У. Альбеков, О.А. Митько, А.Н. Родников, В.Л. Пурлик, В.Н. Стахов, Р.В. Шевцов, Б.А. Аникин, В.И. Сергеев понятия «сервис» и «сервисное обслуживание» понимаются как совокупность комплекса услуг, связанных со сбытом и эксплуатацией сложной технической продукции. У большинства исследователей понятия «услуга» и «сервис» синонимичны или «сервис» представляется как «работа по предоставлению услуг».

Гражданский и Налоговый кодексы РФ разграничивают понятия «работа» и «услуга». Так, в Гражданском кодексе РФ:

- ст. 702 характеризует «работу (подряд) как совершение определенных действий на изготовление или переработку (обработку) вещи либо выполнение другой работы с передачей ее результата заказчику»;

- ст. 779 трактует «услугу как совершение определенных действий или осуществление определенной деятельности».

Исходя из указанных статей отличие двух этих понятий состоит в том, что при производстве работ ценность для заказчика представляет только *результат работ*, в то время как при оказании услуг – *сами действия исполнителя*, даже если они не направлены на достижение определенного результата [6].

Таким образом, работой признается деятельность, результаты которой имеют материальное выражение и могут быть реализованы для удовлетворения потребностей организаций и (или) физических лиц. «Услуга – деятельность, результаты которой не имеют материального выражения, реализуются и потребляются в процессе осуществления этой деятельности» [7].

По нашему мнению, понятие «сервис» отражает совокупность предоставляемых услуг и работ. *Сервис* – вид деятельности, направленной на создание материальных ценностей и/или изменение качества имеющегося объекта с целью наиболее полного удовлетворения потребностей заказчика. Под *логистическим сервисом* понимаются услуги и работы по обслуживанию материального потока в сфере обращения и эксплуатации и связанные с ним услуги информационного и финансового потоков.

Уместно отметить, что некоторые авторы, например В.И. Сергеев, в понятие «логистика», помимо материального, финансового и информационного потоков, включают и сервисные потоки.

Рассматривая логистический сервис как управление сервисными потоками в период поставки и обращения материального потока, необходимо выделить присущие только ему особенности:

1) *невозможность хранения*. Сервис является процессом, связанным с материальными объектами; при этом время оказания сервиса должно совпадать со специфическими потребностями покупателей;

2) *трудность оценки качества*. Невозможность хранения определяет, что качество нельзя проверить до предоставления сервиса.

Важное значение приобретает классификация логистического сервиса. Нами были систематизированы его классификационные признаки, включающие в себя временные параметры, формы оплаты, содержание сервиса и другие показатели (табл. 3).

Таблица 3

Классификационные признаки логистического сервиса при обращении легковых автотранспортных средств

Классификационный признак	Вид сервиса	Примеры сервиса при обращении автотранспортных средств
По временному параметру	Предпродажный	Настройка основных систем, устранение дефектов, мойка после транспортировки
	В процессе поставки	Подбор необходимой комплектации, кредитование, страхование
	Послепродажный	Проведение регламентного обслуживания, устранение дефектов, ремонты
В зависимости от формы оплаты	Бесплатный (временный)	Устранение производственных дефектов (в течение гарантийного периода)
	Платный	Плановые и регламентные работы, работы после завершения гарантии или при наличии эксплуатационных дефектов
По содержанию сервиса	Материальный	Работы
	Нематериальный	Услуги (кредитование, страхование)
По степени адаптивности к потребностям конкретного клиента	Стандартизованный	Регламентные работы
	Индивидуальный	Устранение дефектов и/или установка дополнительного оборудования
По форме организации	С привлечением третьей стороны (аутсорсинг)	Работа дилерских центров
	Оказываемый своим подразделением	Работа дочерних торгово-сервисных центров
По географическому охвату	Международный	Деятельность транснациональных корпораций (например, Toyota осуществляет контроль за локальными и региональными дилерскими центрами)
	Национальный	Деятельность компаний, расположенных в конкретной стране (например, TagA3)
	Региональный	Деятельность региональной сети дилерских центров (например, дилерские центры «Оками-Моторс», расположенные в городах Свердловской области)
	Локальный	Деятельность городского дилерского центра («Екатеринбург-Лада», «Лада-Березовский»)

Все звенья логистической цепи в сфере обращения и эксплуатации легковых автотранспортных средств можно разделить на четыре группы: предприятия-изготовители, торговые организации (дилеры), предприятия сервиса и потребители. Чаще всего

предприятие-изготовитель передает функции по сервисному обслуживанию своей продукции в аутсорсинг (outside – resource – using – использование внешних ресурсов) дилеру. По масштабу для производителя предпочтительным является национальный или международный (встречается чаще), а для дилеров (в зависимости от размера их компании) – локальный или региональный логистический сервис. По временному параметру и форме оплаты широко применяются бесплатное гарантийное (временное) и платное послегарантийное обслуживание. С целью определения уровня логистического сервиса при обращении и эксплуатации легковых автотранспортных средств, предоставляемого дилерскими центрами Свердловской области, проведен опрос потребителей, позволивший осветить следующие вопросы:

- наличие, основные марки, возраст автомобилей в домохозяйствах и структура парка легковых автотранспортных средств Свердловской области;
- место приобретения и стоимость транспортных средств;
- виды сервисного обслуживания и его структура;
- структура обращений (в зависимости от правовой формы сервисного центра), по годам, маркам и видам дефекта.

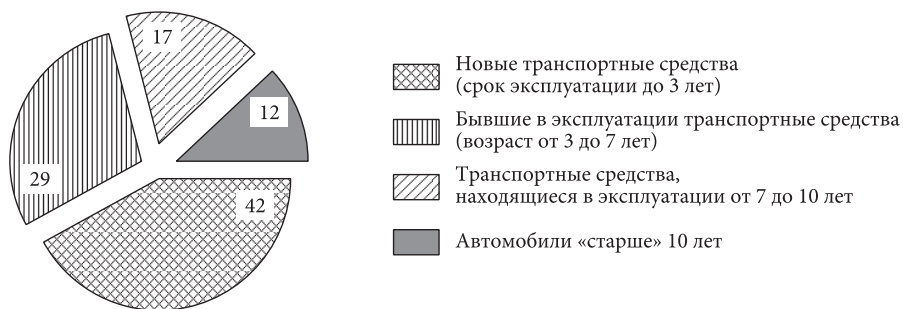
В анкетировании приняли участие 400 респондентов – жителей Свердловской области, в том числе из Екатеринбурга – 276 чел., Нижнего Тагила – 56 и Первоуральска – 68 чел.

Анализ ответов показывает, что 70,2% домохозяйств Свердловской области имеют легковые автотранспортные средства; 73% легковых автотранспортных средств принадлежат жителям г. Екатеринбурга; 7,8 – жителям Нижнего Тагила; 19,2% – жителям Первоуральска.

Структура парка легковых автотранспортных средств Свердловской области по состоянию на 1 сентября 2010 г. представлена ниже (по данным опроса респондентов), %:

«ВАЗ».....	22,6;
«Hyundai»	6,7;
«Toyota».....	6,1;
«Honda».....	4,8;
«Nissan».....	4,3;
«Chevrolet»	3,0;
Прочие.....	20,1;
Не указали марку.....	32,4.

Как видим, в структуре областного автопарка преобладают автомобили марок «ВАЗ», «Hyundai», «Toyota». Структура автотранспортных средств в зависимости от срока эксплуатации представлена ниже (см. рисунок).



Структура автотранспортных средств, находящихся в собственности жителей Свердловской области, в зависимости от срока эксплуатации (по данным опроса), %

В Свердловской области преобладают новые автомобили (42% ответов) и автомобили «с возрастом» от 3 до 7 лет (29%). При этом автотранспортные средства приобретаются в автосалонах официальных дилеров – 37,2%; на специализированном рынке – 15,8; через объявления частных лиц – 10,9; на аукционах – 1,2%. Стоимость основной доли автомобилей находится в ценовых сегментах до 300 тыс. р. (31,7%) и от 301 до 600 тыс. р. (27,4%).

Наиболее востребованными услугами при покупке легковых автотранспортных средств в Свердловской области являются: услуги по продаже полиса обязательного страхования автогражданской ответственности (ОСАГО – 23,8%) и выдача государственных регистрационных знаков с оформлением полиса ОСАГО (18,9%).

По степени востребованности основные виды сервиса, которыми регулярно пользуются потребители в течение жизненного цикла легкового автотранспортного средства, располагаются следующим образом, %:

- уборочно-моечные работы – 36,0;
- шиномонтажные работы – 11,0;
- работы по ремонту ходовой части – 4,9;
- смазочно-заправочные работы, ремонт двигателя – 4,3;
- регулировка тормозной системы – 2,4;
- кузовные и покрасочные работы – 1,8.

Одним из показателей качества логистического сервиса при обращении и эксплуатации легковых автотранспортных средств является «количество обращений физических лиц с претензиями по качеству к предприятиям, осуществляющим торговлю и обслуживание легковых автомобилей». Для анализа были использованы результаты деятельности Комитета по защите прав потребителей Екатеринбурга за 2002–2008 гг. За указанный период в Комитете по защите прав потребителей в сфере эксплуатации легковых автотранспортных средств было зафиксировано 983 обращения физических лиц. Структура обращений за 2002–2008 гг. представлена в табл. 4.

Таблица 4

Структура обращений потребителей по годам (2002–2008 гг.)*

Показатель	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Количество обращений	80	49	101	129	143	220	261
Доля обращений, %	8,1	5,0	10,2	13,1	14,6	22,4	26,6
Темпы роста обращений, %	–	61,2	206,1	127,7	110,9	153,9	118,6

Примечание. * По данным Комитета по защите прав потребителей Свердловской области.

Динамика обращений показывает увеличение их количества с каждым годом, что согласуется с ростом числа проданных легковых автомобилей на территории Свердловской области. Наибольшая доля обращений приходится на 2008 г., когда был зафиксирован максимальный объем продаж легковых автомобилей. Структура обращений в зависимости от правовой формы предприятий приведена в табл. 5.

Таблица 5

Структура обращений потребителей к торгово-сервисным организациям в зависимости от правовой формы

Правовая форма предприятия	Количество обращений	Доля обращений, %
Общество с ограниченной ответственностью	571	58,1
Закрытое акционерное общество	264	26,9
Открытое акционерное общество	74	7,5
Индивидуальный предприниматель	74	7,5
Итого	983	100,0

Как видим, наиболее часто претензии потребителей (58,1%) предъявляются к торговым организациям, имеющим правовую форму «общество с ограниченной ответственностью», что в первую очередь связано с объемами продаж товаров и предоставляемых услуг.

Анализ показал: большую долю обращений составляют автомобили марки «ВАЗ» (30,1%), «Hundai» (11,3%), «Ford» (11,0%), что обусловлено самой высокой востребованностью на отечественном рынке данных марок автомобилей. Главными причинами обращений являются: дефекты двигателя (14,6%), множественные недостатки (13,8%), нарушение сроков поставки (10,0%), нарушение условий поставки (9,1%), дефекты электрооборудования (10,7%).

Итак, полученные данные свидетельствуют о необходимости: повышения качества логистического сервиса, направленного на более полное удовлетворение запросов потребителей за счет обеспечения гарантированного качества при доставке; наличия требуемого запаса в нужном месте; соблюдения сроков выполнения заказа; удобства пользования и предоставления послепродажного сервиса; инноваций в обслуживании. Качество предоставления логистического сервиса – неотъемлемая часть роста эффективности деятельности коммерческого предприятия.

Источники

1. Российский статистический ежегодник. 2009 : стат. сб. / Росстат. М., 2009.
2. Движущая сила // Эксперт-Авто. 2005. № 1(68). 24 янв.
3. Иностраный миллион // Эксперт-Авто. 2007. № 1(88). 12 фев.
4. Шеховцов Р.В. Логистический сервис в транзитивной экономике России (теория и методология) : автореф. дис. ... д-ра экон. наук. Ростов-н/Д, 2003.
5. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе : пер. с англ. 4-е изд. М. : Дело ЛТД, 1994.
6. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации. Ч. I–III / под ред. Е. Л. Забарчука. М. : Экзамен ; Право и закон, 2005.
7. Налоговый кодекс РФ // СПС «КонсультантПлюс» : интернет-версия. Режим доступа : www.consultant.ru.



ИВАНОВА Наталья Владимировна

Аспирант кафедры экономической теории и предпринимательства

Уральский государственный горный университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. Куйбышева, 30
Контактный телефон: (343) 257-37-28
e-mail: ief.etp@ursmu.ru

ИГНАТЬЕВА Маргарита Николаевна

Доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой
экономической теории и предпринимательства

Уральский государственный горный университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. Куйбышева, 30
Контактный телефон: (343) 257-37-28
e-mail: ief.etp@ursmu.ru



Кондиции как инструмент госрегулирования недропользования

Ключевые слова: кондиции; бортовое содержание; баланс интересов; социально-экологические критерии.

Аннотация. Обосновывается необходимость использования кондиций в качестве одного из инструментов экономического механизма государственного регулирования недропользования. Рассматривается целесообразность перехода к динамическим кондициям и дополнения критериальных показателей социальными и экологическими.

На этапе истощения недр недропользователи в стремлении получения прибыли вынуждены принимать решение о пересмотре кондиций, т. е. пытаются на законных основаниях перейти к выборочной отработке запасов. Кондиции на минеральное сырье представляют собой совокупность требований к качеству и количеству полезных ископаемых, горно-геологическим и иным условиям их разработки, обеспечивающим наиболее полное комплексное и безопасное использование недр на рациональной экономической основе с учетом экологических последствий эксплуатации месторождения. Фактически кондиции определяют ту экономическую границу месторождения, в рамках которой отработка запасов является рентабельной для недропользователя, т. е. извлекаемая ценность оказывается выше затрат на добычу и переработку минерального сырья. В свою очередь, кондиции должны обеспечивать не только доходность разработки месторождения, но и исполнение интересов государства и общества в части полноты использования недр. Указанные требования выступают как параметры кондиций, значений натуральных показателей для подсчета запасов, имеющих геологическое, горно-техническое, технологическое, экологическое и социально-экономическое обоснование.

В соответствии с этапами изучения и освоения месторождений кондиции подразделяются на разведочные и эксплуатационные. Разведочные кондиции разрабатываются по результатам различных стадий разведки и геолого-экономической оценки месторождений с учетом положений нормативных документов, регламентирующих недропользование, для оконтуривания и подсчета запасов полезных ископаемых и определения их промышленной ценности. В то же время в процессе отработки месторождения возникает необходимость уточнения параметров разведочных кондиций,

рассчитанных усредненно для всего объекта в целом, применительно к конкретным участкам, рудным телам, залежам, выявленным дополнительно при разведочных и горных работах, а также ранее известным, по которым детализированы геологические характеристики. В этом случае для обеспечения стабильной безубыточности работы предприятия и с целью более полного рационального использования недр разрабатываются и используются эксплуатационные кондиции.

К числу наиболее важных параметров кондиций относятся бортовое промышленное содержание и минимальное промышленное содержание полезного компонента. Бортное содержание с геологических позиций – это наименьшее содержание полезного компонента в пробе, при котором она включается в подсчет запасов. Этот же параметр с точки зрения экономики – содержание полезного компонента, которое обеспечивает необходимый минимум прибыльности промышленного использования руды (в крайнем случае – безубыточности). Минимальное промышленное содержание характеризует собой такое содержание полезного компонента в подсчетном блоке (участке), при котором отработка этого блока (участка) оказывается экономически целесообразной. Основное направление использования кондиций – это подсчет запасов в недрах. В последующем при добыче подсчитанных запасов они служат основой для контроля отработки запасов, планировании добычных работ и т. д.

В авторском определении кондиция – это один из инструментов экономического механизма государственного регулирования недропользования, который позволяет влиять на размер балансовых запасов месторождения, участка, блока и, соответственно, на срок отработки запасов. На наличие взаимосвязи между бортовым содержанием, величиной запасов сырья и средним содержанием полезных компонентов в этих запасах указывают некоторые исследователи. Это подтверждается и опытом разработки кондиций (см. таблицу). Как следует из приведенных примеров, прослеживается закономерность: увеличение бортового содержания приводит к росту объема балансовых (эксплуатационных) запасов полезных ископаемых. Прямая корреляционная зависимость в этом случае обычно отсутствует, так как рудные тела имеют сложную конфигурацию и отличаются друг от друга средним содержанием полезного ископаемого.

Взаимосвязь бортового содержания с величиной запасов полезных ископаемых

Источник	Бортное содержание			Величина запасов, т		
	Вариант			Вариант		
	I	II	III	I	II	III
[1]	1%	2%	1%	6 000 тыс. т	8 000 тыс. т	9 000 тыс. т
[2]	18%	14%	10%	36 млн т	52,9 млн т	66,1 млн т
[2]	0,1%	0,07%	–	2,6 млн т	3,0 млн т	–
[3]	0,7%	0,6%	0,5%	49,95 млн т	84,09 млн т	130,91 млн т
[4]	2,7 г/т	3,6 г/т	5,0 г/т	77% металла / 66% запасов руды	65% металла / 50% запасов руды	53% металла / 33% запасов руды

Кондиции разрабатываются и уточняются в процессе геолого-экономической оценки месторождений по материалам их разведки и эксплуатации на основе специального технико-экономического обоснования (ТЭО) с учетом возможности использования основных и совместно с ними залегающих полезных ископаемых, а также содержащихся в них ценных компонентов. ТЭО представляются на апробацию в органы государственной экспертизы, которая в России осуществляется уполномоченными органами по управлению государственным фондом недр. Особенностью утверждаемых кондиций является статичность рассматриваемых в ТЭО условий эксплуатации месторождения. Расчет кондиций, выполняемый для определенного временного периода, учитывает уровень существующих цен на минеральное сырье, на все материалы, электроэнергию,

систему налогообложения и другие элементы, слагающие себестоимость добываемой продукции. В ТЭО кондиции определяются для всего месторождения полностью, без учета особенностей этапов его жизненного цикла, для усредненных идеализированных условий. И это при том, что, во-первых, любое из месторождений характеризуется высокой изменчивостью природных параметров, во-вторых, значительные колебания отличают уровень цен на минеральное сырье, и в-третьих, отмечается стабильный рост эксплуатационных затрат. Таким образом, налицо явное противоречие: стабильность кондиций и изменчивость условий освоения ресурсов недр, проявляющаяся в результирующих показателях финансовой деятельности горнодобывающего предприятия.

Определенные изменения в традиционный порядок обоснования кондиций внесли работы исследователей, рассматривающих динамические кондиции, напрямую связанные с определением динамической доступности запасов. Методический подход определения динамической доступности запасов, основанный на учете только предстоящих затрат, был адаптирован к условиям расчета кондиций. Динамические кондиции исключают постоянство, их пересчет объясняется нестабильностью цен на товарную продукцию и себестоимости добычи и переработки руд. В связи с тем, что сроки отработки месторождений значительно превышают периоды существенных изменений вышеуказанных параметров, ТЭО кондиций, разработанные традиционным способом, не обеспечивают рационального использования недр. Введение в практику ТЭО динамических кондиций позволит оперативно пересчитывать запасы полезных ископаемых без детальной разработки новых ТЭО кондиций. Предполагается, что по новому значению бортового содержания будут переоконтуриваться и пересчитываться те запасы, которые намечаются к добыче в ближайшие сроки.

Методический подход к расчету динамических кондиций в условиях эксплуатации месторождений предусматривает их определение с учетом степени подготовленности запасов: вскрытые, подготовленные, готовые к выемке. Последовательное определение кондиций предполагает исключение из расчета уже произведенных затрат, что согласуется с рекомендациями Ксу Тао в его работе «Новое в методологии в области горного дела». Цель динамических кондиций в интерпретации Ксу Тао – более полное использование минеральных ресурсов в условиях неотвратимо нарастающего их дефицита и роста цен на продукты горнодобывающей отрасли за счет получения прироста активных запасов, вовлекаемых в отработку вследствие пересмотра кондиций, а также повышения полноты использования минерального сырья комплексного состава. Теоретически это возможно при снижении бортового и минимального промышленного содержаний, уменьшения минимальной промышленной мощности рудных тел, расширения границ отработки за счет вовлечения в эксплуатацию глубокозалегающих участков месторождения, а также находящихся на его флангах за пределами проектных контуров, повышения полноты и комплексности извлечения и переработки сырья. Для любого объекта может быть установлена принципиальная возможность применения такого вида кондиций.

Очевидно, таким условиям удовлетворяют месторождения с постепенным переходом от рудных залежей к вмещающим породам (вкрапленные, штокверковые месторождения). Для месторождений контрастных руд с резкими контактами с вмещающими породами возможность использования динамических кондиций отсутствует. Вместе с тем их применение возможно и для богатых руд, залежи которых характеризуются постепенным выклиниванием рудных тел по мощности, по падению и простиранию, совместным нахождением залежей других полезных ископаемых, которые могут быть попутно добыты и реализованы, а также наличием в минеральном сырье, кроме основного, сопутствующих полезных компонентов и ценных примесей, которые в обычных условиях при применении традиционных кондиций не извлекаются.

Таким образом, динамические кондиции – это инструмент, позволяющий гармонизировать соотношение рациональности отработки запасов и прибыльности работы

горнодобывающего предприятия за счет обеспечения его экономической стабильности. Реализация динамических кондиций в условиях действующих предприятий позволяет:

- повысить полноту отработки запасов месторождения при повышении цены на минеральное сырье;
- сохранить экономическую стабильность горнодобывающего предприятия при снижении цен на товарную продукцию.

Динамические кондиции взаимовыгодны и государству, и недропользователям, они должны быть узаконены и внедрены в практику недропользования. Казалось бы, их использование не требует дополнительных обоснований, однако на деле возникает масса проблем, и первая из них – бюрократические процедуры контроля и учета движения запасов, для которых характерна невероятная сложность и длительность [5. С. 62–64; 6. С. 34–37]. Дело в том, что смена кондиционных показателей обязательно изменяет общую величину запасов месторождения, которые, согласно законодательству, являются государственной собственностью и предполагают обязательный контроль их использования. Административно-бюрократический барьер, исключающий оперативность в утверждении кондиций, может оказаться определяющим в отказе от использования динамических кондиций.

Углубленный анализ методологии динамических кондиций показывает, что их расчет базируется на согласовании экономических интересов государства и недропользователей. С одной стороны, полнота использования запасов месторождения, сохранность МСБ и максимизация налоговой нагрузки, с другой – прибыльность работы горнодобывающего предприятия, сохранение его экономической устойчивости. Рассматриваемый методический подход к расчету кондиций, как и традиционный, игнорирует учет социальных и экологических факторов и ориентируется лишь на удовлетворение экономических интересов недропользователей. Считаем, что в числе критериев, по которым осуществляется утверждение кондиций, должны присутствовать, помимо экономических, социальные и экологические.

Ярким примером тому служит затухающий этап доработки месторождения, когда ухудшаются горно-геологические условия и встает вопрос пересмотра эксплуатационных кондиций. При принятии решения об утверждении нового варианта кондиций следует учитывать специфику рассматриваемого этапа разработки месторождения и возможность формирования отрицательных последствий, в первую очередь социального характера, связанных с ужесточением последних, тем более, если горнодобывающее предприятие является градообразующим. В условиях пограничных значений прибыли и рентабельности рассматриваемого объекта альтернативой для ужесточения кондиций могут стать компромиссные решения со стороны государства в виде снижения налогового бремени, введения скидки за истощение недр (действовавшей ранее и в последующем упраздненной) и др. Особую актуальность подобное решение вопроса имеет для горнодобывающих предприятий со статусом градообразующих и тех, которые разрабатывают месторождения стратегических видов минерального сырья.

Классификация кондиций может иметь следующий вид (см. рисунок).



Классификация кондиций

Исходя из порядка расчета кондиции подразделяются на статические, отражающие условия определенного временного периода, и динамические, меняющиеся в зависимости от экономических параметров (цена, себестоимость). К числу экономических относятся и критериальные показатели их расчета. Согласно авторским рекомендациям, спектр критериальных показателей должен быть расширен, в их число должны быть введены социальные и экологические, что вполне согласуется с интересами государства, связанными с процессом недропользования. Только в этом случае экспертиза ТЭО кондиций будет объективной, а несовпадающие интересы государства и недропользователей сбалансированы.

Источники

1. Боярко Г. Ю. Экономика минерального сырья. Томск : Аудит-Информ, 2000.
2. Методические указания по технико-экономическому обоснованию постоянных кондиций для подсчета запасов месторождений твердых полезных ископаемых. М. : ГКЗ СМ СССР, 1986.
3. Методические рекомендации по технико-экономическому обоснованию кондиций для подсчета запасов месторождений твердых полезных ископаемых. М. : ГКЗ МПР РФ, 1999.
4. Стефанович В. В. Экспрессные способы оптимизации ТЭО кондиций // Геологическое изучение и использование недр. 2001. Вып. 3.
5. Свирский М. А. Рациональное использование недр и динамические кондиции // Минеральные ресурсы России. 2008. № 2.
6. Чернявский А. Г. О динамических кондициях для подсчета запасов месторождений твердых полезных ископаемых и возможных областях их использования // Минеральные ресурсы России. 2007. № 6.

ПОПОВ Евгений Васильевич

Доктор экономических наук, доктор физико-математических наук,
профессор, заслуженный деятель науки РФ,
руководитель центра экономической теории

Институт экономики Уральского отделения РАН
620014, РФ, г. Екатеринбург, ул. Московская, 29
Контактный телефон: (912) 212-02-80
e-mail: epopov@mail.ru



БАЛАКИРЕВ Сергей Владимирович

Соискатель

Институт экономики Уральского отделения РАН
620014, РФ, г. Екатеринбург, ул. Московская, 29
Контактный телефон: (912) 241-73-27
e-mail: sv-balakirev@mail.ru

Ассортиментная матрица – основа для формирования ассортиментной политики

Ключевые слова: категорийный менеджмент; ассортиментная матрица; управление товарным ассортиментом; ролевая матрица; многоассортиментная продукция; розничная торговля.

Аннотация. Один из важнейших инструментов, необходимых для реализации успешной ассортиментной политики, – методика составления ассортиментной матрицы с учетом концепции категорийного менеджмента. Предложена ее четкая структура, определено понятие. Разработана концепция «справочника состояний», цель которой типизировать технологию работы с товарами, имеющими схожие значения (состояния) по ряду показателей, используемых на предприятии для управления товарным ассортиментом.

По мнению агентства РосБизнесКонсалтинг, прослеживается тенденция к укрупнению форматов торговых подразделений, занимающихся реализацией товаров в розничной торговле. Для западных производителей и ритейлеров развитие крупноформатных сетей предпочтительно, поскольку они дают больший оборот, более удобны с точки зрения взаимодействия в цепочке производитель – розничный продавец, а также позволяют реализовывать массу маркетинговых и направленных на продвижение продукции программ [1]. Иностранцы сети, имеющие планы развития в России, предпочитают вести бизнес в формате гипермаркета. Российские операторы постепенно осваивают данный формат.

Вышеописанные тенденции дают четкое понимание того, что уже в ближайшие 3–5 лет российский рынок, например, строительных и отделочных материалов станет крупнейшим в Европе по величине товарооборота и значительная часть игроков будет работать в формате гипермаркета. В связи с этим особую актуальность представляет исследование процессов эффективного управления товарным ассортиментом (УТА), насчитывающим десятки тысяч артикулов в рамках одной управляющей компании или цепочке производитель – поставщик. С большой долей вероятности можно говорить о том, что отечественные компании на текущий момент не наработали в достаточной мере технологии, позволяющие эффективно управлять большим ассортиментом. А это является существенным препятствием в конкурентной борьбе за рынок с западными розничными сетями.

Такие элементы тактического управления категорией, как ценообразование, мерчандайзинг, продвижение и реклама, управление товарным запасом, управление счетами и другие, достаточно широко освещены в литературе соответствующего профиля. В данной статье внимание будет уделено тем инструментам и методам, которые практически не отражены в отечественной литературе, а именно:

- формирование (создание) ассортиментной матрицы;
- формирование системы присвоения признаков (состояний) товарам.

Понятие ассортиментной матрицы. В литературе отсутствует единое мнение по определению понятия «ассортиментная матрица» (АМ). С учетом накопленных представлений и опыта о процессах, связанных с управлением товарным ассортиментом, автор предлагает следующее определение АМ: *«это документ, представляющий собой табличную форму, в котором по иерархическому принципу (от категории до единицы учета товарного запаса) отражен ассортимент компании и содержится информация с определенными характеристиками ассортимента в конкретный период времени»* [2].

Созданием ассортиментной матрицы при традиционной схеме работ занимаются сотрудники отделов закупки, продаж, маркетинга. Если на предприятии налажена система категорийного менеджмента, то этим занимаются категорийные менеджеры.

Существуют различные подходы к созданию таких матриц, однако публикации по этому направлению все еще остаются редкостью. Каждая компания разрабатывает свои алгоритмы, которые впоследствии составляют ее конкурентное преимущество и коммерческую тайну.

Процедура формирования ассортиментной матрицы. Ни по составу, ни по структуре не существует единого стандарта для АМ. Состав и структура каждой зависит от многих факторов, в первую очередь от задач, решаемых с помощью этой матрицы, формата торгового подразделения, системы управления товарным ассортиментом и т. д.

Каждая матрица может быть модифицирована в соответствии с запросами конечных пользователей, а также с учетом основных факторов, влияющих на процесс формирования ассортимента: спрос, ценовая политика, производство товаров и возможности имеющихся поставщиков, стратегические цели и задачи компании, уровень конкуренции, жизненный цикл товара, достижения НТП, материально-техническая база предприятия, нормативные и технологические документы и т. д.

Процедура формирования АМ, предложенная автором, представляет собой последовательную реализацию следующих стадий (рис. 1).

Каждая стадия выполняет свои специфические функции, которые будут рассмотрены ниже.

Определение концепции и формата торгового подразделения. Данный документ является первичным при реализации целого ряда задач. В нашем случае на основании этого документа необходимо определить те товарные категории, которые потенциально могут входить в состав АМ, а также количество артикулов (наименований продукции). Например, АМ торгового подразделения, занимающегося реализацией драгметаллов, и торгового подразделения, реализующего продукты питания, будут однозначно содержать различные товарные категории и иметь разное количество артикулов. Точно так же будут различны (в первую очередь по количеству артикулов) АМ торговых подразделений формата «гипермаркет» и формата «магазин у дома», даже при условии, что торговые подразделения работают в одной области.

Определение целевого клиента/целевого сегмента. Данное маркетинговое исследование должно определить, на кого должен быть ориентирован ассортимент, кто является потенциальным покупателем, разработать алгоритм принятия решения потребителем при выборе продукта. Исходя из этой информации выявляется: будет ассортимент отечественного или зарубежного производства, должны ли быть в ассорти-

менте только последние модели товаров, товары с каким сочетанием показателей цена/качество должны доминировать в АМ, какой вспомогательный ассортимент товаров обязателен.



Рис. 1. Стадии формирования ассортиментной матрицы

Определение ценовых диапазонов. Как правило, ассортимент можно разделить на три ценовых коридора: эконом, массмаркет, премиум. Разница между интервалами ценовых коридоров должна быть значима. Однако при делении ассортимента необходимо учитывать не только саму стоимость продукта, но и стоимость пуско-наладочных работ, стоимость дополнительных услуг и товаров, стоимость эксплуатации товара.

Итогом данной стадии должен стать документ, в котором будет указано, в каких ценовых диапазонах работает торговое подразделение, а также соотношение этих диапазонов для каждой товарной категории. Например, для элитного бутика в целом это соотношение может составить 0/20/80 (эконом/масс/премиум), для гипермаркета, позиционирующего себя как «постоянно низкие цены», данное соотношение может быть 50/40/10.

Формирование классификатора ассортимента. В основе предлагаемой автором системы построения классификатора для ассортиментной матрицы лежит деление

товарного ассортимента на товарные категории по функционально-потребительскому принципу (концепция категорийного менеджмента), хотя в зависимости от целей управления могут применяться классификации, соответствующие другим подходам к управлению товарным ассортиментом.

Названия категорий (а также всех других уровней классификации) должны давать потребителю полное представление об ассортименте на каждом уровне.

В общем случае структура каждой категории формируется в соответствии с номенклатурой свойств и показателей, существенных для данной категории товаров, как с точки зрения продавца, так и покупателя. Структура категории является картой принятия потребителем решения о покупке продукта.

Наиболее распространенными критериями формирования структуры являются «простота управления» (маршрутизация процесса, свойства продукции, компоновка товара, поставщики, условия реализации) и «логичность для потребителя». Пример классификатора (структуры категории) представлен в самой АМ (табл. 1).

Таблица 1

Сокращенный вариант ассортиментной матрицы торгового подразделения

Ассортимент	Артикул	Код внутренней классификации	Характеристика 1	...	Характеристика N	Единица измерения	Производитель / поставщик	Страна производства	Себестоимость	Цена продажи	Цена конкурента 1	...	Цена конкурента N	Наличие в торговом подразделении	Результаты АВС-анализа по выручке	Роль, присвоенная товару	Экономический показатель 1 (н-р: маржа)	Экономический показатель 2 (н-р: оборачиваемость)	...	
	Категория 1																			
Подкатегория 1.1																				
Сегмент 1.1.1																				
Подсегмент 1.1.1.1																				
Артикул 1																				
...																				
Артикул N																				
Сегмент 1.1.2																				
...																				
Подкатегория 1.2																				
...																				
Категория 2																				
...																				

Определение широты и глубины ассортимента по товарным категориям. Широта ассортимента – это общее количество однородных и разнородных товаров предлагаемых торговым подразделением в определенном промежутке времени. Глубина ассортимента – это количество видов товаров с учетом всех особенностей внутри однородной или разнородной группы.

Вопросам определения ширины и глубины ассортимента посвящено множество исследований, поэтому с подбором алгоритма трудностей быть не должно. Главное, чтобы не возникло противоречий с вышеуказанными пунктами и была тесная связь со следующим пунктом.

Определение количества представленных брендов/поставщиков. Принцип выбора брендов:

- Бренды должны быть разведены по ценовым коридорам.
- Присутствие брендов-аналогов должно быть минимизировано.
- Бренд/поставщик должен максимально полностью закрывать ассортиментную линейку в своем ценовом коридоре. Поставщик может закрывать линейку несколькими брендами.

Идеальный вариант – от одного до трех брендов в каждом из выбранных ценовых коридоров. При выборе бренда следует учитывать историю бренда на местном рынке.

существующие на рынке бренды: плюсы – известность бренда; высокая информированность клиента о бренде; минусы – высокая конкуренция;

новые бренды: плюсы – эксклюзивность; высокая прибыльность при грамотном позиционировании; минусы – необходимость в затратах на продвижение.

Определение/задание роли товарным категориям/артикулам. Роль – это определенное состояние товара относительно других позиций ассортимента, характеризующееся уровнем и характером спроса на него, ценой, известностью, функциями, возложенными на него продавцом. Присвоение товарам различных ролей есть не что иное, как создание инструмента для формирования (на оперативном уровне) политики продвижения ассортимента и ценообразования в соответствии с ожиданиями клиентов. Товары, обладающие разными ролями, требуют специальных маркетинговых подходов, методов и программ [3].

Определение артикулов, которые будут входить в АМ. Пожалуй, это самый длительный этап, так как необходимо на основании принципов, установленных на предыдущих этапах, сформировать ассортимент, состоящий в некоторых случаях из десятков тысяч артикулов. В системе категорийного управления, как уже отмечалось, этим занимаются категорийные менеджеры. Каждый менеджер в итоге составляет АМ своей категории, которые вместе составят АМ торгового подразделения (всей компании).

В результате данного шага получается матрица с заполненными значениями на пересечении строк и столбцов. В табл. 1 приведены далеко не все основные показатели, которые должны присутствовать в АМ. Количество таких показателей может достигать шести и более десятков. Цель этой таблицы – наглядно продемонстрировать примерную структуру АМ, взаимосвязь столбцов и строк. Изложить более подробно показатели/характеристики, которые, по мнению автора, должны присутствовать в АМ, не представляется возможным в данном формате.

Присвоение артикулам всех необходимых значений в соответствии со структурой АМ. Данная стадия подразумевает заполнение, по мере поступления информации, столбцов АМ, оставшихся пустыми после предыдущего шага. По сути, эту работу ведут все отделы/департаменты компании, принимающие участие в управлении товарным ассортиментом. Устанавливать цены и вести расчет экономических показателей должен департамент маркетинга, прописывать требования к товару и его характеристики могут как логисты, так и менеджеры категорий.

Особое внимание автор обращает на столбец «состояние». Состояние товара выбирается из справочника состояний (жизненного цикла) товара. Справочник состояний, а также его необходимость компания определяет для себя самостоятельно. Пример справочника будет рассмотрен ниже.

Анализ и оценка ассортимента. Внесение изменений и корректировка. К этому моменту предполагается наличие сформированной АМ и статистики за определенный период, что позволит оценивать эффективность ассортимента с точки зрения его соответствия принципам формирования ассортимента (согласованность, рациональность, уникальность, технологичность, ценовой принцип, обновляемость, устойчивость ассортимента, комплектность), анализировать экономические показатели и т. д. Анализ

АМ подразумевает постоянный мониторинг основных показателей категории и ее составляющих относительно установленных нормативов.

Обновление АМ рекомендуется проводить раз в полгода (например, начало сезона, конец сезона и т. д.). Обновление заключается в выводе из АМ определенного количества артикулов, не соответствующих установленным в торговом подразделении нормативам и принципам, и последующем вводе ряда артикулов. Важно отметить, что для принятия решения об обновлении должен быть проанализирован следующий минимальный набор документов.

- Календарь ввода новых товарных позиций.
- Отчеты по исследованию конкурентов и потребительских предпочтений.
- Информация о товарах новинках и потенциальных поставщиках.
- Аналитические отчеты, содержащие основные показатели деятельности товарной категории за предшествующий период.
- Критерии ввода/вывода/удержания товара в структуре АМ.

Выполнение этой задачи, по мнению автора, должно происходить в рамках нижеприведенной блок-схемы. В блок-схеме (рис. 2) отражена последовательность действий различных отделов компании в рамках структуры, адаптированной к управлению ассортиментом по товарным категориям.

Работа с матрицей – это работа с большими массивами данных (в особенности, если это многоассортиментное предприятие). Она требует наличия соответствующего программного обеспечения и подготовленных специалистов.

Формирование системы присвоения признаков (состояний) товарам, находящимся в структуре ассортиментной матрицы. Как уже отмечалось, необходимость наличия «справочника состояний», а также его структура определяются каждой компанией самостоятельно.

Цель создания такого справочника – типизировать технологию работы с товарами, имеющими схожие значения (состояния) по ряду показателей, используемых на предприятии для управления товарным ассортиментом. Такая типизация позволит всем подразделениям, вовлеченным в процесс управления товарным ассортиментом, совершать слаженные действия по управлению товарами и соответственно повысит скорость и качество принятия решений.

Предлагаемая авторами концепция «справочника состояний» для многоассортиментного предприятия представлена в табл. 2. В справочнике приведены 9 возможных состояний товаров, каждому из которых дано описание в виде рекомендаций подразделениям компании. В столбцах представлены обобщенные рекомендации по работе с такими товарами в различных состояниях для основных подразделений предприятия, участвующих в управлении товарным ассортиментом. Список таких отделов можно при необходимости расширить.

Данный справочник, по мнению авторов, должен являться неотъемлемым приложением ассортиментной матрицы. На основании данных этого справочника заполняется соответствующий раздел АМ.

Тактика управления товарной категорией – это комплекс инструментов и методов, алгоритмов и методик, которые используются категорийными менеджерами при оперативной работе с товарным ассортиментом. Большинство элементов комплекса тактического управления товарным ассортиментом освещены в научной литературе. Однако в данной области имеется ряд пробелов, подлежащих дополнительному изучению и апробации.

Предложенные автором дополнения к комплексу инструментов и методов тактического управления товарным ассортиментом дают возможность значительно расширить возможности торговой компании в целом, а также дополняют концепцию категориального менеджмента.

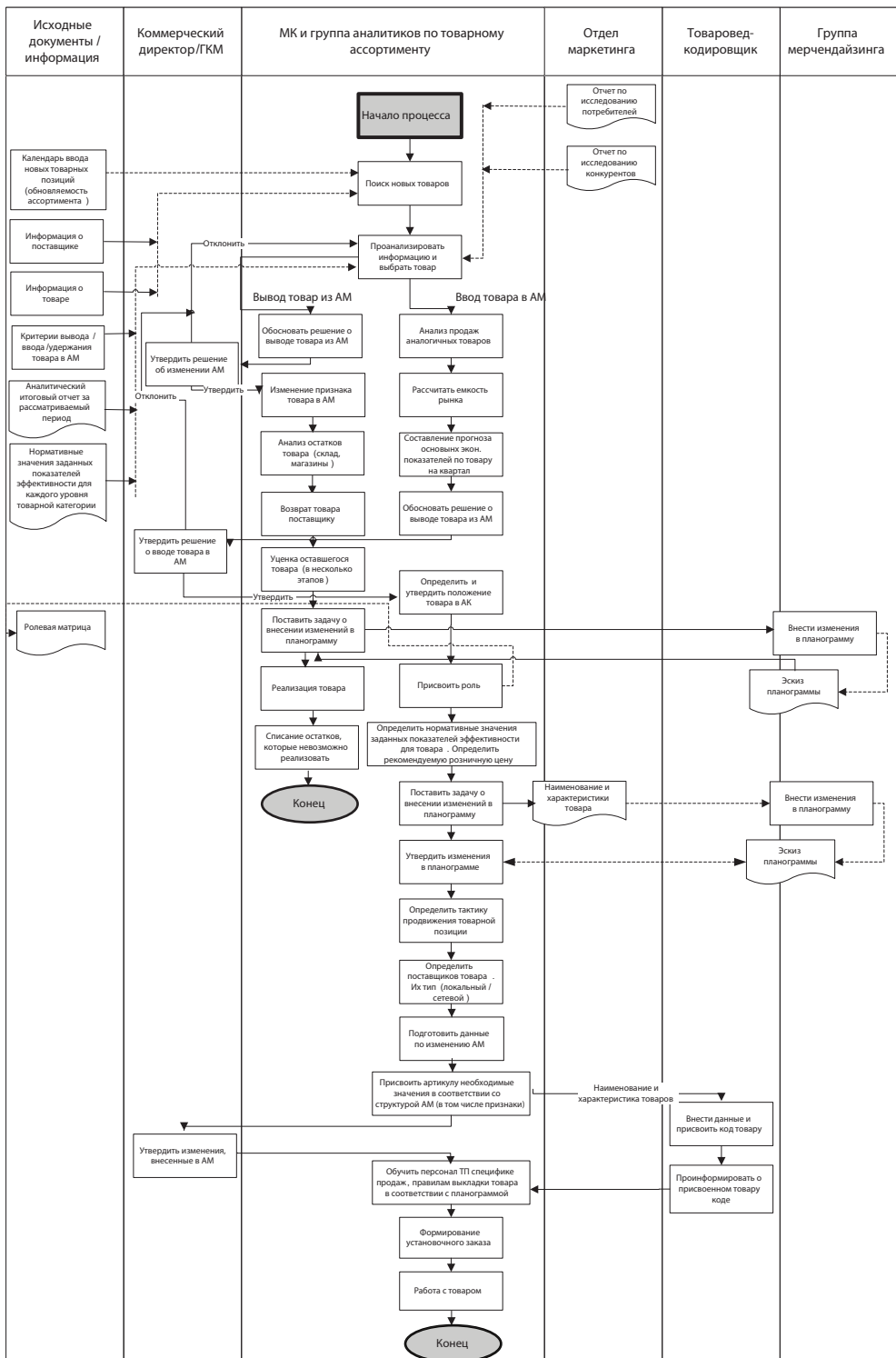


Рис. 2. Процедура внесения изменений в AM

Таблица 2

Справочник состояний (признаков)

Состояние признака	Описание	Менеджер категории	Отдел управления товарным запасом (логисты)	Торговое подразделение (магазин)
Выводимый / неактивный	Товар не входит в АМ ТП, для которого указан данный признак	Организация мероприятий по выводу и распродаже товара	Запрет заказа товара для данного ТП	Товар продается из наличия в ТП до состояния «текущий товарный остаток в ТП = 0»; запрет на заказ товара от поставщика или со склада
Выводимый / распродажа	Товар не входит в АМ ТП, для которого указан данный признак. Не может присутствовать более 3 месяцев	Организация мероприятий по выводу и распродаже товара	Запрет заказа товара для данного ТП	Товар продается из наличия в ТП и со склада до состояния «текущий товарный остаток в ТП и на складе = 0»; запрет на заказ товара от поставщика в случае прямой поставки
Сезонный	Товар с периодом сезонности (указывается дополнительно). Сезонность может указываться по кварталам (зима, весна, лето, осень), по периодам реализации товара (весна–лето, осень–зима)	Определение периода сезонности; уровня сервиса, нормативов ТЗ, планов продаж; контроль % присутствия товара в сети; к окончанию сезона организация мероприятий по ликвидации товарного остатка (распродажа/возврат/спинание) к указанной последней дате	Заказ товара с таким расчетом, чтобы к началу сезона он попал на полку ТП; первый заказ товара согласно установочному заказу, следующие заказы согласно потребности, рассчитываемой на основании планов продаж; текущий ТЗ к концу сезона = 0	Обеспечение присутствия товара на полке к началу сезона, продажа до состояния «товарный остаток = 0»; точка заказа рассчитывается по установочному заказу
Товар под заказ	Товар, который можно заказать у поставщика	Определение ассортимента и цены на данный товар	Заказ товара при наличии заявки от ТП, оплаченной клиентом	Текущий товарный остаток = 0; заказ товара осуществляется при наличии оплаченного счета
Активный	Товар входит в АМ ТП, для которого он указан; имеет историю продаж не менее 1 месяца	Определение уровня сервиса, нормативов ТЗ для ТП; расчет планов продаж; контроль % присутствия товара в сети	Заказ товара согласно потребности, рассчитываемой на основании планов продаж	Для товара определены нормативы ТЗ, точка заказа рассчитывается исходя из продаж; товар заказывается от поставщика или со своего склада

Окончание табл. 2

Состояние признака	Описание	Менеджер категории	Отдел управления товарным запасом (логисты)	Торговое подразделение (магазин)
Активный / новинка	Товар вводится в АМ ТП, для которого указан данный признак. Промодительность существования признака не более 3 месяцев с даты фактического появления новинки в ТП	Определение уровня сервиса, нормативов ТЗ для ТП; расчет планов продаж; при первом заказе расчет установочного заказа, который передается логистам; контроль за сроком присутствия признака	Первый заказ согласно расчетному установочному заказу; далее – заказ товара согласно потребности, рассчитываемой на основании планов продаж	Для товара определены нормативы ТЗ, точка заказа рассчитывается исходя из установочного заказа в течение времени присутствия этого признака; товар заказывается от поставщика или со своего склада
Активный / распространяемая	Товар входит в АМ ТП, для которого указан данный признак; на него по каким-либо причинам, кроме рекламной акции (например, перепродажа), снижена цена	Изменение признака состояния с одновременным изменением цены (контроль в обе стороны); корректировка планов продаж на срок распространяемости (при необходимости)	Заказ товара согласно потребности, рассчитываемой на основании планов продаж	Товар заказывается от поставщика или со своего склада, размер заказа рассчитывается исходя из планов продаж
Активная рекламная акция	Товар входит в АМ ТП, для которого указан данный признак; по нему проходит рекламная акция или товар размещен на торце	При необходимости корректировка уровня сервиса, нормативов ТЗ и планов продаж; контроль сроков проведения рекламной акции (срока присутствия признака в АМ)	Обеспечение рекламной акции товаром согласно потребности, рассчитанной на основании плана продаж	Товар заказывается от поставщика или со своего склада, размер заказа рассчитывается исходя из планов продаж

Авторами пошагово описан разработанный алгоритм формирования ассортиментной матрицы с учетом концепции категорийного менеджмента, предложена ее структура, сформулировано определение понятия. Алгоритм позволяет структурировать имеющуюся информацию о продукции в соответствии с требованиями основных служб предприятия и в целом повысить эффективность системы формирования конечного ассортиментного перечня, ускорить работу с информацией и принятие решений.

Цель предложенной концепция «справочника состояний» – типизировать технологию работы с товарами, имеющими схожие значения (состояния) по ряду показателей, используемых на предприятии для управления товарным ассортиментом. Данный справочник, по мнению авторов, должен являться неотъемлемым приложением ассортиментной матрицы.

В качестве направления дальнейших исследований, дополняющих тактические аспекты управления ассортиментом по товарным категориям, можно предложить разработку перечня экономических показателей, которые, кроме своего прямого назначения, могут применяться для решения вопроса о расширении/сокращении товарной номенклатуры, а также разработку методик оценки конкурентоспособности товарной категории, каждая из которых помимо решения основной задачи является самостоятельным инструментом управления товарным ассортиментом.

Источники

1. Розничные торговые сети DIY. 2009 : отчет. Режим доступа : marketing.rbc.ru/research/562949960114500.shtml.
2. Балакирев С.В. Технология создания ассортиментной матрицы торгового подразделения // Маркетинг PRO. 2010. № 1–2 (60).
3. Балакирев С.В. Категорийный менеджмент в качестве современного подхода к управлению товарным ассортиментом // Менеджмент в России и за рубежом. 2006. № 5.

ФЁДОРОВ Михаил Васильевич

Доктор геолого-минералогических наук, доктор экономических наук,
профессор, ректор

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Контактный телефон: (343) 257-02-46
e-mail: rector@usue.ru



ИЛЛАРИОНОВА Наталья Алексеевна

Аспирант кафедры экономики предприятий

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Контактный телефон: (343) 221-17-88
e-mail: nillarionova76@mail.ru

Определение границ корпоративной социальной ответственности компаний

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность (КСО), границы КСО, факторы и критерии определения границ КСО.

Аннотация. Социальная ответственность бизнеса диктуется потребностями общества, которые развиваются и усложняются, вступая в противоречие с экономической эффективностью осуществляемой предприятиями деятельности. В связи с этим возникает необходимость определения границ корпоративной социальной ответственности как общественно признаваемой нормы обязательств (предприятий) выполнять и отвечать перед стейкхолдерами за удовлетворительное решение социальных задач.

Возрастающий уровень конкуренции на внутреннем и международном рынках заставляет российские компании искать способы максимально эффективного использования своих возможностей и минимизации угроз. Во многом успех этого процесса зависит от того, как складываются отношения компании с широким кругом заинтересованных лиц (стейкхолдеров), которые влияют на деятельность компании или испытывают ее влияние на себе. Важнейшим институтом, определяющим уровень цивилизованности отношений экономических субъектов, является корпоративная социальная ответственность (КСО).

Во всем мире корпоративная социальная ответственность выступает инструментом повышения капитализации компании, предотвращения некоммерческих рисков, а также открывает доступ к широкому кругу инвестиционных ресурсов и помогает добиться устойчивого развития по трем основным направлениям – экономическому, экологическому и социальному. Между тем далеко не все российские компании понимают ценность и важность взаимодействия со стейкхолдерами, прозрачности своего бизнеса и использования современных подходов к управлению, позволяющих не только достигать краткосрочных целей по прибыли, но и закладывать основу для долгосрочного развития организации. В России многие специалисты и практики трактуют эту деятельность в рамках собственного опыта и уровня понимания, которые не всегда адекватны действительности. Все это приводит, во-первых, к нежеланию бизнеса использовать передовые управленческие подходы и, во-вторых, к дискредитации концепции КСО

в обществе. При этом совершенно не учитывается, что формирование института корпоративной социальной ответственности в системе управления организацией, установление участников процесса и их ролей, определение закономерностей и направлений развития этой сложной системы может способствовать повышению эффективности управления организацией и принятию более обоснованных управленческих решений.

Вместе с тем обратим внимание на следующее. Все вышеприведенные положения очевидно справедливы для условий стабильной, прогнозируемой экономической ситуации. Глобальный финансовый кризис стал относительно новым испытанием для многих, в том числе российских, компаний и, естественно, потребовал пересмотра отношения к необходимым, но затратным видам деятельности. В этих условиях решение вопросов корпоративной социальной ответственности, ранее получивших определенное развитие, также наталкивается на проблему признания их актуальности. Иначе говоря, кризис предстал моментом некоего самоопределения компаний, поскольку потребовал, помимо прочего, решить вопросы: нужна ли КСО тогда, когда компания испытывает финансовые трудности, и не является ли балластом корпоративная программа социальных инициатив в период кризиса?

Постановка этих вопросов актуализирует рассмотрение такого явления, как границы социальной ответственности. Их (границ) определение, на наш взгляд, по-новому раскрывает свойства явления корпоративной социальной ответственности, а в дальнейшем дает нам обоснованное право использовать эту характеристику для оценки потенциала устойчивости самой компании.

Обратимся к формализованным определениям рассматриваемого явления.

Под границами корпоративной социальной ответственности понимается условная допустимая норма, определяющая пределы действия КСО компании в соответствии с признанными в обществе социальными, этическими или правовыми правилами и институтами, которая рассматривается всеми стейкхолдерами как обязательство выполнять и отвечать за удовлетворительное разрешение социальных задач.

Данное определение, безусловно, слишком общее, чтобы считаться исчерпывающим. Для конкретизации сошлемся на Ч. Николсона [1], старшего советника BP PLC, который выделяет следующие границы КСО:

- *концептуальные* – их определяет необходимость нести ответственность перед акционерами и владельцами компании;
- *идеологические* – их наличие не позволяет компании смешивать свою роль с ролью других институтов общества;
- *практические* – компании, имея ограниченные ресурсы, обладая неполными знаниями и пр., не могут являться «панацеей от всех бед», какими бы видами деятельности они ни занимались.

Восприятие границ КСО углубляется, если учитывать их динамическую сущность.

Границы КСО постоянно меняются, и то, что было границами КСО несколько лет назад, сегодня лишь «отправная точка». Власть и бизнес нуждаются в определении границ участия компаний в социальной сфере, так как бизнес имеет полномочия, отличающие его от государства. Бизнес может перераспределять ресурсы, технологии и пр., пусть в меньших масштабах, но более целенаправленно.

Социальные инвестиции компаний – это средство, с помощью которого бизнес добавляет «ценности» обществу и может оказывать влияние на него. Поэтому границы КСО зависят от предшествующего исторического развития, наличия и уровня вовлечения в производство природных факторов, целесообразной необходимости той или иной деятельности и т. д.

В нашей характеристике границ корпоративной социальной ответственности привнесено во внимание последствия экономического кризиса, а также те тенденции, которые обусловлены антикризисными действиями российского правительства:

- изменения в ожиданиях и поведении потребителей – иллюзий быстрого роста благосостояния меньше, поведение стало более рациональным;
- ужесточение требований к надзору за деятельностью компаний – с одной стороны, нельзя «кошмарить» бизнес, с другой – усиливается общественный контроль за деятельностью надзорных органов;
- объективное повышение роли инвесторов;
- свободный доступ к информации через Интернет, в связи с чем растут ожидания большей прозрачности как бизнеса, так и деятельности, осуществляемой от имени государства.

Представим факторы, которые, на наш взгляд, могут выступать движущими силами изменения границ КСО в направлении их сужения/расширения (рис. 1).

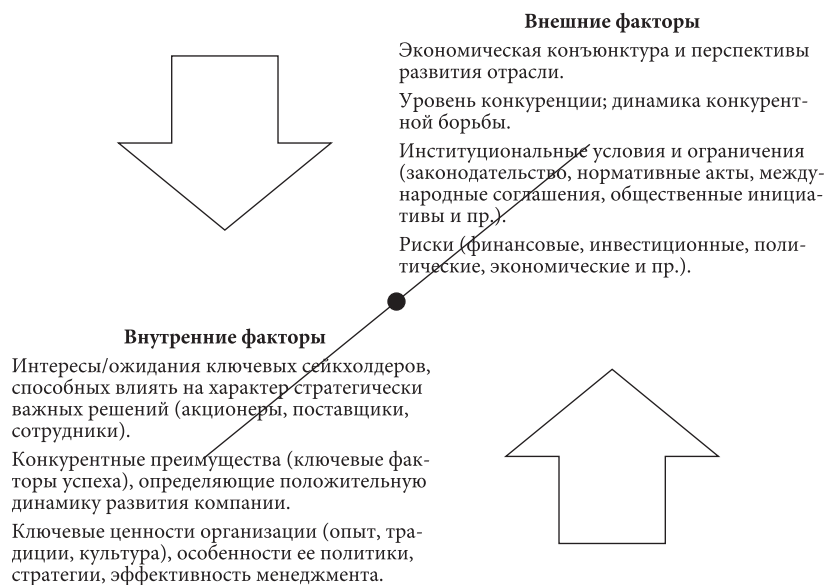


Рис. 1. Факторы, определяющие границы КСО

Анализ факторов позволяет выбрать критерии, которые, с одной стороны, характеризуют результативность изменений границ КСО, а с другой – оценивают желаемую позицию в установлении границ КСО. Критерии можно подразделить на две группы (табл. 1):

- 1) критерии выбора направлений желаемых изменений в системе КСО;
- 2) критерии качественной оценки информации о состоянии системы КСО.

Наконец, при определении границ КСО необходимо учитывать разнообразие условий, возможностей и приоритетов каждой компании, основанных на понимании собственных интересов в достижении экономической, экологической и социальной результативности для ведения бизнеса и укрепления деловой репутации. Так, если компания вкладывает значительные средства в обучение и повышение квалификации персонала, улучшение условий труда, обеспечение социальной защиты работников, участвует в решении социально значимых проблем в регионах присутствия, рассматривая эту деятельность как составную часть своего бизнеса, и это способствует решению главной задачи бизнеса – его устойчивому развитию, есть все основания считать границы социальной ответственности компании определенно широкими. Этот аспект определения границ КСО может быть представлен следующим образом (рис. 2).

Критерии определения границ КСО

Критерии выбора направлений желаемых изменений в системе КСО	Вовлеченность заинтересованных сторон	Характеристика стейкхолдеров, перед которыми компания считает себя подотчетной Уровень взаимодействия со стейкхолдерами в соответствии с законодательными и институциональными условиями функционирования компании
	КСО как условие устойчивого развития компании	Частота декларирования концепции устойчивого развития в аспекте особой роли КСО; ее представление в виде объективной и доступной информации Оценка положительных результатов деятельности компании, которые представляются вкладом в ее устойчивое развитие. Эти факты обязательно отражаются в СМИ
	Полнота охвата направлений КСО	Результаты измерения каждого направления, их представление в виде количественных характеристик, показателей и временных параметров отчетности
		Частота отражения в СМИ всех сколько-нибудь значимых событий, имевших место в жизни компании. Полнота информации о событиях, которые могут повлиять на решения стейкхолдеров, состояние экономики, окружающую среду и общество
Критерии качественной оценки информации о состоянии системы КСО	Сбалансированность	Оценка взвешенности достоверной информации о компании. Допустимо, чтобы в информации находили отражение не только положительные, но и некоторые отрицательные (дозированно) с позиции КСО результаты деятельности компании
		Степень внимания СМИ к происходящим в компании событиям. Многообразие информационных материалов о происходящих в компании событиях обычно пропорциональна их существенности
	Сопоставимость	Результаты сравнения информационных материалов о компании по годам
		Оценки по международным стандартам нефинансовой отчетности
	Точность и надежность	Результаты публичного обсуждения отчетных данных КСО, их сопоставление с другими данными, представленными в финансовых отчетах и доступных объективных свидетельствах
Оценки состояния системы КСО, подтвержденные свидетельствами		
Своевременность и ясность	Степень соответствия информации о КСО требованиям заинтересованных сторон, стейкхолдеров	
	Соблюдение графика отчетности по ключевой информации о состоянии КСО	

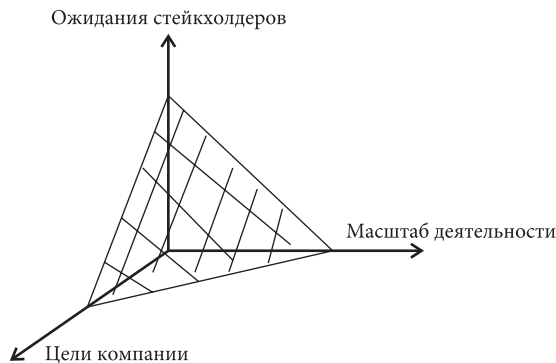


Рис. 2. Границы корпоративной социальной ответственности компании

Таким образом, границы КСО представляются множеством, ограниченным ожиданиями заинтересованных сторон компании, а также масштабами ее деятельности (и, конечно, ее целями).

Многоаспектный подход к определению границ КСО был использован нами в оценках потенциала устойчивости ряда ведущих российских компаний, добровольно опубликовавших нефинансовую отчетность (табл. 2, 3).

Таблица 2

Лидеры корпоративной благотворительности в России [2]

Компания	Рэнкинг			Затраты на благотворительность в 2009 г., р.
	2009	2008	2007	
ОАО «Банк „Уралсиб“»	1	2	4	240 000 000
ОАО «АФК „Система“»	2	6	7	1 468 400 000
ОАО «Вольскцемент»	3			15 369 000
ОАО «Авиационная компания „Трансаэро“»	4	1	2	31 467 414
ОАО «Лукойл»	5	9	16	3 200 000 000
ОАО «Бинбанк»	6	20	38	12 169 807
ОАО «Минерально-химическая компания „Еврохим“»	7	16	9	202 850 000
«Алкоа Россия»	8	11	26	14 209 000
ОАО «Трубная металлургическая компания»	9	4	5	264 200 000
ОАО «Северсталь»	10	5	11	448 204 000

В представленной нефинансовой отчетности раскрыты сведения о результатах деятельности компаний, которые в соответствии с принципами ответственного ведения бизнеса позитивно влияют не только на собственную репутацию, но и на имидж бизнес-сообщества в целом. Это важно не только для понимания сущности корпоративной ответственности, но и для оценки реального вклада бизнеса в социально-экономическое развитие страны. Анализ показывает, что в целом затраты на реализацию социальных программ и уровень корпоративной благотворительности российских компаний достаточно высоки и вполне согласуются с результатами их финансово-хозяйственной деятельности. Это означает, что границы КСО данных компаний очерчены достаточно широко. Можно утверждать, что уровень их (компаний) социальной ответственности высок, поскольку налажены взаимоотношения с потребителями, партнерами, работниками и местным сообществом, соблюдаются права человека, требования экологической безопасности, деловой этики и т. д. И это вполне согласуется с уровнем их экономической и финансовой устойчивости, что существенно упрощает процедуру определения социальной роли компаний, формулирования собственных целей и задач развития.

Вместе с тем компании, являющиеся лидерами в благотворительности, зачастую попадают в списки несправедливых (с позиции того, как делится «пирог») корпораций (табл. 3).

Таблица 3

Рэнкинг «корпоративной несправедливости» (2010 г.) [3]

Ранг	Компания	Численность сотрудников, чел.	Коэффициент социального неравенства	Вознаграждения руководства, тыс. р.	Зарплаты сотрудников, тыс. р.
1	ТНК-ВР	37 781	156	8 677 099	55 716
2	ВТБ 24	16 620	134	5 414 715	40 499
3	Балтика [ПК]	11 087	122	5 083 643	41 709

Окончание табл. 3

Ранг	Компания	Численность сотрудников, чел.	Коэффициент социального неравенства	Вознаграждения руководства, тыс. р.	Зарплаты сотрудников, тыс. р.
4	ПИК (ГК)	11 000	117	3 480 769	29 720
5	Вимм-Билль-Данн	14 052	116	4 904 819	42 268
6	Норильский никель	83 921	113	6 691 258	59 235
7	Газпром	386 000	109	5 484 127	50 542
8	Акрон	13 413	92	1 826 389	19 857
9	РЖД	1 055 600	90	2 216 247	24 569
10	Славнефть	н/д	90	3 387 774	37 684
11	Альфа-Банк	14 117	89	5 458 463	61 037
12	Соллерс	н/д	87	1 250 491	14 452
13	Уралсиб (банк)	11 231	83	3 835 162	46 311
14	МХК «Еврохим»	20 034	73	2 513 113	34 419
15	Магнит	75 745	72	944 604	13 042
16	Полюс – Золото	15 435	71	2 129 310	30 107
17	X5 Retail Group	68 457	64	1 630 991	25 413
18	ХКФБ	15 586	62	1 380 794	22 431
19	Дикси	15 000	60	1 422 736	23 782
20	Банк Москвы	10 420	57	3 148 810	55 191

Установленный за отдельный период времени факт несправедливости не может говорить об устойчивой асоциальной направленности компаний. Чтобы делать далеко идущие выводы, нужен анализ динамики многих других социально значимых показателей и характеристик. Но задуматься данный факт заставляет.

Таким образом, при определении границ КСО основной проблемой является необходимость, с одной стороны, оценить уровень согласованности экономических показателей с этическими и социальными аспектами, а с другой – установить наличие и характеристики равновесия интересов сторон, вовлеченных в деятельность той или иной компании. Но при неперемennom условии, что каждая сторона – участник корпоративных отношений – заинтересована, помимо прочего, в устойчивом развитии компании.

Источники

1. Официальный сайт ВР. Режим доступа: www.bp.com.
2. Шпигель М. Количество не гарантирует качество // Ведомости. 2010. № 220 (2738).
3. Миллионы топов и тысячи рабочих. Рэнкинг корпоративной несправедливости: пятьдесят различий в зарплатах руководителей и подчиненных. Режим доступа: slon.ru/articles/129932.

КАПУСТИНА Лариса Михайловна

Доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой международного менеджмента, логистики и маркетинга

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Контактный телефон: (343) 221-17-86
e-mail: lakapustina@bk.ru



ЖУРАВЛЕВА Александра Юрьевна

Ассистент кафедры международного менеджмента, логистики и маркетинга

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Контактный телефон: (343) 221-17-86
e-mail: ajur2009@mail.ru

ФЕЛЬДМАН Евгений Михайлович

Аспирант кафедры международного менеджмента, логистики и маркетинга

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Контактный телефон: (343) 221-17-86
e-mail: feldman-e@mail.ru



Маркетинговая концепция управления продажами товаров длительного пользования

Ключевые слова: управление продажами; маркетинговый канал; фирма-канал; логическая модель «шесть вопросов»; товары длительного пользования.

Аннотация. Статья содержит структурный анализ маркетинговой концепции управления продажами товаров длительного пользования, произведенный на примере ООО «Стройкомплекс», специализирующегося на оптовых и розничных продажах в УрФО каминов европейских производителей. Обоснована целесообразность применения логической модели «шесть вопросов» в качестве инструмента управления продажами товаров длительного пользования фирмы-канала на основе маркетингового исследования регионального рынка.

Проблемы управления продажами, как правило, рассматриваются в рамках организации сбытовой деятельности компании-производителя. Представляется актуальным исследовать менеджмент продаж исходя из специфики рынка определенных товаров и с учетом ключевых компетенций фирм-участников маркетингового канала.

Маркетинговая концепция управления продажами в значительной степени базируется на понятиях «маркетинговый канал» и «триада продаж». Сущность и теория управления маркетинговыми каналами распределения подробно раскрыты в работах Г. Л. Багиева, Д. Баркана, Б. Бермана, Г. Болта, Ю. Витта, Дж. Дента, П. Диксона, Ф. Котлера, Е. Дихтля, Э. Кофлан, Ж.-Ж. Ламбена, Дж. Лампкина, Р. Макколи, Ф. Моати, В. Наумова, В. Розенблюма, Х. Хершгена, Ч. Фатрелла, Л. Штерна, Дж. Эванса, О. Юлдашевой и др.

Американская ассоциация маркетинга определяет маркетинговый канал как «совокупность организаций, обеспечивающих передачу и перемещение товаров от места производства до места потребления», и в силу этого также объединяет все организации, являющиеся субъектами маркетингового процесса [1].

В российской научной школе преобладает понимание маркетингового канала как сферы коммуникаций всех взаимодействующих организаций в процессе доставки товаров и услуг до потребителей. В частности, В. Наумов рассматривает маркетинговые каналы как «ориентированную на потребителей сферу взаимодействия бизнес-партнеров, характеризующуюся многосторонними коммуникативными потоками, которые возникают в процессе перемещения товаров или услуг» [2. С. 9].

Объектом нашего исследования выступают промежуточные звенья маркетингового канала в цепочке передачи товара и/или услуги от компании-производителя конечным потребителям, которые в литературе получили название фирм-каналов [3. С. 111].

Понятие «триада продажи» включает в себя следующие элементы:

1) сбыт, осуществляемый производителями или специально созданными ими структурами;

2) дистрибуция как сфера всех без исключения промежуточных покупателей;

3) собственно продажа – доведение товара и/или услуги до конечного покупателя [4. С. 20].

Деятельность фирмы-канала охватывает две последние стадии этой цепочки.

В качестве основного инструмента анализа нами выбрана логическая модель «шесть вопросов»¹. В настоящее время модель «шесть вопросов» (Six Ws: who, what, when, where, why, in what way?) получила широкое распространение [5; 6]; ее применение выразилось отчасти в формировании маркетингового комплекса 4P (product – продукт; price – цена; place – распределение; promotion – продвижение).

В управлении продажами одним из первых модель «шесть вопросов» применил профессор Высшей школы менеджмента Д. Баркан, который предложил под структурным анализом концепции управления продажами «понимать систему, состоящую из шести взаимосвязанных вопросов, которые ... позволяют сформировать ясное представление о механизме получения прибыли в процессе функционирования маркетинговых каналов, а в определенной степени – и о возможностях и ограничениях воздействий на этот механизм и пределах его эффективного функционирования» [3. С. 110]. Модель «шесть вопросов» в управлении продажами применительно к фирме-каналу представлена графически на рис. 1.

Структурный анализ концепции управления продажами на основе модели «шесть вопросов» был проведен нами на примере рынка товаров длительного пользования, а именно – каминов. Объектом исследования выступило ООО «Стройкомплекс». Основанное в 1991 г., оно с 1996 г. первым на Урале стало заниматься поставкой и монтажом «под ключ» каминов европейских производителей. Тогда же в Екатеринбурге был открыт первый салон-магазин «Европейские камины». Начиная с 1998 г. компания развивает сеть региональных филиалов, специализирующихся на розничных продажах каминов в крупных городах УрФО (Тюмень, Челябинск, Магнитогорск, Миасс), а также в Перми. Компания позиционирует себя как единственный импортер каминов на Урале; на протяжении длительного периода она работает напрямую с такими европейскими производителями, как «Chazelles», «Palazzetti», «Nordica», «Arkiane», «Don-Bar»,

¹ Историческая справка. Еще во II–I веках до н. э. греческий ритор Гермагор из Темноса в своем труде «Technai rhetorikai» («Искусство красноречия») определил следующие условия, необходимые для построения логики исследования проблемы и ее аргументации: «Quis? Quid? Quando? Ubi? Cur? Quem ad modum? Quibus adminiculis?» (Кто? Что? Когда? Где? Почему? Каким образом? Что под этим подразумевается?).

«Schiedel» и др., в то время как конкурирующие организации осуществляют закупки исключительно через оптовых посредников в Москве и Санкт-Петербурге.



Рис. 1. Структурный анализ концепции управления продажами фирмы-канала с использованием модели «шесть вопросов»

Информационную базу структурного анализа продаж составили первичные данные, полученные в результате полевого исследования рынка каминов Екатеринбурга, экспертные интервью с сотрудниками отдела продаж компании «Европейские камины», а также вторичные данные в периодической печати и сети Интернет.

Статистический анализ результатов опроса потребителей каминов осуществлен нами с использованием программного обеспечения «Statistical Package for the Social Sciences» (SPSS).

1. Что продаем? Рынок каминов сформировался на Западе достаточно давно, в России – с начала 1990-х годов. Камин относится к потребительским товарам длительного пользования, что обуславливает ряд особенностей данного рынка:

- *сложный цикл производства, длительный период вывода на рынок новых моделей и значительное влияние новых технологий.* Так, до середины 1990-х традиционные дровяные камины доминировали на рынке (73,1%). С 1997 г. лидерство перешло к каминам, работающим на газе. Следующий шаг в развитии рынка – появление электрокаминов, которые подходят для эксплуатации не только в индивидуальных домах, но и в городских квартирах. В 2005–2006 гг. на российском рынке появились первые биокамины;

- *относительно высокая стоимость.* Цена на камины варьирует от 5 000–10 000 р. за электрокамин до нескольких сотен тысяч рублей на эксклюзивные модели. Как и большинство товаров длительного пользования, камины – это товары с высокой эластичностью спроса по доходу; их относят к группе инновационных и дорогостоящих товаров, которыми владеет менее 10% населения России [7]. Камин на Урале, как правило,

эксплуатируются в загородных домах. Продажи традиционных каминов коррелируют с динамикой строительства индивидуального жилья;

- *продолжительный период выбора и совершения покупки потребителем.* Выбор камина занимает от 2 до 4 недель (в некоторых случаях – несколько месяцев), при этом покупатель может сравнить до 10 моделей;

- *факторы потребительского выбора камина.* Камин представляет собой как функциональный, так и эстетический элемент декора. Однако именно второе может оказаться решающим фактором при принятии человеком решения о покупке.

В уральском климате камины в качестве системы отопления оцениваются как неэкономичные, служащие лишь дорогим элементом интерьера. Это подтверждают результаты маркетингового исследования, проведенного авторами с целью определения факторов, влияющих на потребительский выбор (рис. 2).

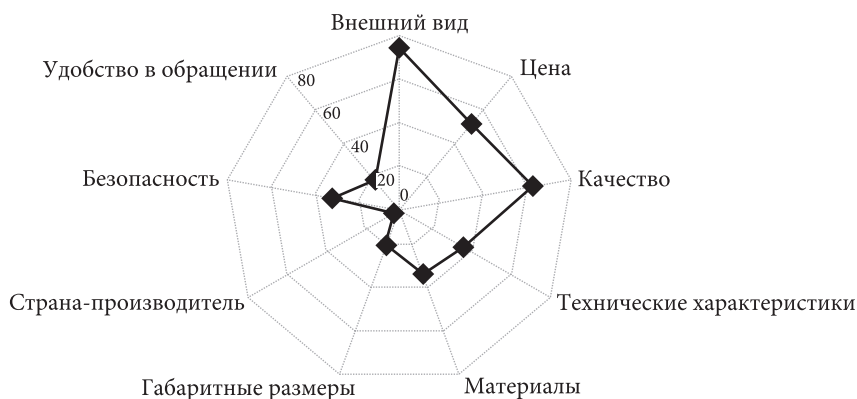


Рис. 2. Факторы потребительского выбора камина, %

Как видим, главными критериями выбора камина для покупателей на Урале является его внешний вид, далее идут цена и качество;

- *необходимость гарантийного и послегарантийного обслуживания.* Совокупные затраты потребителя на приобретение и эксплуатацию камина складываются из суммы розничной цены, расходов на установку и эксплуатационно-техническое обслуживание за весь срок службы;

- *моральный износ товаров длительного пользования.* Помимо физического износа каминов особое значение приобретает их моральный износ, обусловливаемый тенденциями моды в декоре.

Изучив ассортимент сети магазинов «Европейские камины», мы пришли к выводу: в рамках товарной стратегии компания позиционирует себя как продавец эксклюзивных европейских марок каминов, недоступных конкурирующим розничным продавцам.

Рассчитав уровень концентрации рынка на основе индекса Херфиндаля-Хиршмана, можно заключить, что управление поставщиками ООО «Стройкомплекс» достаточно диверсифицировано, и их рыночная власть оценивается нами как допустимая.

2. Кому продаем? Целевая аудитория компаний, работающих на рынке каминов, – люди с ориентацией на высокодоходный сегмент рынка (группу потребителей) среднего и старшего возраста, имеющие семью; в основном – это предприниматели и служащие в сфере бизнеса. Исходя из результатов проведенного маркетингового исследования, а также экспертных интервью представляется возможным выделить среди клиентов сети магазинов «Европейские камины» группы потребителей, имеющих сходные значимые характеристики, оказывающие влияние на их экономическое поведение:

приходится на июль–август, а также ноябрь–декабрь, резкий спад отмечается в январе–феврале. Фактор сезонности целесообразно учитывать не только при планировании продаж и запасов, но и для наиболее точного выбора момента проведения рекламной кампании или особых мероприятий по стимулированию сбыта.

5. Как продаем? В ходе опроса установлено, что уровень информированности населения Екатеринбурга о рынке каминов относительно низкий. Основными источниками информации являются яркие вывески магазинов и расположение магазинов на центральных улицах города; следующими по степени важности являются информация в сети Интернет и рекомендации друзей и знакомых. Ни один из респондентов не выбрал ответ «Реклама на радио и ТВ» и «Журналы».

Компания «Европейские камины» делает ставку на наружную и интернет-рекламу, а также на контакты внутри социальных сетей. Следует признать целесообразным проведение масштабной рекламной кампании, налаживание партнерских связей с организациями, осуществляющими строительство коттеджей и элитных жилых домов, а также с индивидуальными архитекторами и дизайнерами.

6. Кто продает? Если придерживаться современной концепции стратегического управления и наиболее прогрессивного ее направления – ресурсного подхода, то ключевые компетенции фирмы, в первую очередь, связаны с персоналом, который и является их своеобразным носителем. «Мегакомпетенция» фирмы в сфере продаж образует именно то, что в ресурсном подходе называется ресурсом, специфическим по отношению к фирме. Ведущую роль в продажах играет персонал службы сбыта. Клиентам сети магазинов «Европейские камины» предлагалось оценить уровень обслуживания: 11% клиентов оценивают его как удовлетворительный; 50 – как хороший, 39% – как отличный. Как видим, компании имеет смысл выявить зоны потери клиентов в процессе продажи. Кроме того, в ходе бесед с работниками компании нами выявлены такие проблемные моменты, как текучесть кадров, отсутствие перспектив карьерного роста, слабая самодисциплина сотрудников, недостаточный уровень качества услуг по монтажу.

Результаты исследования показали, что одним из основных факторов конкурентной борьбы может выступать маркетинговый подход к управлению продажами, в рамках которого использование модели «шесть вопросов» позволяет выстраивать алгоритм маркетинг-менеджмента, отталкиваясь от потребностей рынка, а также оптимизировать отношения с клиентами и формировать долгосрочные конкурентные преимущества компании на основе эффективного функционирования маркетинговых каналов.

Источники

1. Словарь Американской ассоциации маркетинга. Режим доступа : www.marketing-power.com/_layouts/Dictionary.aspx.
2. Наумов В. Н. Стратегическое взаимодействие бизнес-субъектов в маркетинговых каналах : автореф. дис. ... д-ра экон. наук. СПб., 2008.
3. Баркан Д. И. Маркетинговые каналы в «норме» и в кризисе: опыт эмпирического исследования // Вестн. Санкт-Петерб. ун-та. Сер. «Менеджмент». 2009. Вып. 4.
4. Баркан Д. И. Управление продажами. СПб. : Издат. дом С.-Петерб. ун-та ; Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2008.
5. Kotelnikov V. 6Ws of Sustainable Corporate Growth – 2009. Режим доступа : www.1000ventures.com.
6. Исерн Й., Пунг К. Как справиться с реформой // Вестник McKinsey. 2008. № 19. Режим доступа : www.mckinsey.com/russiaiaquaterby/articles/issue19/02_0208.aspx.
7. Тихонова Н. Е., Прокина Е. А. Товар-маркер на российском рынке товаров длительного пользования: вчера, сегодня, завтра // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2006. № 4.

СУЧКОВ Владимир Андрианович

Кандидат технических наук, доцент, заместитель руководителя

Новоуральский технологический институт НИЯУ «МИФИ»

624130, РФ, Свердловская область, г. Новоуральск, ул. Ленина, 85

Контактный телефон: (34370) 9-49-09

e-mail: prorector@nsti.ru



ГРИЦОВА Ольга Александровна

Старший преподаватель кафедры экономики и управления

Новоуральский технологический институт НИЯУ «МИФИ»

624130, РФ, Свердловская область, г. Новоуральск, ул. Ленина, 85

Контактные телефоны: (34370) 9-48-74, (922) 294-64-92

e-mail: gritsova@mail.ru

Мониторинг мнений потребителей о качестве образования как инструмент принятия решений при проектировании учебного процесса в вузе

Ключевые слова: качество образования; система менеджмента качества; потребители образовательных услуг; управление процессами, связанными с потребителями; мониторинг; требования потребителей; оценка качества образования.

Аннотация. В современных условиях обеспечение качества профессиональной подготовки в вузе осуществимо путем создания системы менеджмента качества, одним из принципов которой является удовлетворение требований потребителей. В Новоуральском технологическом институте разработана методика проведения мониторинга мнений потребителей о качестве образования, результаты которого служат основой принятия решений о планировании учебного процесса.

Отечественные вузы, предлагая получение высшего образования на платной или бюджетной основе, тем самым расширяют возможности выбора абитуриентом учебного заведения. В то же время рынок труда предъявляет свои требования к качеству подготовки специалистов. В связи с этим перед руководством вузов весьма остро стоит задача повышения престижности своего учебного заведения, создания таких условий его деятельности, которые могли бы привлечь абитуриентов, гарантировали бы высокое качество подготовки выпускников, соответствующее требованиям рынка труда. Решить эту задачу невозможно без использования соответствующих механизмов объективной оценки качества образования.

Обобщив смысл многочисленных определений качества в целом и качества образования в частности, мы выделили основные черты категории «качество образования»:

- соответствие уровня знаний и умений выпускников запланированному;
- соответствие заданным стандартам и требованиям;
- отражение степени удовлетворения ожиданий различных участников образовательного процесса (общества, государства, студентов, работодателей).

Итогом многолетних дискуссий в нашей стране и за рубежом стал вывод о том, что не существует однозначного определения качества образования; оно многогранно и субъективно. Такая многоплановость может вызвать затруднение при ответах на

вопросы, касающиеся его оценки и способности обеспечивать условия, гарантирующие качественную подготовку специалистов. При этом большинство исследований сходятся на том мнении, что обеспечить качество образования можно лишь посредством создания системы менеджмента качества в вузе, основу которой составляет Total Quality Management (TQM) – концепция всеобщего управления качеством, имеющая свое нормативное выражение в международных стандартах качества ИСО 9000.

В соответствии с требованиями государственного стандарта ГОСТ Р ИСО 9001-2001 [1] организация, внедрившая систему менеджмента качества, должна управлять процессами, связанными с потребителями, а именно – планировать и применять процессы мониторинга и измерения, анализа и улучшения, необходимые для:

- демонстрации соответствия продукции требованиям потребителей;
- обеспечения соответствия системы менеджмента качества требованиям государственных стандартов;
- постоянного повышения результативности системы менеджмента качества.

На результатах анализа основывается процесс постоянного улучшения деятельности организации, который предполагает осуществление корректирующих и предупреждающих действий: первые предпринимаются с целью устранения причин несоответствий для предупреждения повторного их возникновения, вторые должны быть адекватны последствиям выявленных несоответствий.

Многие российские вузы в настоящее время вовлечены в процесс создания и внедрения систем менеджмента качества. Так, в Новоуральском технологическом институте создан Совет по качеству, разработаны «Руководство по качеству», документированные процедуры большинства процессов, протекающих в вузе. Большое внимание уделяется вопросам управления процессами, связанными с потребителями: определены основные их группы, разработаны методики по выявлению требований различных групп потребителей и оценке степени соответствия профессиональной подготовки специалистов вуза этим требованиям [2]. По данным методикам проводятся опросы выпускников и их работодателей, результаты которых позволяют оценить качество подготовки специалистов в настоящее время, а также отследить эффективность предпринимаемых корректирующих действий по результатам опроса.

Рассмотрим результаты опроса выпускников НТИ, работающих на градообразующем предприятии Новоуральска – Уральском электрохимическом комбинате, и их непосредственных руководителей. В опросе приняли участие 127 выпускников различных специальностей, окончивших НТИ в разное время и сейчас работающих на предприятии, и 76 их непосредственных руководителей.

По мнению большинства опрошенных выпускников, уровень полученных в институте знаний «средний» и «выше среднего», чего нельзя сказать о практической подготовке. На вопрос «Является ли достаточным уровень практической подготовки, полученной при обучении в институте, для осуществления профессиональных обязанностей?» более чем каждый второй респондент ответил отрицательно. При этом аналогичную оценку дают выпускники всех специальностей в равной степени.

По мнению руководителей, участвовавших в опросе, уровень подготовки выпускников НТИ, работающих в их подчинении, в целом соответствует требованиям, предъявляемым современным производством (95% положительных ответов). Они считают, что имеют «знания высокие» и «выше среднего уровня» 50–58% выпускников специальностей «Технология машиностроения», «Управление и информатика в технических системах» и «Промышленная электроника». Остальные выпускники этих специальностей имеют «средний уровень знаний». Оценки знаний выпускников специальности «Экономика и управление на предприятии», в основном, (78% ответов) «средние».

Если сравнить оценки, данные руководителями, знаний своих подчиненных в целом по всем специальностям с оценками самих выпускников, то можно отметить, что

их уровень практически одинаков и, значит, характеризует качество теоретической подготовки студентов вполне достоверно.

Большое место в опросе руководителей отведено изучению уровня умений выпускников. В рамках своей специальности оценены уровни умений подчиненных-выпускников при решении задач по различным видам деятельности. У выпускников технических специальностей (таких, как «Технология машиностроения», «Промышленная электроника», «Управление и информатика в технических системах») уровень умений в основных профессиональных видах деятельности – проектно-конструкторской и производственно-технологической – преимущественно средний и «ниже среднего». Это свидетельствует о недостаточной практической подготовке специалистов, приходящих на предприятие. Обращает на себя внимание тот факт, что выпускники специальностей «Промышленная электроника» и «Технология машиностроения» практически не имеют высоких оценок умений в производственно-технологической деятельности, хотя это – крайне необходимое требование к занятым на современном предприятии.

Довольно высокие уровни умений выпускников специальностей «Управление и информатика в технических системах» и «Промышленная электроника» отмечены в организационно-управленческой деятельности. Вместе с тем это направление деятельности должно быть основным для выпускников специальности «Экономика и управление на предприятии», и поэтому полученные оценки умений для них крайне недостаточны (50% респондентов отметили «средний уровень умений» и 50% – «выше среднего»). Необходимо отметить также малую долю высоких оценок умений респондентов специальности «Технология машиностроения» в организационно-управленческой деятельности. Руководители-респонденты довольно высоко оценили умения выпускников технических специальностей в научно-исследовательской деятельности, т. е. показатели, характеризующие склонность работников к творчеству. В то же время уровни умений выпускников специальности «Экономика и управление на предприятии» в данной сфере деятельности не имеют не только «высоких», но даже оценок «выше средних». Таким образом, мнения выпускников и их руководителей относительно недостаточности практической подготовки в НТИ также совпадают.

В процессе опроса руководителям было предложено распределить дисциплины, читаемые в НТИ (в соответствии с учебным планом для каждой специальности), по степени важности с точки зрения использования их на практике. Полученные данные дают возможность корректировать учебный процесс в области качества теоретической и практической подготовки. Кроме того, было предложено оценить по десятибалльной шкале следующие критерии, влияющие на качество обеспечения учебного процесса: организация учебного процесса; материальная база; учебно-методическое обеспечение; информационно-образовательная среда; экспериментально-исследовательская база.

По результатам опроса можно сделать следующие выводы. С уклоном в позитивную сторону распределились оценки выпускников специальности «Технология машиностроения». Они оценили каждое направление обеспечения учебного процесса баллами выше средних, в том числе по высоким (8–10 баллов) оценкам лидирует организация учебного процесса (72,6% ответов), и далее (по мере снижения уровня высоких оценок) расположились следующие направления, %:

- информационно-образовательная среда – 52,9;
- экспериментально-исследовательская база – 40,9;
- учебно-методическое обеспечение – 28,6.

Выпускники специальности «Промышленная электроника» оценивают качество учебного процесса более негативно. Несмотря на почти одинаково высокий уровень высоких оценок по всем направлениям (45–61,6% ответов), в анкетах отмечена заметная доля (30,4–36,3%) низких оценок (1–4 балла), характеризующих состояние экспериментально-исследовательской и материально-технической базы.

Выпускники специальности «Экономика и управление на предприятии» четко выше средних баллов оценили только организацию учебного процесса. Остальные направления учебного процесса оценены ими явно противоречиво: уровни высоких, низких и средних оценок каждого направления практически одинаковы.

Несмотря на высокие оценки, наблюдается снижение уровня качества обеспечения учебного процесса по таким критериям, как качество экспериментально-исследовательской среды, учебно-методического и материально-технического обеспечения, что непосредственно сказывается на качестве практической подготовки.

Одновременно с опросом, проводимым на УЭХК, были опрошены студенты, заканчивающие обучение в НТИ. Любопытный факт: их мнение полностью совпало с мнением выпускников – работников УЭХК. Это свидетельствует о том, что в НТИ существует проблема качества практической подготовки, которая до сих пор не решена.

Результаты опроса служат основанием для принятия решений при проектировании учебного процесса, в основе которого лежит процесс распределения ресурсов между направлениями подготовки в рамках отдельных дисциплин, видов профессиональной деятельности или специальностей.

Ресурсы можно распределить также с учетом мнений потребителей, а именно студентов, проходящих обучение в вузе, поскольку именно они могут дать оценку обеспеченности ресурсами учебного процесса в настоящий момент. Но необходимо помнить, что оценка студентов может быть субъективной, поэтому процесс распределения ресурсов должен контролироваться руководством вуза. В НТИ разработана методика распределения ресурсов с учетом мнений студентов, заканчивающих обучение. Согласно данной методике результаты опроса студентов об уровне ресурсного обеспечения специальностей являются одним из факторов, влияющих на процесс принятия решений при проектировании учебного процесса в следующих областях:

- корректировка учебного плана (увеличение или сокращение времени, отводимого на теоретическую и практическую подготовку по отдельным дисциплинам; введение дополнительных дисциплин или ликвидация имеющихся в части региональной и вузовской компоненты);
- пересмотр учебных программ по отдельным дисциплинам;
- пересмотр программ производственной практики;
- планирование учебно-методической работы;
- поощрение деятельности профессорско-преподавательского состава с учетом мнения студентов;
- планирование закупок материально-технических средств.

Оценку качества подготовки молодых специалистов посредством мониторинга потребителей необходимо рассматривать как инструмент принятия решений в области корректировки планирования и реализации учебного процесса. Разработка подпроцесса оценки удовлетворенности потребителей образовательных услуг в системе управления качеством, отвечающей требованиям гуманности, прозрачности и удобства использования, позволит сделать процесс оценки качества обучения более эффективным и приблизит деятельность вуза к реальным требованиям рынка труда.

Источники

1. ГОСТ Р ИСО 9001-2001. Системы менеджмента качества. Требования. М.: Изд-во стандартов, 2001.
2. Сучков В. А., Горбунова О. А. Методика оценки качества подготовки молодых специалистов с позиции организаций-потребителей // Качество образования: системы управления, достижения, проблемы: материалы V Междунар. науч.-метод. конф.: в 3 т. Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2003. Т. 3.

ТИМОХИНА Галина Сергеевна

Старший преподаватель кафедры мировой экономики

Институт международных связей
620075, РФ, г. Екатеринбург, ул. Карла Либкнехта, 33
Контактный телефон: (343) 371-19-70
e-mail: ims@ims-ural.ru



ШАПОШНИКОВ Владислав Александрович

Кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга

Российский государственный профессионально-педагогический университет
620012, РФ, г. Екатеринбург, ул. Машиностроителей, 11
Контактный телефон: (343) 338-44-56
e-mail: mail@rsvpu.ru

Поведение женщины-потребителя на рынке легковых автомобилей

Ключевые слова: маркетинговые исследования; поведение потребителей; процесс принятия решения потребителем; гендерные различия; женский целевой сегмент.

Аннотация. Представлен краткий анализ результатов маркетингового исследования гендерных различий в поведении потребителей на региональном рынке легковых автомобилей. Выявлен комплекс отличительных характеристик женщины, разработана модель поведения женщины-потребителя.

Динамично меняющаяся внешняя среда, высокая степень напряженности конкурентной борьбы приводят к необходимости выявления хозяйствующими субъектами рынка легковых автомобилей целевых рынков с высоким потенциальным спросом. Целевой сегмент женщин-потребителей рассматривается в настоящее время субъектами данного рынка как один из самых динамично растущих и перспективных. Положительная динамика женского целевого рынка обусловлена изменением роли женщины в производственной и воспроизводственной деятельности и, соответственно, изменением ее положения в экономической, социальной и рыночной среде. Вместе с тем поведение женщин-потребителей, готовых в настоящих рыночных условиях предъявлять спрос на легковые автомобили, изучено недостаточно.

На современном этапе развития рынка легковых автомобилей в целом можно говорить об отсутствии у продавцов практики сегментирования рынка по полу (гендерному признаку). На рынке легковых автомобилей как товаров, традиционно предназначенных преимущественно для потребителей-мужчин, осуществляются маркетинговые коммуникации, «по умолчанию» ориентированные на мужчин. Женщины-потребители, обладая особенностями процесса принятия решения о покупке, проявляют неадекватную реакцию на такие маркетинговые коммуникации, что снижает эффективность коммуникативного воздействия на них.

Следует отметить, что недостаточная теоретическая и практическая разработанность вопросов, касающихся факторов, влияющих на поведение мужчин и женщин-потребителей, слабое представление хозяйствующих субъектов рынка легковых автомобилей об особенностях процесса принятия решения о покупке женским целевым

сегментом приводят к упущенным возможностям маркетингового воздействия на потребителя, недополучению доходов от производственно-экономической деятельности данных субъектов.

Нами было проведено комплексное многолетнее исследование поведения мужчин и женщин-потребителей легковых автомобилей (2006–2010 гг.) на вероятностных выборах общим объемом 1030.

Изучение поведения мужчин и женщин-потребителей на региональном рынке легковых автомобилей осуществлялось как комплексное изучение экономических и социально-психологических составляющих потребительского поведения мужчин и женщин, выявление сходств и различий и рассмотрение особенностей поведения мужчин и женщин-потребителей. Исследование включало в себя следующие составляющие:

1. Анализ экономических и социально-психологических факторов поведения потребителя на всех этапах процесса принятия решения о покупке на рынке легковых автомобилей.

2. Анализ рыночного выбора потребителя легковых автомобилей как многомерно-го явления, основанного на системе независимых ценностей: функциональной, социальной (ассоциативной), эмоциональной, эпистемической (познавательной), условной (относительной) и репрезентативной [1; 2].

В процессе анализа гендерных различий потребителей легковых автомобилей нами рассматривались только те факторы влияния, характер связи которых с переменной «гендер» не являлся случайным (т. е. вероятность ошибки составляла не более 5%). При этом учитывались те взаимосвязи, по которым разница в относительных показателях для мужчин и женщин-потребителей составляла более 10%, значение коэффициента Крамера – более 0,300, что означает наличие средней и сильной зависимости признаков.

Вторичные данные исследования [3], касающиеся разнонаправленного прохождения этапов процесса принятия решения о покупке мужчинами и женщинами подтверждены эмпирическими данными. Женщины-потребители больше, чем мужчины, склонны к возвратно-поступательному процессу принятия решения о покупке автомобиля. Особенности разнонаправленного процесса принятия решения о покупке автомобиля мужчинами и женщинами обуславливают конечный результат этого процесса:

- приемлемый вариант покупки для мужчин-потребителей, который достигается линейно-поступательным прохождением этапов процесса принятия решения о покупке автомобиля;
- идеальный вариант для женщин-потребителей, достигаемый возвратно-поступательным процессом принятия решения о покупке автомобиля.

Анализ теоретических и эмпирических данных позволил выявить отличительные характеристики потребительского поведения женщин на каждом из этапов процесса принятия решения о покупке легкового автомобиля.

1. Этап осознания проблемы. Существующий в сознании женщины-потребителя идеальный вариант (образ автомобиля) определяется на данном этапе представлением женщины о легковом автомобиле. Женщины-потребители в большей степени, чем мужчины, воспринимают легковой автомобиль как красивую и удобную вещь. У мужчин-потребителей автомобиль в большей степени, чем у женщин, ассоциируется со скоростью.

2. Этап поиска и сбора информации (активизации, сортировки и ознакомления). Поиск идеального варианта автомобиля у женщины-потребителя начинается с обращения к источникам информации, отличным от тех, к которым прибегают на данном этапе мужчины-потребители. Наиболее важными источниками информации из-за их максимальной доступности для женщин-потребителей являются сведения, полученные от друзей и родных, компетентных людей – продавцов-консультантов; рекламные сообщения.

При создании рекламы и экспонировании ее потребителю необходимо учитывать особенности восприятия женщиной-потребителем визуальных образов, в частности женских. Большинство опрошенных женщин более позитивно, чем мужчины, воспринимают в рекламе образы женщины в окружении семьи, а также среди подруг и друзей, что соответствует их приоритетным жизненным ценностям. Наряду с этим наблюдается в большей степени негативное, чем позитивное, восприятие женщинами образов красотки и сексуального объекта, что объясняется несоответствием гендерных стереотипов общества изменившейся роли женщины в приватной и публичной сферах жизни.

3. Этап оценки альтернатив (блок отбора информации). Собранная потребителем информация об автомобильных брендах, местах продажи (автоцентрах), условиях покупки и дальнейшем обслуживании легкового автомобиля отфильтровывается согласно критериям, выработанным потребителем на этапе поиска информации.

В числе главных критериев при выборе автомобильного бренда мужчины и женщины-потребители отмечают надежность, цену, безопасность, затраты на эксплуатацию. Совокупная цена автомобиля, включающая цену покупки и потребления, является наиболее значимым критерием выбора автомобиля для женщин, чем для мужчин. Одним из главных критериев для мужчин является мощность двигателя, для женщин – цвет.

Безопасность автомобиля как один из основных критериев при выборе легкового автомобиля воспринимается потребителем с точки зрения ощущения различных типов рисков при его покупке и эксплуатации. При идентичном восприятии мужчинами и женщинами-потребителями временного и социального рисков женщины в большей степени, чем мужчины, воспринимают покупку и использование автомобиля как физический риск.

Свойственные женщине, в силу ее биологической природы и социальной роли, инстинкт самосохранения и родительский инстинкт являются доминирующими в оценке ею физического риска при покупке и эксплуатации автомобиля. Соответственно, женщина предъявляет высокие требования к безопасности автомобиля и его потребительским свойствам, обеспечивающим минимальный физический риск в процессе эксплуатации.

Наиболее важными потребительскими свойствами автомобиля для женщин, рассматриваемыми в контексте системы потребительских ценностей, являются: наличие максимально возможного количества подушек безопасности; кондиционера и автоматической коробки переключения передач. Женщины-потребители в большей степени, чем мужчины, ориентируются на цвет автомобиля. Результаты исследования эмоциональной составляющей системы потребительских ценностей показывают, что женщины-потребители в большей степени, чем мужчины, могут изменить свое решение о покупке автомобиля, полностью соответствующего выбранным ранее критериям, если их поразит цвет и/или дизайн автомобиля.

Наиболее эффективными маркетинговыми стимулами для женщин-потребителей на данном этапе являются дисконтные карты, а также высокая квалификация персонала, что способствует, в том числе, и снижению воспринимаемого потребителем риска при покупке и эксплуатации автомобиля.

4. Этап решения о покупке (рыночный выбор потребителя). Рыночный выбор потребителем легкового автомобиля на данном этапе обусловлен дифференцированным сочетанием рациональных и иррациональных факторов влияния.

Экономические категории «доход» и «цена» оказывают наиболее сильное влияние на поведение женщин-потребителей легкового автомобиля. Возникающие чаще, чем у мужчин, чувства паники и депрессии по отношению к деньгам мотивируют женщин обращать внимание прежде всего на цену автомобиля, тщательно проводить оценку альтернатив, обращаться за помощью к продавцу-консультанту и людям, которым женщина доверяет.

Нами выявлено, что женщины-потребители более, чем мужчины, склонны к выбору товара с участием продавца-консультанта, они более чувствительны к вниманию продавца по отношению к ним. В соответствии с этим одной из серьезных проблем при покупке автомобиля является то, что продавец до сих пор не воспринимает женщину как реального покупателя автомобиля.

Значительная роль иррациональных факторов влияния на потребительское поведение женщины подтверждена нами в процессе исследования мотивов потребителя с точки зрения побуждения посещения магазина (в том числе автосалона). Посещение магазина женщиной-потребителем детерминируется не только потребностью в товаре (рациональным фактором), но и совокупностью иррациональных факторов. Женщины-потребители в большей степени, чем мужчины, посещают магазин, чтобы познакомиться с новыми стилями, дизайном, функциями товаров, новыми направлениями в моде, получить эстетическое удовольствие, тратить на себя.

Изучение рыночного выбора потребителей, обусловленного иррациональными факторами (системой ценностей), позволяет увидеть существенные различия в поведении мужчин и женщин-потребителей автомобилей по блокам эмоциональной и познавательной ценностей.

Большая часть женщин-потребителей воспринимает легковой автомобиль не только как средство передвижения, но как любимую вещь. При покупке автомобиля женщины больше, чем мужчины, испытывают прилив счастья и радости. В процессе эксплуатации автомобиля женщины чаще, чем мужчины, испытывают такие положительные эмоции, как радость, расслабление, и реже отрицательные эмоции – гнев, злость, ярость.

Принятие потребителем решений о покупке всегда связано с ограниченным или расширенным поиском и интерпретацией информации. Более высокий уровень потребности в познании при поиске, покупке и эксплуатации автомобиля, в том числе в познании устройства своего автомобиля, демонстрируют мужчины-потребители. При покупке легкового автомобиля большинство женщин даже не пытаются вникнуть во все детали относительно свойств автомобиля, не тестируют его, а доверяют своему помощнику по выбору автомобиля.

5. Этап поведения после покупки (в том числе последующее обращение). В результате особенностей эмоционально-волевой сферы женщины-потребители в большей степени, чем мужчины, испытывают когнитивный диссонанс после покупки автомобиля – чувства сомнения, беспокойства, тревоги.

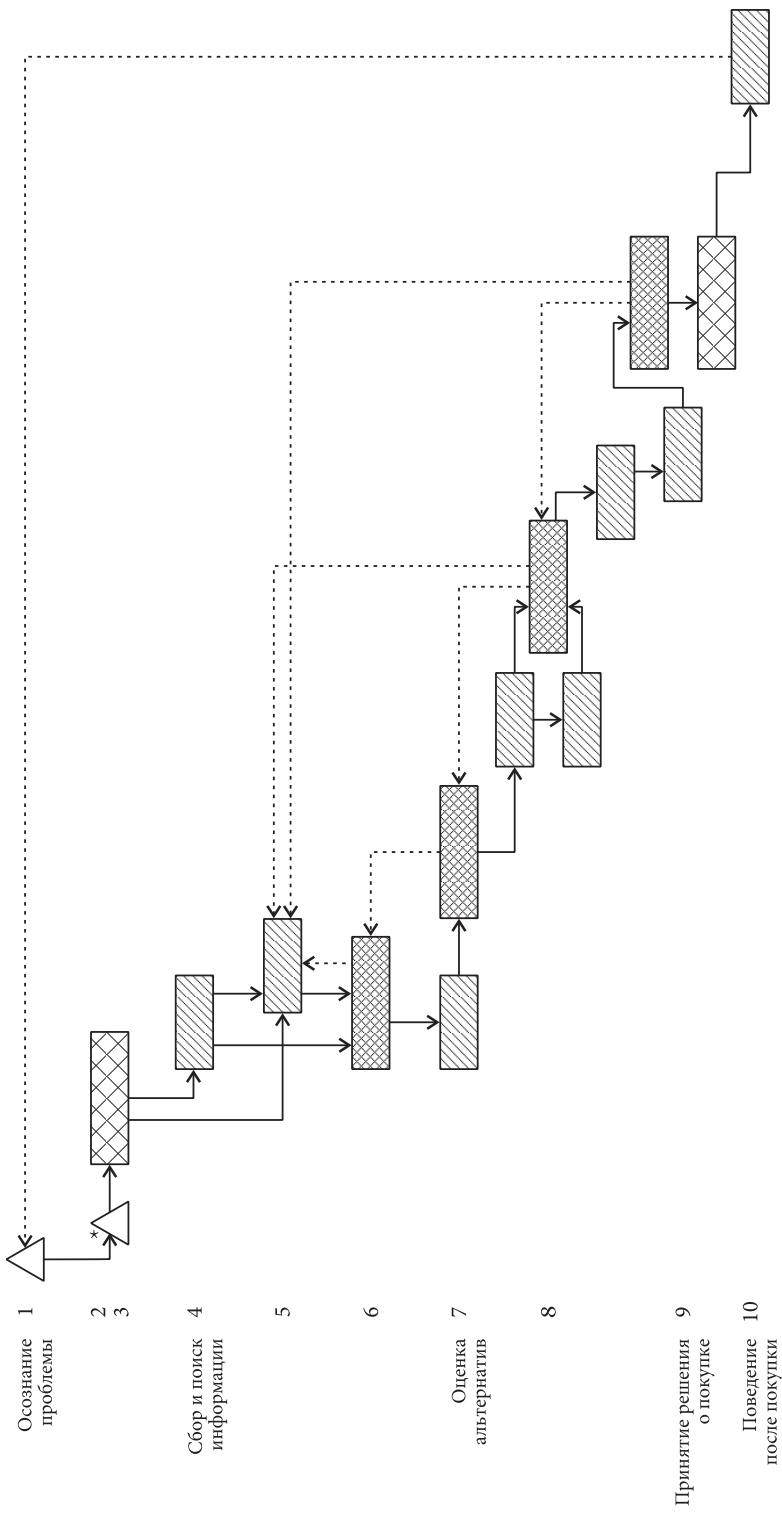
Основными проблемами при эксплуатации автомобиля женщины считают невысокое качество обслуживания и ремонта легкового автомобиля, высокие временные затраты на ремонт, отсутствие горячей линии. Большинство мужчин и женщин-потребителей предпочитают ремонтировать автомобиль в автосервисе, однако большая часть женщин предпочитает обслуживать автомобиль на станции технического обслуживания официального дилера-производителя автомобиля данной марки.

На основании выявленных особенностей женщин-потребителей нами разработана модель потребительского поведения женщин на рынке легковых автомобилей (см. рисунок), комментарий к которой представлен в таблице. Модель показывает сложный характер процессов потребительского поведения женщины при покупке услуг по приобретению и обслуживанию автомобиля. Считаю необходимым пояснить, что поведение потребителей включает в себя действия в процессе принятия решения, процессы принятия решений [4], промежуточные и окончательные решения, соответственно действия и решения обозначены в модели прямоугольниками с различной штриховкой.

Более выраженное стремление женщины-потребителя к поиску идеального варианта автомобиля создает для нее цепь промежуточных решений, прежде чем она примет окончательное решение о покупке. При этом она может неоднократно возвращаться на предыдущие этапы процесса принятия решения.

Действия
потребителя

Этапы процесса принятия решения



Модель поведения женщины-потребителя на рынке легковых автомобилей (в авторской трактовке)

Комментарий к модели потребительского поведения женщины

Этап	№ п/п	Действия женщины-потребителя	Символ
Осознание проблемы	1	Соотносит реальное состояние с представлением о легковом автомобиле в соответствии со своей ассоциативной сетью знаний (удобство, комфорт, красивая вещь)	△
	2	Осознает остроту проблемы. Наличие финансовой возможности, либо возможности обратиться к родным, друзьям, услугам автокредитования мотивируют на принятие окончательного решения о поиске необходимой информации	△ ⊗
	3	Первоначально двигается последовательно от этапа к этапу	→
Поиск и сбор информации	4	Осуществляет пассивный (внутренний) поиск на основании имеющихся представлений об автомобильных и корпоративных брендах	⊗
	5	Обращается к поиску внешней информации после внутреннего поиска, либо сразу, что наблюдается чаще, к внешнему поиску. В силу особенностей принципов общения женщина обращается к друзьям, родным, продавцам-профессионалам, рекламе	⊗
	6	На основании имеющейся информации фильтрует бренды, что обусловлено невысокой степенью лояльности к автомобильным брендам. Принимает решение о возможном наборе вариантов брендов, которым следует уделить внимание, при этом в силу возвратно-поступательной направленности процесса данное решение будет не окончательным, а промежуточным. Из-за неудовлетворенности предложениями по выбранным брендам может возвращаться к этапу внешнего поиска информации	⊗ ⊗ →
Оценка альтернатив	7	Собирает информацию об отобранных брендах, причем мотивы посещения автосалонов будут определяться не только рациональными, но и иррациональными факторами влияния. Вырабатывает главные критерии выбора автомобиля: цена, надежность, безопасность, цвет. С точки зрения этих критериев принимается промежуточное решение об истребованном наборе альтернатив	⊗ ⊗
	8	Собирает дополнительную информацию о вариантах истребованного набора, при этом количество критериев выбора может расширяться. Оценивает варианты истребованного набора на основании собственной системы ценностей, принимает решение о возможном варианте	⊗ ⊗
Решение о покупке	9	Обращение за помощью к тем людям, которым доверяет для подтверждения правильности выбора. Обращение за помощью к продавцу-консультанту в выбранном автосалоне	⊗
		Выбор автомобиля, определяющийся в основном функциональной, эмоциональной и ассоциативной составляющими системы ценности женщины-потребителя. Решение может быть как промежуточным, так и окончательным (если найден идеальный вариант)	⊗ ⊗
Поведение после покупки	10	Действия по обслуживанию автомобиля. Высокая потребность в обратной связи, повышенные требования к качеству обслуживания в автосервисе, формирование лояльности к автосалону, соответствующему ожиданию женщины	⊗

Анализ различий в потребительском поведении мужчин и женщин на рынке легковых автомобилей позволяет сделать следующие выводы.

Потребительское поведение мужчин и женщин имеет не только различия, но и сходства, однако блок отличительных характеристик женщины-потребителя оказался довольно значимым по влиянию на ее рыночный выбор.

Различия в экономических и социально-психологических характеристиках проецируются на поведение мужчин и женщин-потребителей на каждом этапе процесса принятия решения о покупке автомобиля.

Рыночный выбор женщины-потребителя в большей степени обуславливается влиянием иррациональных факторов (системой ценностей). Количественный анализ системы потребительских ценностей применительно к нашему исследованию показал, что наибольшие различия в поведении мужчин и женщин на рынке легковых автомобилей выявлены по блокам эмоциональной, ассоциативной и познавательной ценностей.

На основе отличительных характеристик в поведении женщины-потребителя нами создана модель ее потребительского поведения на рынке легковых автомобилей, показывающая сложный характер процессов принятия решений. Знание особенностей потребительского поведения женщины, отраженных в данной модели, позволит хозяйствующим субъектам рынка легковых автомобилей принимать управленческие решения по дифференцированному продвижению ценности для целевых сегментов рынка.

Источники

1. Астратова Г. В. Особенности индивидуального потребления в России // Журнал экон. теории. 2005. № 1.
2. Sheth J. N., Newman B. I. and Gross B. L. Consumption values and market choices: theory and applications. Cincinnati, OH: South-Western Publishing Company, 1991.
3. Барлетта М. Как покупают женщины: чем маркетинг для женщин отличается от маркетинга для мужчин / пер. с англ. Н. Г. Владимировой. М. : Вершина, 2004.
4. Энджел Д., Блэкуэлл Р. Миниард П. Поведение потребителей. СПб. : Питер Ком, 1999.



ЧЕРВОННЫЙ Владимир Павлович

Доктор политических наук, кандидат философских наук,
профессор кафедры философии

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Контактный телефон: (343) 251-96-11
e-mail: philos@usue.ru

Модернизация общества и свобода личности

Ключевые слова: авторитаризм; десталинизация; личность; модернизация; реформа; самореализация; свобода; тоталитаризм; трансформация; элита.

Аннотация. Проанализированы западные и советско-российские модели модернизации общества, дана оценка масштабным попыткам обновления российского общества разных этапов его исторической эволюции. Показана неразрывная связь задач модернизации современной России и проблем самореализации граждан страны.

Важной особенностью всемирной общественной эволюции начала XXI века является растущее разнообразие моделей, типов организации и самоорганизации социальных процессов, характерных как для отдельных стран, так и регионов. Многие из такого рода моделей выступают в своей основе переходными, символизирующими диалектическое отрицание прежнего социального качества и являющимися предметом исследования специалистов в области транзитологии.

В советской обществоведческой литературе проблема переходности увязывалась прежде всего с революционным преобразованием капитализма в социализм и перерастанием последнего в коммунистический апогей истории человечества. Иногда советские авторы упоминали о переходности в ее общесоциологическом аспекте, обращаясь к вопросам смены общественно-экономических формаций. При этом идеологически невыигрышные темы типа «азиатского способа производства» оставались в тени. Капиталистическая эволюция Запада анализировалась, как правило, с гипертрофированных классовых позиций. В противовес марксистско-ленинским прогнозам XX столетия продемонстрировало наличие у многих лидеров западного капитализма, отчасти подталкиваемых армией наемного труда, способности обнаружить и в целом успешно реализовать свой реформный потенциал.

Немарксистская социолого-экономическая мысль Запада, представленная трудами М. Вебера, Э. Дюркгейма, Ш. Айзенштадта, Э. Гидденса, Т. Парсонса и др., феномен переходности рассматривала по преимуществу как процесс преобразования традиционных общественных структур в классически капиталистические. При этом исторически первые западные теории модернизации вдохновлялись в основном идеями представителей неоклассической школы. Они включали практические рекомендации элитам экскOLONИальных развивающихся государств, выходящих из сферы непосредственного влияния бывших метрополий и касались прежде всего объема инвестиций в промышленность и экономику в целом. Позднее такие исследователи проблем модернизации, как Г. Алмонд, Р. Бендикс, С. Хантингтон, расширили круг критериев ее эффективности показателями политического и культурного развития.

В настоящее время модернизация трактуется как синоним роста либо как волнообразный поток коренных структурных преобразований (реформ). В обоих случаях ее критериями провозглашаются: уровень образованности общества, степень социальной

мобильности, секуляризации религии, характер общественных коммуникаций, универсальные ценностные ориентации множества людей, качество их жизни в целом. Она интерпретируется и как процесс перманентного обновления, система эффективных ответов на исторические вызовы новейшего времени, на часть которых, возможно, нет абсолютно истинного контрдействия. На передний план модернизации постепенно выдвигаются не только развитие экономики, системотехники, но и политико-психологические факторы, особенно способность больших масс людей относительно безболезненно адаптироваться к социальным инновациям, наращивая профессиональную и гражданскую конкурентоспособность, состоятельность на национальном и международном уровнях.

В целом правомерно различать три основные исторические модели модернизации:

а) вестернизацию (по сути, колонизацию);

б) догоняющее развитие (в том числе Россия последних столетий);

в) модернизацию с учетом национально-страновых различий (Германия, Япония, Китай и др. в XX веке).

В 1990-е годы некоторые российские авторы [1] последнюю из названных обозначали как «постмодернизацию», т. е. развитие на основе собственной идентичности – при сохранении базисных элементов национальной культуры, но с внесением в другие сферы изменений, способных обеспечить эффективное функционирование капитала.

Ряд российских исследователей ныне полагают методологически более состоятельным понятие «социокультурная трансформация» [2]. Последняя характеризуется как осуществляемое в ходе массовых (а не верхушечно-реформаторских) действий людей преимущественно эволюционное преобразование общества как социокультурной системы. Заслуживает всемерной поддержки стремление отмеченных авторов подчеркивать важность именно социокультурного, а не узкотехнократического подхода к оценке качества имеющих место общественных преобразований, степени их соответствия той или иной модели модернизации.

Не следует упускать из вида и мнение отдельных западных теоретиков модернизации, в частности французского социолога истекшего столетия А. Турэна, о том, что под флагом формально провозглашенного осовременивания может осуществляться контр-, антимодернизация. Она ассоциируется с политикой глубокого социального обновления, не получившего логического завершения, т. е. с исторической ситуацией «остановленного развития», трактуемого, по сути, как «общественный застой». В итоге рано или поздно начинается дрейф общества в направлении прежнего состояния, откат, грозящий цивилизационной катастрофой (вспомним стагнацию советского «развитого социализма» второй половины 1970-х и начала 1980-х годов).

Хочу заметить, что как модернизация, так и ее «мутанты», в социальной практике не проявляются в «чистом» виде. В реальных процессах социальных изменений зачастую обнаруживается единство указанных разновидностей. Но в любом из них главной тенденцией выступает какая-то одна, дающая наименование феномену в целом, хотя и сосуществующая с другими векторами социальной переходности. Если речь идет о полноценной модернизации, то имеется в виду процесс реализации исторически определенных социокультурных инноваций, которые либо придают уже утвердившейся общественной системе «новое дыхание», либо поднимают ее на качественно более высокий цивилизационный уровень.

В дооктябрьской (1917 г.) России модернизационные процессы издавна отличались асинхронностью созревания объективных и субъективных предпосылок их инициирования и протекания. В начале XVIII века едва ли не единственным субъектом национальной модернизации являлся Петр Романов. Его контакты с Западом привели к определенному стимулированию мануфактурно-промышленного производства, в том числе на Урале. В то же время мощные самодержавно-крепостнические барьеры

заметно сдерживали не только формирование основ производительной бизнес-экономики, но и реализацию даже ограниченных государственно-правовых реформ, должных способствовать зарождению хотя бы прообраза гражданского общества. Более того, реформаторские усилия Петра интерпретировались его современниками как личные капризы царя, имеющие целью едва ли не разрушить страну, подвести ее к «черте». Очевидно, что, стремясь к «введению» в условиях во многом феодально-крепостнической инфраструктуры европейских институтов нового типа «явочным порядком» и в максимально короткие сроки, Петр не мог добиться серьезного успеха. Тем более, что он не избегал военно-репрессивных средств осуществления объективно важных попыток обновления. Екатерине Великой также не удалось консолидировать «раздвоенное сознание», как писал В.О. Ключевский, россиян, сочетавших свободолюбивые мечты с повседневной крепостнической зависимостью. Более заметных достижений добился Александр II, но ему пришлось заплатить жизнью за подавление польского восстания, что в значительной степени приостановило реформы.

Накануне 1917 г. объективная потребность в реализации новых попыток модернизации осознавалась частью видных государственных деятелей, что подтверждено усилиями С. Витте, П. Столыпина, отдававших себе отчет в том, что в стране наличествует взрывоопасная ситуация «разломов», «расколов». Последние были одновременно и причиной, и результатом неудач в деле глубокого обновления общества. Предпринимавшиеся по инициативе сверху, просвещенными монархами либо влиятельными министрами, вдохновленными западной теорией и практикой, новаторские шаги наталкивались на колоссальные самодержавно-крепостнические препоны в экономике и менталитете значительной части социума, на упорное сопротивление «почвенников», апеллировавших к патриархально-общинной народной культуре и стремившихся законсервировать ее под привлекательными в целом лозунгами сохранения самобытности России.

Ныне очевидно, что действительная модернизация – дело рук не узкой группы облеченных властью государственных чиновников, своими указами «вводящих» глубокие реформы, хотя их определенная направляющая роль несомненна, особенно по линии вовлечения в соответствующие процессы большого числа людей. Но даже в случаях, когда элита стремится к этому на базе философии народосбережения, в ходе модернизации неизбежно возникают многообразные «точки бифуркации», способные отсечь от дальнейшего участия в ней многих из тех, кто еще вчера активно поддерживал процессы обновления. Если же властвующий менеджмент не брезгует репрессивно-силовыми методами осуществления реформ, то их стратегический провал, как правило, неминуем.

Опыт СССР показал, что модернизация в условиях тоталитарно-авторитарного режима есть псевдомодернизация, не обеспечивающая глубоких перемен в решающей сфере обновления, состоящей в ликвидации главных проявлений отчуждения личности и расширении объема не «бумажно-пропагандистской», а действительной свободы рядового человека, символизирующей его прорыв в принципиально иное жизненное пространство. Последнее по мере успешного продвижения модернизации постоянно расширяет спектр возможностей нарастающего раскрытия творчески-созидательного потенциала личности – с позитивным эффектом для страны. Что касается тоталитарного общества, то предпринимаемые в нем шаги в направлении частичной модернизации, и это подтверждается хрущевской «оттепелью», главной целью имеют укрепление и без того господствующих позиций элитарной бюрократии, а также ее «демократического» имиджа на международной арене либо ориентированы на незначительную корректировку основных «точек опоры».

В целом российские модернизации не только досоветского периода, но во многом и после октября 1917 г. протекали в основном в русле их колониальной модели – с при-

сущим ей заимствованием военно-промышленных инноваций в обмен на преобладающий в структуре экспорта вывоз сырья и его продуктов. Другими характерными чертами данной неполноценной трансформации являлись: относительно высокая степень эксплуатации населения преимущественно добуржуазными либо госкапиталистическими (в СССР – под руководством партэлиты) способами, а также методами внеэкономического принуждения («ГУЛАГ» 30–50-х годов XX века); высокий уровень бюрократизма и централизации государственного управления, укреплявший контрмодернизаторские тенденции; вертикально-этатистский исходный характер инноваций, недостаточно подкрепленных качественным социальным творчеством масс по формированию институтов самоуправления, цивилизованного рынка; стремление элиты к «рваному» алгоритму реализации новшеств, нередко приводившему к частичному трансформированию одних социально-экономических сфер за счет других и в ущерб им; усугубление, как имущественного, так и статусного, разрыва между относительно тонким элитарным слоем и остальным населением. Серьезным негативным объективным фактором модернизации России указанного периода являлась уникальная в масштабах планеты полиэтничность, отягощенная различным уровнем социокультурного развития большинства наций и народностей, племенных образований ряда регионов.

Что касается неоднозначной российской модернизации 90-х годов XX столетия, то она, в частности, подтверждает справедливость тезиса о том, что «освобождение от тирании само по себе не означает освобождения энергий свободы» [3. С. 70]. Последнее, по Г. Гегелю, представляет собой длительный процесс перехода от абстрактной возможности свободы к ее «действенно-практической» сути, реализуемой лишь посредством ответственных усилий самой личности. Его длительность обусловлена тем, что в рамках тоталитарной политической «культуры веры» мотивы самодеятельного поведения рядового человека были во многом «приглушены» необходимостью сиюминутной поддержки власти, выступавшей от «имени и по поручению» народа. И все же часть советских людей (интуитивно, по крайней мере), подходила к предосознанию либо частичному осмыслению неполноценности своего политического псевдоучастия. Постепенно в подсознательных сферах индивидуального мироощущения формировался тот духовный материал, который либо воплощался в диссидентски-сопротивленческих акциях, либо (чаще всего) проявлялся в нежелании защищать столпов тоталитаризма (август 1991).

В начале 1990-х годов было очевидно, что раннепосттоталитарное политическое сознание основного массива рядовых граждан было, в лучшем случае, преддемократическим и представляло собой весьма неустойчивый пульсирующий феномен, вполне способный к заметному откату. Тем более, что в тот период не была осуществлена полноценно радикальная десталинизация общественно-индивидуального сознания, а экономические мероприятия рыночного типа не стали в должной мере социально ориентированными и не получили необходимой антикоррупционно-антиолигархической морально-правовой защиты.

При таком сценарии развития событий у многих рядовых россиян возник страх перед внезапно открывшимся пространством свободы, в котором не оказалось четко прописанных норм и правил действительно демократической «игры». Движение к «периферийному» (Г. Явлинский) капитализму было облегчено фактом сохранения в госструктурах, аппарате управления процессами приватизации, в налоговой системе и т. д. чиновников, 83% численности которых благополучно переместились в соответствующие офисы из советских номенклатурных кабинетов. Рассматривая рефлексивный характер и общечеловеческие ценности политики как досадную помеху на пути к главным рычагам власти, они не содействовали полноценному росту социальной самодеятельности граждан, но стремились гарантировать себе место на политическом Олимпе. В решающий момент начала практической детоталитаризации в федеральных

и региональных структурах власти не оказалось достаточно многочисленной и монолитной группы влиятельных политиков, ориентированных на зрелое гуманистическое прочтение предполагаемых инноваций и обладающих менее экстремистским рыночно-экономическим сознанием.

Ныне правомерно констатировать, что в прошлом остались основные институты тоталитаризма, повинные в многосторонней сервализации рядового человека, его отчуждении от ценностей подлинной свободы как процесса профессиональной и гражданской самореализации личности, не причиняющего злонамеренного ущерба другим, основанного на фундаментальных общественных (экономических, политических, духовно-культурных) условиях и сопряженного с ее морально-правовой ответственностью за качество данной самореализации.

Вместе с тем последние два десятилетия российской истории показали, что из менталитета многих рядовых людей недостаточно вытеснены такие, не способствующие успешному продвижению полноценной модернизации, умонастроения, как равнодушное отношение к фактам отсутствия серьезного и постоянного общественно-гражданского контроля за деятельностью госчиновников всех уровней, к формированию едва ли не однопартийной политической системы, недостаточно поощряющей проведение общепризнанно справедливых выборов депутатского корпуса, губернаторов, работников аппарата местного самоуправления. Относительно большое число россиян продолжают переоценивать высших чиновников как супернациональных лидеров, обязанных «навести порядок» в стране. Напротив, они принижают собственную профессионально-гражданскую роль и ответственность за перспективы деятельности по радикальному уменьшению коррупции во всех ее проявлениях, борьбы с воспроизводством номенклатурно-бюрократического синдрома мышления и практического действия немалой части чиновников, заметно отчуждающих себя от избирателей почти сразу после «воцарения» во властных креслах. Максимальное содействие развитию малого и среднего бизнеса, сферы образования и науки – в условиях свободы неэкстремистских средств массовой информации, наличия независимой судебной-правовой системы, эффективного разделения властей – приведет к расширению рядов такого «настоящего народа» (К. Маркс), который и станет полноценным субъектом судьбоносной модернизации России.

Важно не забывать и о необходимости всецело отказаться от курса на реанимацию имперских устремлений советской партноменклатурной бюрократии, ориентированных на подмену глубоких и социально ориентированных реформ созерцанием и перманентным воспеванием достижений российского (русского) прошлого либо на редуцирование последних к такому акцентированию национально-патриотических аспектов и целей обновления, которое может лишить трансформацию позитивных, приемлемых для россиян, «вкраплений» международного плана и приведет к «короткому замыканию», опасному дальнейшим возгоранием национал-экстремистских чувств, способных конвергировать с рудиментами неосталинского мышления.

Если на предстоящем этапе модернизации нашему обществу удастся эффективно отразить отмеченные угрозы, то наступит время действительно новых российских людей, «преданных Родине, национально чувствующих, государственно мыслящих, волевых, идейно-творческих, несущих народу не месть и не распад, а дух освобождения, справедливости и сверхклассового единения» [4. С. 210]. Он станет ядром менталитета граждан российской нации, объединенных исключительно неоднозначной исторической судьбой, знаком которой будет поиск не очередной аксиомы «первопроходства», «самобытной неповторимости», а подлинно демократического варианта интеграции общечеловеческих ценностных ориентиров и тех идеалов, которые выступают, хоть и не всегда ярко и акцентированно, «визитной карточкой» народов нашей страны.

Резюмируя, подчеркнем: международный и российский опыт модернизаций/трансформаций общества свидетельствует о возможности принятия во внимание таких показателей их успешного осуществления, как состояние научно-творческого потенциала субъектов экономики, уровня их духовности, образованности, ноосферного отношения к природе, состояния социальной сферы, которое опредмечивается в качестве жизни граждан. Наша страна имеет определенные позитивные достижения на отмеченных направлениях и серьезные предпосылки для их дальнейшего закрепления и развития.

Источники

1. Дарендорф Р. Дорога к свободе: демократизация и ее проблемы в Восточной Европе // Вопр. философии. 1990. № 9.
2. Ильин И. А. Наши задачи. Историческая судьба и будущее России : статьи 1948–1954 гг. : в 2 т. М., 1992. Т. 1.
3. Лапин Н. И. Проблема социокультурной трансформации // Вопр. философии. 2000. № 6.
4. Федотова В. Г. Типология модернизаций и способов их изучения // Вопр. философии. 2000. № 4.



КАСАБЕКОВ Сайлау Аманжолулы

Кандидат политических наук, проректор
по стратегическому развитию и администрированию

Восточно-Казахстанский государственный университет
им. С. Аманжолова

070020, Республика Казахстан, г. Усть-Каменогорск, ул. 30-й Гвардейской дивизии, 34
Контактные телефоны: (7232) 54-05-85, (701) 288-84-45
e-mail: s_kasabekov@mail.ru

О некоторых аспектах становления правового государства

Ключевые слова: политическая деятельность; политическое государство; тоталитаризм; демократия; право; псевдоправовое общество.

Аннотация. Исследуются проблемы формирования правового государства. Главными принципами в правовом государстве утверждают суверенность, самостоятельность и ответственность человека. Для освобождения индивида нужно, чтобы он имел правовые гарантии, обладал собственностью, отличался культурой мышления. Помимо этого необходимы личное стремление, воля, внутренняя раскованность, духовная свобода. Взаимная заинтересованность и партнерство при этом рассматриваются как достаточный тип социальной связи.

Правовое государство как политическая реальность представляет собой всеобщий и необходимый этап самодвижения общества, задача которого – упорядочение и защита правового единства и свободы людей. Немецкий политолог А. Альбрехт выделяет следующие основные положения теории правового государства: признание за отдельной личностью неотъемлемых и неприкосновенных прав, предшествующих самому государству; господство права и правовой системы; конституционализм, требующий, чтобы деятельность государства регулировалась правовыми нормами, зафиксированными в конституции; плюрализм политической структуры, когда участие в политике множества конфликтующих и взаимодействующих сил сдерживает влияние государства; институционализованная обратная связь государства с общественным мнением; надлежащая правовая организация социальной жизни, обеспечивающая сознательное, добровольное участие граждан в общественной жизни, и др.

Как установлено, в правовом государстве основными являются гуманитарно-правовой, нормативно-правовой и институционально-правовой компоненты. Однако правовая модель существует не как абстрактная схема; она реализуется в обществе исходя из традиций и исторически сложившихся ценностей и, таким образом, представляется каждому народу в том виде, в каком он способен воспринять и открыть для себя правовые принципы, конструкции, структуру, сущность общества. В качестве успешно действующей конституционно-правовой схемы можно признать ту, которая обеспечивает своим гражданам максимально возможный для данного периода уровень развития прав и свобод.

Исторический опыт политической деятельности показывает: если общество построено на внешнее копирование готовых истин, то идея правового государства останется лишь внешней формой, не проникающей вглубь функционирования самого общества. Нельзя забывать, что прежде всего сам субъект политической деятельности должен быть внутренне готовым к новым реалиям. Необходимость гражданских требований обеспечивает превращение внутреннего человека в реального политического субъекта, т. е. способствует развитию по-настоящему организованных субъектов становления правового государства.

Демократические режимы, в которых экономические, культурные, политические отношения между индивидами опосредованы государством, легко могут перейти в свою противоположность – тоталитаризм.

Фактическое утверждение гражданского начала тесно связано, в первую очередь, с упрочением личной свободы, продиктовано стремлением отдельной личности к относительной свободе от власти, причем от ее любой формы – личной, абсолютистской, экономической и даже демократической.

М. Крозье принадлежит мысль о том, что послевоенный рывок Германии и Японии, прежде связывавшийся с обновлением основных промышленных фондов, уничтоженных во время войны, на деле обусловлен разрушением старых патерналистско-бюрократических систем, сковывавших социальную инициативу. Главное – создание новых технологий управления, сужающих отношения опеки и расширяющих сферу свободной инициативы. Иначе говоря, проблема заключается в формировании гармоничного сочетания демократии как формы правления и как инструмента реализации прав граждан.

Право концентрирует прогрессивные, демократические идеи – справедливость, равенство, свобода. Правовое начало – критерий для законодателя, а для публичной власти – институциональная и политическая гарантия защиты личностью своих прав перед лицом любого произвола, в том числе и исходящего от демократической власти. По сути, публичная власть правового государства исключает произвол, действует только в соответствии с правом (не с законом, который тоже может быть произволом!). Право и конституционность как антитеза произвола и барьер на его пути – такова сущность правового государства в противовес «просто» демократическому. Примером могут служить национально-освободительные движения: будучи, несомненно, демократическими, они далеко не всегда руководствовались и имели своим результатом достижение прав и свобод отдельной личности. Конституционность ставит определенные границы политической воле правящего большинства, какими бы мотивами эта воля ни руководствовалась. Противопоставляя правовой режим режиму, основанному на политической гегемонии большинства, либералы подчеркивают различие двух типов «демократической законности»:

1) законность можно понимать как выражение воли большинства; тогда большинству всё позволено, и политический произвол неизбежен. Именно так понимается законность во Франции;

2) законность может трактоваться как соответствие правовым, конституционным нормам, как ограничение, и тогда четко очерчиваются границы, которые не позволено переступать никому. Таким образом, правовое государство в отличие от деспотического само себя ограничивает системой норм и правил. Государство становится правовым именно потому, что подпадает под власть права.

Для обеспечения неприкосновенности главных ценностей индивиды объединяются в гражданское общество; каждый человек добровольно отказывается от своей «исполнительной» власти, которой он обладает, в пользу целого. Это ведет к формулированию общественного договора, когда люди по собственному согласию становятся членами какого-либо сообщества.

Существенным моментом концепции общественного договора является доктрина законности сопротивления любым незаконным проявлениям власти. Законность подобного сопротивления, включая право индивидов на восстание против деспотической власти, коренится в суверенных правомочиях индивидов, учредителей правового государства. После заключения договора индивид остается решающим судьей. При этом в предельно сжатом виде представлены принципиально важные для либерализма идеи: примат личности как «автономной фигуры», субсидиарный характер последней; стремление к материальным благам (собственности) как главный стимул возникновения гражданского общества и правового государства.

В философской литературе утвердилась мысль о том, что в своей концепции правового государства И. Кант сформулировал основополагающую идею: «Каждый гражданин должен обладать той же возможностью принуждения в отношении властвующего к точному и безусловному исполнению закона, что и властвующий в его отношении к гражданину» (См.: [1. С. 149]). Кант отвергал деспотизм, который отождествлялся им не с жестокостью методов управления, а с самим существом «отеческой», попечительской власти. Такая власть требует, чтобы человек рассматривался как духовно несовершеннолетний, не имеющий основания в самом себе, т. е. как «внешний» человек.

В системе Канта индивиды изменяют и свое внутреннее состояние: если индивид действительно хочет избавиться от бедственных общественных отношений, ему следует, прежде всего, категорически запретить себе образ мыслей, характерный для агента этих состояний. Индивиды, по Канту, вступают в договор не в качестве разумно-эгоистических, а в качестве нравственных существ, и поэтому во взаимоотношениях с государством индивид претендует на то, что он самостоятельно, без принуждения извне способен организовать свое поведение в соответствии с категорическим императивом. Способность человека контролировать свои убеждения и определять ими собственные действия Кант называет «моральной автономией».

Принудительная власть государства вмешивается, если поведение индивида нарушает требования морального императива. Внутреннее же состояние индивида неподконтрольно власти; принципиальная способность человека знать, в чем состоит его благо, способность отличать добро и зло, не должна ставиться государством под сомнение. Этот же тезис запрещает рассматривать человека как потенциального преступника и воздействовать на него с помощью превентивных мер.

Марксистская традиция отождествляла право с произволом сильных («Право есть возведенная в закон воля господствующего класса»). На деле интенция права прямо противоположная – стремление дать гарантию слабым перед лицом сильных. Сильные менее нуждаются в праве, ибо свои интересы они сумеют обеспечить силой; для них право может представлять преграду. Гарантированное от вмешательства государства пространство есть зона свободы и самодеятельности; напротив, в искомом вмешательстве тоталитарного мышления узнаются черты патриархального попечительства. Правовая власть не интересуется внутренним миром граждан; более того, она оставляет внутренний мир личности за рамками любых интерпретаций со стороны власти. Нейтральное невмешательство отличается внутренним постоянством. Гарантии от вмешательства формируют самодостаточные, сильные личности; постоянная участливость, напротив, есть условие массового производства приниженных и слабых, заботящихся о том, чтобы их социальный образ в глазах покровительствующих инстанций соответствовал их представлениям. Несомненно, такая психология благоприятствует воспроизводству авторитарных отношений во всех сферах жизни, препятствуя производству всякого вида богатства, ибо последнее требует инициативности и предприимчивости. Вот почему правовые общества, как правило, являются богатыми, тогда как «социально справедливые» – бедными. Как пишет Э.Ю. Соловьев, «достоинство правового принципа заключается в том, что ему, по строгому счету, вообще нет дела до моего внутреннего „я“ ... Как раз напротив, в этом безразличии выражает себя юридический гуманизм, а именно – безусловное предварительное доверие к каждому члену общества... Гуманизм юридический – это доверие не к природе, а к основному личному измерению человека – к его воле, понимаемой как способность самоконтроля и самодисциплины» [2. С. 80].

В отличие от тоталитаризма правовое общество является светской системой; она рождает автономного, неподопечного субъекта, которому не перед кем быть благодарным за свое благополучие и некого винить в своих неудачах; ее главные принципы – суверенность, самодеятельность и ответственность. Взаимная заинтересованность

и партнерство рассматриваются как достаточный тип социальной связи. Демократия как правовая система, т. е. идеологически нейтральная, предъявляет ко всем равные требования, расценивая индивида как полноценную самостоятельную личность.

Наконец, особой модификацией идей псевдоправового общества являются планы и проекты использования революционной власти в интересах народа. Сама эта власть не всегда и не обязательно рассматривается как демократическая или подзаконная, но ее деятельность определяется целью «Благо народа – высший закон». Несмотря на столь высокие лозунги, любые формы, ограничивающие свободное волеизъявление, препятствуют нормальному объективному процессу политизации человека, делая его еще более ущербным, порождая в нем чувство вечного люмпена. «Истинным признаком пролетария, – говорил А. Тойнби, – является не бедность и не низкое происхождение, а постоянное чувство неудовлетворенности, подогреваемое отсутствием законно унаследованного места в обществе и отторжением от своей общины» [3. С. 346].

Преодоление деиндивидуализирующих тенденций находится в прямой зависимости от изживания патерналистских установок, упорно внедряемых в массовое сознание идеологией в период тоталитаризма. Для освобождения индивида нужно, чтобы он имел правовые гарантии, обладал собственностью, культурой мышления. Однако жизнь показывает, что никакие внешние условия, сколь бы благоприятными они ни были для человека, не могут сами по себе привести к преодолению патернализма и тем самым к реализации способностей индивида. Для этого необходимы, повторяем, его личное стремление, воля, внутренняя раскованность, духовная свобода.

Категория свободы – емкое, многогранное понятие, имеющее связь с внутренней свободой, свободой выбора и ответственностью личности. Только свобода обеспечивает нравственность деятельности человека; она – одно из проявлений ценностного отношения субъекта, которое обуславливает его избирательную активность как субъективную.

Очевидно, что Казахстан в содержательном плане к правовому государству подойдет не столь быстро, как этого хотелось бы. Поэтому на сегодняшний день политическая власть должна вести постоянную работу по обеспечению реально функционирующей правовой формы: создание правового пространства, которое обеспечивало бы гарантию реализации основных прав и свобод граждан; формирование правовой ориентации политической элиты, которая взяла бы на себя всю ответственность за реализацию принципов правового государства в период, когда не работают в полной мере правовые институты; развитие гражданского общества, в первую очередь развитие рыночной инфраструктуры, и наличие свобод.

Таким образом, становление правового государства и демократизация общества открывают новые горизонты политизации современного человека. Современный политический человек отличается широким диапазоном мотиваций, им движет не только экономический интерес, но и интересы национальные, культурные, профессиональные, благодаря чему политическая деятельность в правовом государстве предстает не просто как столкновение групповых интересов, но и как поле напряжения между цивилизациями, культурами и субкультурами; она разрабатывает теоретико-методологические проблемы межкультурного диалога и консенсуса в сфере политики.

Источники

1. Гаджиев К. С. Введение в политическую науку. М. : Логос, 1997.
2. Соловьев Э. Ю. Личность и право // Вопр. философии. 1989. № 8.
3. Тойнби А. Постигание истории. М. : Прогресс, 1990.



МАЙДАНИК Вера Ивановна

Кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики

Уральский государственный экономический университет

620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45

Контактный телефон: (343) 251-96-10

e-mail: kafedra_meo_usue@mail.ru

САВЕЛЬЕВА Ирина Николаевна

Старший преподаватель кафедры мировой экономики

Уральский государственный экономический университет

620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45

Контактный телефон: (343) 251-96-10

e-mail: irinasavelyeva2008@yandex.ru



Формирование государственно-частного партнерства в инновационной сфере

Ключевые слова: инновации; инновационный процесс; государственная инновационная политика; меры инновационной политики; инновационная активность; государственно-частное партнерство; национальная инновационная система; диалог государства и частного бизнеса; инновационная бизнес-среда.

Аннотация. Рассматриваются проблемы формирования государственно-частного партнерства в инновационной сфере в условиях быстрых структурных изменений в экономике. Исследуется опыт развитых стран по развитию государственно-частного партнерства в инновационной сфере. Предложена периодизация этапов формирования государственно-частного партнерства в области инноваций. На основе анализа зарубежного опыта сделаны выводы и предложения по совершенствованию инструментов государственно-частного партнерства в инновационной сфере, созданию эффективных условий для развития инноваций и поддержания инновационной динамики в современной российской экономике.

В последние годы концепция инновационной экономики стала более чем модной. На фоне международной открытости развитых стран и глобализации экономических отношений нет практически ни одного правительства, которое не провозгласило бы инновационное развитие одной из основных задач своей экономической политики.

Ставка на инновационное развитие в рамках официальной экономической доктрины впервые была сделана США в середине 1980-х годов, когда были созданы Комиссия по вопросам конкуренции при Президенте США (1985 г.) и Совет по политике конкурентоспособности (1986 г.).

Впоследствии инновации были названы приоритетной сферой государственной политики в ряде других государств. В программном документе технологического развития Великобритании «Innovation Nation» (2008 г.) подчеркивается, что «инновации являются существенным фактором будущего экономического процветания и повышения качества жизни в Великобритании» [1. Р. 4]. Цель экономического развития стран ЕС, согласно положениям Лиссабонской декларации, сформулирована следующим образом: «ЕС должен стать самой конкурентоспособной и динамической экономикой в мире, основанной на знаниях, способной к устойчивому экономическому росту

с большим количеством и лучшим качеством рабочих мест и большим социальным единством» [2. Р. 5].

По существующим оценкам, в развитых странах от 50 до 90% роста ВВП определяется инновациями и технологическим прогрессом, инновации становятся обязательным условием и основным двигателем развития всех секторов промышленности и сферы услуг. В России с инновационной активностью дела обстоят намного хуже. В глобальном рейтинге конкурентоспособности, опубликованном Всемирным экономическим форумом (WEF), Россия в 2010 г. занимает 63-е место, уступив странам-партнерам по БРИК: Китай – 27-е место, Индия и Бразилия – на 51-м и 58-м местах [3. С. 1]. По степени инновационности экономики Россия заняла 35-е место из 40 возможных в рейтинге Фонда информационных технологий и инноваций (Information Technology and Innovation Foundation – ITIF) в 2009 г. [3. С. 1].

Восприимчивость бизнеса к нововведениям, особенно технологического характера, остается крайне низкой. Инновационная активность предприятий промышленного производства РФ, т. е. удельный вес предприятий, осуществлявших технологические инновации, в общем числе предприятий промышленного производства, составляла в 2008 г. 9,3%, что значительно ниже значений, характерных для Германии (69,7%), Канады (65%), Финляндии (55,4%), Чехии (36,6%), Турции (35,3%) и ряда других стран [4. С. 47]. Удельный вес организаций, получавших финансирование на осуществление технологических инноваций из средств бюджета, в общем числе организаций в 2007 г. составил лишь 0,7% [5. С. 461].

Экономический кризис выявил важность поддержки инновационной модели экономической среды во всех странах. Эксперты отмечают, что «одним из очевидных позитивных моментов очередного глубокого кризиса мировой экономики безусловно следует считать практически единодушное, хотя и несколько запоздалое, признание экспертами ведущих „мозговых центров“ правоты, казалось бы, давно лежавшей на поверхности идеи о том, что главной движущей силой устойчивого экономического развития являются инновации, а не стимулирование роста сбережений или, тем более, пресловутой рыночной капитализации» [6. С. 9].

Переход экономики России на инновационный путь развития в условиях глобализации и интеграции страны в мирохозяйственные связи является императивом для обеспечения национальной безопасности и устойчивого экономического роста в среднесрочной и долгосрочной перспективе. В документах, определяющих стратегию РФ в области инноваций, подчеркивается важность инновационной модели роста: «В эпоху глобализации мировой экономики основа успешного позиционирования страны, региона, отрасли лежит в постоянном инновационном обновлении, направленном на достижение максимальной производительности, конкурентоспособности, развитии человеческого капитала» [7. С. 6].

Мировой опыт показывает, что наиболее перспективным направлением реализации инновационной политики является взаимодействие власти и бизнеса в рамках создания государственно-частного партнерства в инновационной сфере. В современном понимании государственно-частное партнерство¹ – это институциональный и организационный альянс государства и бизнеса в целях реализации национальных и международных, масштабных и локальных, но всегда общественно значимых проектов в широком спектре сфер деятельности: от развития стратегически важных отраслей

¹ Термин «государственно-частное партнерство» можно рассматривать в широком и узком смысле этого слова. В широком смысле – это любое взаимодействие государства и бизнеса в достижении общих целей социально-экономического развития. В узком смысле – это совместное финансирование крупномасштабных проектов либо иное финансовое участие государства в инвестиционных проектах частного бизнеса.

промышленности и НИОКР до обеспечения общественных услуг. Цель государства в таком партнерстве – реализация социальных программ и инвестиционных проектов, имеющих стратегическое значение, с помощью привлечения инвестиций частного сектора. Заинтересованность бизнес-сообщества в таком партнерстве достаточно велика – это прежде всего поддержка в области продвижения государством частных проектов российских компаний за рубежом, совместная разработка стратегических документов, нормативных правовых актов в целях формирования благоприятной среды бизнеса и т. д.

Проблема формирования государственно-частного партнерства в инновационной сфере приобретает особую значимость и в экономике России. Эксперты отмечают, что возможности обеспечения динамичного устойчивого экономического роста ограничены крайне низкой восприимчивостью отечественного бизнеса к инновациям: «наметившиеся явления стагнации в инновационной сфере в немалой степени связаны с недостаточным вниманием к интенсификации и продвижению инноваций в реальный сектор экономики со стороны государства» [8. С. 31]. Решить данную стратегическую задачу возможно лишь путем объединения усилий государства и частного сектора, именно диалог частного сектора и государства сегодня признается одним из основных условий формирования национальных инновационных систем и обеспечения устойчивого инновационного развития экономик ведущих стран мира.

История взаимодействия государства и частного сектора в области инноваций показывает, что в первой половине XX века определяющим фактором инновационного развития ведущих стран мира была активность предпринимательского сектора, находящегося под влиянием чисто рыночных сил. Это было характерно и для США, и, в основном, для европейских стран. Уже в конце XIX – начале XX века на промышленных предприятиях США и Германии появились первые экспериментальные и научно-исследовательские лаборатории, нацеленные на производство и тиражирование инноваций. Если в 1898 г. в американской промышленности функционировало всего 139 исследовательских лабораторий, то в следующие 20 лет к ним добавилось 553 новых. Крупные компании осознали важность организации собственных научных лабораторий для создания новых товаров и технических средств, обеспечивающих преимущества в конкурентной борьбе. Практически все ведущие концерны химической и электротехнической промышленности мира к 1920 г. создали собственные подразделения научных исследований и разработок. Научно-исследовательские лаборатории корпораций, созданные по их инициативе, на их средства, без какой-либо помощи со стороны государства, стали в этот период ключевым элементом формирующейся инновационной системы. Итак, на начальном этапе становления инновационных систем в мире господствовала «предпринимательская концепция», когда инновационное развитие было уделом исключительно частного бизнеса, государство практически не оказывало влияния на развитие инновационной деятельности.

В 1920–1930-е годы, по мере усиления экономической роли государства, расширения всех его функций, правительства США и европейских стран стали целенаправленно финансировать научную деятельность в ряде областей, имеющих общэкономическое или военно-стратегическое значение. К инновационным организациям частного сектора добавились государственные лаборатории, финансируемые и создаваемые чисто административными методами, а также исследовательские структуры вузовской науки. Однако по-прежнему основная часть исследований и разработок велась в частных корпорациях: к 1940 г. государственные затраты на научные исследования составляли в США, по разным оценкам, всего 12–15%. В знаменитом докладе директора Управления по научным исследованиям и развитию Белого Дома Ванневару Буша «Science, The Endless Frontier», представленном в 1945 г. Президенту США Франклину Рузвельту, роль государства в инновационном процессе, по сути, была сведена к минимуму:

«процесс превращения результатов фундаментальных и прикладных научных исследований в коммерческие продукты, стимулирующие экономический рост и создание новых рабочих мест, должен обеспечиваться чисто рыночными механизмами» [6. С. 11]. На втором этапе становления инновационных систем роль государства незначительна и заключается в формировании так называемых институтов развития инноваций (научных лабораторий, исследовательских центров, системы высшего образования).

Вторая мировая война и послевоенный период, когда начали осуществляться крупные атомные и космические проекты, изменили облик науки и инновационных систем в целом. Резко усилилось воздействие государства на всю инновационную сферу, что привело к ускорению технологического роста, возрастанию роли политических факторов инновационного развития, развитию взаимосвязей корпоративной науки с предприятиями. Существенное расширение сети государственных лабораторий и институтов, увеличение доли государственного финансирования и усиление регулирующих функций государства в сфере науки стали мощным импульсом развития национальных инновационных систем. Эти тенденции наиболее ярко проявились в США, Японии, Великобритании, Франции и Германии. Данный этап в развитии инновационных систем характеризуется резким усилением воздействия государства на инновационную сферу, формируется основа государственно-частного партнерства, где роль государства – координация и регулирование инновационной деятельности.

Начиная с 1970-х годов реализация государством разнообразных функций в сфере управления инновациями приобрела стабильный характер, а инновационная политика постепенно превратилась в одно из центральных направлений государственного регулирования. В этот период активно развивается нормативно-правовая база в области инноваций, растет число организаций инфраструктуры инновационного бизнеса, совершенствуются меры в части координации инновационных усилий и информационной, финансовой и прочей поддержки инновационного предпринимательства. В политические, законодательные и бюджетные процессы развитых стран включается определение приоритетов инновационного развития и принятие решений о финансировании крупных инновационных программ. На данном этапе происходит формирование альянса государства и бизнеса в реализации инновационных проектов, инновационная политика становится частью государственной политики и государственно-частное партнерство приобретает стабильный характер.

Конец 1990-х – начало 2000-х годов – период глобального господства новой экономической модели – экономики, базирующейся на знаниях. В современных условиях усиливается роль международных альянсов в реализации инновационной политики (ярким примером тому служит объединение ЕС в рамках Лиссабонской декларации, принятой в 2000 г.). Практически все развитые страны определяют инновационную политику ключевым фактором экономического роста.

Краткий исторический обзор показывает постоянное усиление вмешательства государства в инновационное развитие и формирование активного диалога власти и бизнеса в реализации инновационной политики ведущих стран мира (см. таблицу).

Ситуация в России осложняется тем, что практически все основные инструменты развития государственно-частного партнерства необходимо реализовать в достаточно короткий исторический период – начиная с 1990-х годов. Рассмотрим варианты формирования государственно-частного партнерства в инновационной сфере, реализуемые в логике современных мировых тенденций.

Формирование идеологии инновационной деятельности – тема государственного значения и масштаба. Инициативы Президента и Правительства РФ в области развития инновационной идеологии и политики получили свое воплощение в ряде перспективных проектов: это и широко обсуждаемый проект создания российской «силиконовой долины» в Сколково, и ежегодный молодежный лагерь инноваторов «Селигер»,

и формирование региональных инновационных выставочных центров, таких как «Иннопром» в УрФО, и многое другое. Тем не менее следует признать, что мы только в начале развития данного направления. России, как и ведущим зарубежным державам, необходима своя «Библия» инновационного развития в виде развернутой программы инновационного роста экономики подобно американскому плану научно-технологического развития администрации Б. Обамы «Investing in America's future» в США, «Innovation Nation» в Великобритании или «The Lisbon Review» Европейского союза.

Этапы формирования государственно-частного партнерства (ГЧП) в инновационной сфере

Этап становления	Позиция государства в отношении ГЧП в инновационной сфере	Основные инструменты воздействия государства на инновационную деятельность в рамках ГЧП	Характеристика ГЧП
1-й этап – конец XIX – начало XX века	Политика невмешательства	Развитие инновационной деятельности – удел частного сектора	«Предпринимательская» концепция
2-й этап – 1920–1930-е годы – середина XX века	Формирование институтов развития	Развитие системы образования, научных школ, акцент на развитии фундаментальных исследований, финансирование исследований преимущественно военно-стратегического значения	Отсутствие партнерства, параллельное развитие инновационной деятельности в частном бизнесе (преимущественно прикладной характер исследований) и госсекторе (преимущественно фундаментальный характер исследований)
3-й этап – 1950-е – начало 1970-х годов	Регулирование	Использование механизмов прямого (государственные субсидии) и косвенного (льготное кредитование, налоговые льготы и др.) регулирования	Основы государственно-частного партнерства
4-й этап – 1970-е – конец 1990-х годов	Координация усилий	Развитие нормативной базы в области инноваций. Создание и развитие инфраструктуры инновационного бизнеса	Инновационная политика – одно из центральных направлений госрегулирования. Формирование альянса и стабильный характер партнерских отношений государства и частного бизнеса в инновационной сфере
5-й этап – конец 1990-х годов – наше время	Лидерство	Определение стратегических приоритетов развития. Формирование инновационной идеологии	Стратегический альянс государства и бизнеса в формировании приоритетов развития и реализации инновационной политики

Актуальным становится и *определение приоритетов инновационного развития* России, с тем чтобы сосредоточить на данных направлениях ресурс поддержки, которым на сегодня располагает государство. Желательно определить приоритеты, основываясь не только на опросах экспертов и изучении глобальных мировых тенденций, но и отталкиваясь от наличия на том или ином направлении сильных научных коллективов и эффективных частных компаний. Для этого необходимо, во-первых, оценить опыт

развития выросших за последние 15–20 лет рыночно ориентированных инновационных предприятий, во-вторых, активизировать диалог власти, бизнеса и науки в целях определения стратегических приоритетов развития и реализации инновационных стратегий.

Одним из ключевых инструментов формирования государственно-частного партнерства должен стать механизм *координации* инновационной деятельности. В классическом варианте партнерства государства и бизнеса в области инноваций роли распределяются следующим образом: государство выступает коммуникатором и координатором инициатив, которые рождаются в корпоративном секторе, в малом бизнесе и научных коллективах. Следует признать, что инновационная система России не является единым целым, поскольку большинство инновационных программ и проектов фрагментированы, практически никак не взаимодействуют друг с другом и разбросаны по многочисленным министерствам, агентствам, фондам и корпорациям. В нашей стране до сих пор нет ни одного федерального агентства или другой организации, основной и единственной миссией которой будет координация инновационных усилий и активное продвижение инноваций. Один из примеров успешных институциональных инноваций в мировой практике – Комитет по вопросам будущего (Committee for the Future) – постоянный комитет при финском парламенте, в задачи которого входит прогнозирование потребностей экономики знаний для сохранения ее жизнеспособности.

Хотелось бы подчеркнуть важность *информационной поддержки инновационной деятельности*. В России необходимо проделать колоссальную работу по популяризации инновационных достижений отечественных предприятий. И речь должна идти не только о наших прорывных технологиях, но, возможно, о более скромных успехах мелких компаний, вставших на путь инновационного развития. Для широкого распространения инновационных идей сегодня необходимы российские «истории успеха».

Вопросы *совершенствования нормативной базы* в области инноваций – еще одна тема дискуссий власти и бизнеса. В теории управления инновационным предпринимательством дискуссионным остается вопрос, что отличает «настоящую» инновационную компанию от других субъектов предпринимательской деятельности. Практический аспект данной проблемы выглядит следующим образом: когда возникает вопрос о государственных субсидиях, налоговых льготах, государство планирует раздавать их «точно», исключительно «подлинным» инновационным компаниям, к которым относят высокотехнологичные бизнесы, занятые производством продуктовых инноваций. Мировой опыт свидетельствует, что наибольший экономический эффект имели именно процессные, организационные и маркетинговые инновации. Мировая практика идет по пути формирования благоприятной среды для развития предпринимательства и создания эффективных моделей бизнеса, в том числе в инновационной сфере. Например, в США, где малый бизнес обеспечивает рабочие места 55% всех занятых, а малый инновационный бизнес дает более 55% инноваций в стране [9. С. 11], значительная доля помощи инновационным предприятиям идет по линии создания максимально благоприятных условий для начала и развития бизнеса, поскольку считается, что предпринимательская позиция является определяющей для инновационного успеха. В России пока идут по пути отделения «инновационного» от «неинновационного»: создаются многочисленные экспертные советы, комиссии, комитеты для отбора инновационных проектов и предприятий. В итоге зачастую мы имеем новые бюрократические преграды, которые для субъектов предпринимательской деятельности становятся непреодолимыми и негативно влияют на инновационную активность экономики. Необходимо признать, что инновационные предприятия как часть рыночной системы возможны и развиваются только с улучшением инвестиционного климата и экономического благосостояния всех предприятий, соответственно, для инновационного прорыва необходимо формирование благоприятной среды развития бизнеса.

Огромная роль в становлении инновационной модели роста принадлежит *формированию институтов развития* – системы образования, академической науки. Особый вклад государственно-частного партнерства в реализацию инновационной политики связан с его ролью в развитии системы образования. Так, создание уникальной прусской системы технического образования во второй половине XIX века было и остается одним из величайших достижений в этой области. Сохранение и развитие данной системы на протяжении всего XX века многие исследователи считают одной из основ конкурентных преимуществ немецких компаний, технические кадры которых всегда признавались лучшими в мире. Уникальность системы немецкого технического образования заключалась, в частности, в том, что помимо собственно педагогической функции она осуществляла функции распространения новых технологий через подготовку и консультирование инженеров и техников.

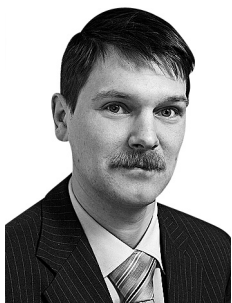
Эксперты отмечают, что «серьезным вызовом для страны является проблема подготовки квалифицированных кадров в целом и угроза утраты интеллектуальной технологической преемственности» [6. С. 23]. Многие исследователи называют риск потери преемственности в науке, когда знания шестидесяти- и семидесятилетних профессионалов передавать будет просто некому. Для сохранения научных школ необходимо конкретное управление со стороны государства не только на федеральном, но и на региональном уровне. К примеру, особенностью становления американской национальной инновационной системы в конце XIX – начале XX века была довольно тесная связь корпораций промышленности и университетов. Децентрализация высшего образования, финансирование государственных учебных заведений властями штатов, а не из федерального бюджета означали тесную привязку содержания курсов и направлений исследований к экономическим потребностям каждого региона. Таким образом, в США сложилась исследовательская система, которая была нацелена на распространение научных знаний в соответствии с потребностями растущей промышленности. Данную модель можно было бы с успехом использовать в России, где объединение усилий местных властей и университетов способствовало бы формированию региональных инновационных кластеров.

Успех инновационного сценария российской экономики зависит не только от способности производить и внедрять инновации, но и от способности остальных секторов экономики их поглощать, утилизировать. Как известно, рынком инноваций являются все остальные предприятия, испытывающие потребность и имеющие возможность модернизироваться, осуществлять обычные инвестиции. В этой связи *активный диалог государства и бизнеса по формированию спроса на инновации* просто необходим. Как известно, инновационной стадии развития предшествует инвестиционная, а инвестиции осуществляются в том случае, когда необходимо удовлетворять спрос. Как справедливо заметил академик В. Ивантер, «нормальный бизнес будет тратить на инновации только от большой беды, когда не сможет добиться привычного результата без инноваций, когда не будет возможности удовлетворить спрос имеющимися способами. И как ни банально это звучит, все наше развитие и наше будущее зависят от того, как мы сумеем организовать спрос... Понуждение или даже принуждение бизнеса к инновациям не только допустимо, но и необходимо» [10. С. 36].

Таким образом, в целях формирования государственно-частного партнерства в инновационной сфере необходимо, прежде всего, развивать активный диалог на всех уровнях: государство – частный бизнес – научное сообщество; определить и закрепить роли государства и частного бизнеса в рамках модели инновационного развития Российской Федерации и использовать все доступные инструменты формирования благоприятной среды для развития альянса государства и бизнеса в инновационной сфере, накопленные мировой практикой.

Источники

1. Innovation Nation: Department for Innovation, Universities & Skills. Norwich : HMSO, 2008.
2. The Lisbon Review 2010. Towards a More Competitive Europe? // World Economic Forum. 2010. Режим доступа : www.weforum.org/pdf/Gcr/LisbonReview/TheLisbonReview2010.pdf.
3. Рейтинг инновационности: Россия шестая с конца. Режим доступа : www.cnews.ru/news/top/index.shtml?2009/02/26/338990.
4. Гохберг Л. М., Кузнецова И. А. Инновации в российской экономике: стагнация в преддверии кризиса? // Форсайт. 2009. № 2(10).
5. Индикаторы инновационной деятельности : стат. сб. М. : Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2009.
6. Восприимчивость российской политической системы к инновационным импульсам: отчет. Режим доступа : www.inno-expert.ru/consulting/report_23092009.
7. Прогноз научно-технологического развития Российской Федерации на долгосрочную перспективу. Режим доступа : mon.gov.ru/files/materials/5053/prog.ntr.pdf.
8. Кузнецова И. А., Гостева С. Ю., Грачева Г. А. Методология и практика статистического измерения инновационной деятельности в экономике России: современные тенденции // Вопросы статистики. 2008. № 5.
9. Зоидов К. Х., Моргунов Е. В., Биджамова К. В. Особенности эволюции малого и среднего инновационного предпринимательства кризисной экономики в постсоветском пространстве. М. : ЦЭМИ РАН, 2009.
10. Ивантер В. В. Мы равны сами себе // Эксперт. 2010. № 29.



ЛЕОНТЬЕВ Михаил Сергеевич

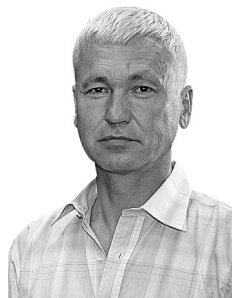
Аспирант кафедры экологического менеджмента

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Контактный телефон: (922) 187-02-70
e-mail: leontyev2005@yandex.ru

ОВСЯННИКОВ Юрий Алексеевич

Доктор сельскохозяйственных наук, доцент,
профессор кафедры экологического менеджмента

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Контактный телефон: (912) 211-51-16
e-mail: ovs122333@yandex.ru



Исследование востребованности экологически чистых продуктов питания на потребительском рынке Екатеринбурга

Ключевые слова: продовольственная безопасность; экологически чистые продукты питания; потребители; платежеспособный спрос; возрастные группы; уровень ежемесячного дохода.

Аннотация. Рассматриваются результаты изучения спроса населения на экологически чистые продукты питания (ЭЧПП) в структуре потребительского рынка Екатеринбурга. Показано, что большая часть потребителей считает важным для себя регулярное употребление ЭЧПП в пищу. Высокий платежеспособный спрос на ЭЧПП обуславливает определенные перспективы и экономическую оправданность их производства. При этом большинство потребителей считает, что ЭЧПП должны производиться на местных предприятиях.

Проблема национальной экономической безопасности, гарантирующей, кроме прочих компонентов, бесперебойное продовольственное обеспечение населения страны и отдельных ее регионов согласно физиологическим нормам питания, занимает заметное место в государственной и региональной политике. Речь идет об обеспечении продовольственной безопасности населения РФ, под которой понимается доступность и возможность приобретать продовольствие, необходимое для здоровой и активной жизни [1]. Гарантированное снабжение населения высококачественными продуктами питания, согласно Стратегии национальной безопасности РФ до 2020 г., входит в число приоритетных направлений обеспечения национальной безопасности Российской Федерации. При этом экологическая составляющая понятия *продовольственная безопасность* часто остается в тени экономических интересов предприятий и органов власти, а между тем именно экологическая безопасность продуктов питания, поступающих на потребительский рынок, способствует укреплению здоровья населения и его активной жизни.

Мы считаем необходимым конкретизировать понимание термина «экологически чистые продукты питания», поскольку в настоящее время не существует общепринятой его трактовки. Так, например, в соответствии со стандартом Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования» в России запрещено вносить в маркировку продуктов надпись «экологически чистый продукт»: это

расценивается как недобросовестный рекламный ход, поскольку экологически чистым можно считать любой продукт, соответствующий санитарно-гигиеническим нормам.

Поскольку понятие «экологически чистые продукты питания» (ЭЧПП) является достаточно широким, в международной практике в число ЭЧПП включаются так называемые «натуральные и органические продукты», полностью состоящие из природных ингредиентов и выращенные на незагрязненных почвах. К ним же относят продукты с искусственным добавлением полезных веществ, повышающих защитные функции организма, а также продукты питания, содержащие биологически активные добавки натурального происхождения, являющиеся экстрактами растений [2].

По мнению одного из авторов статьи, экологически чистыми являются такие продукты питания, которые выращены (либо получены), во-первых, на незагрязненных почвах и, во-вторых, без использования минеральных удобрений и пестицидов [3].

К сожалению, в настоящее время вопросам производства ЭЧПП, особенно его экономической оправданности, уделяется мало внимания. Среди множества публикаций, посвященных проблеме обеспечения продовольственной безопасности РФ и ее отдельных регионов, встречаются лишь единичные работы по социально-экономическому обоснованию производства ЭЧПП. Совершенно отсутствуют в научной литературе данные о результатах социологических опросов населения, выясняющих степень востребованности экологически чистой продукции на потребительском рынке, хотя такие данные и их анализ могли бы стать основой не только для дальнейшего совершенствования агропромышленного комплекса, но и для экологизации сознания населения.

Методика исследования. В нашей работе мы попытались восполнить пробел в изучении спроса населения на ЭЧПП в структуре потребительского рынка Екатеринбурга, являющегося одним из крупнейших городов в Российской Федерации как по численности населения, так и по объемам производства продуктов питания. Используя рекомендации к проведению социологических исследований, изложенные в работе В. И. Добренькова и А. И. Кравченко [4], мы провели в 2009 г. социологический опрос среди горожан различного возраста и с разным уровнем покупательной способности. Методом опроса было выбрано очное анкетирование: респонденты опрашивались как непосредственно на улице (перед входом в супермаркеты), так и в служебной обстановке. Всего было опрошено 154 чел. в возрасте от 18 до 67 лет.

В анкете, использованной в опросе, были сформулированы вопросы, направленные на выяснение степени осведомленности потребителей о содержании понятия «экологически чистые продукты питания», степени важности регулярного употребления ЭЧПП и востребованности, в зависимости от ценовых условий, данных продуктов рядовым потребителем.

С целью выяснения возрастного состава опрошенных и уровня их доходов в ходе анкетирования задавались дополнительные вопросы, выясняющие возраст респондента и уровень его месячного дохода.

Каждый вопрос сопровождался предлагаемыми (возможными) вариантами ответа (от 4 до 6 вариантов), среди которых обязательно (за исключением вопроса о возрасте респондента) присутствовал вариант «затрудняюсь ответить». В число вариантов ответа на вопрос «Что, по вашему мнению, означает термин „экологически чистые продукты питания“?» был включен вариант «другое», т. е. респонденту предоставлялась возможность изложить собственное понимание рассматриваемого термина.

Обсуждение результатов. Результаты опроса выявили достаточную осведомленность потребителей о наличии на рынке продовольственных товаров, предлагаемых под видом ЭЧПП, однако сам ответ на вопрос «Что, по Вашему мнению, означает термин „экологически чистые продукты питания“?» представлен в трех вариантах:

1) продукты питания, произведенные из сырья, выращенного на незагрязненных почвах – 37,5% ответов;

2) продукты питания, произведенные из сырья, полученного без использования минеральных удобрений и ядохимикатов – 36,1% ответов;

3) любые продукты, произведенные с соблюдением санитарно-гигиенических требований – 26,4% ответов.

Нами не обнаружено четкой корреляции отдельных вариантов ответа на вопрос о сути термина «экологически чистые продукты питания» с дифференциацией массива выборки по возрастным группам либо по уровню доходов, вероятно, в данном случае эти критерии не играют значительной роли. Никто из респондентов (0%) не выбрал вариант «затрудняюсь ответить», что свидетельствует о широкой известности среди потребителей самого термина и более или менее четком представлении на бытовом уровне о сути ЭЧПП.

Степень важность для потребителей регулярного употребления в пищу ЭЧПП характеризуется табл. 1.

Таблица 1

**Распределение ответов на вопрос
«Регулярное употребление в пищу ЭЧПП для Вас ...»**

Вариант ответа	Доля респондентов, %	Возрастная группа, чаще всего предпочитающая данный вариант ответа, лет	Группа респондентов по уровню дохода, чаще всего предпочитающая данный вариант ответа, % семейного бюджета, ежемесячно тратимый на продукты питания
Очень важно	26,4	36–45	21–40
Скорее важно	38,8	46–55	61–70
Скорее не важно	20,8	18–22	41–60
Совершенно не важно	12,6	22–35	10–20
Затрудняюсь ответить	1,4	56–65	41–60

Из данных табл. 1 видно, что регулярное употребление в пищу ЭЧПП является приоритетным («очень важно» и «скорее важно») для людей в возрасте от 36 до 55 лет, т. е. обладающих солидным жизненным опытом и, возможно, в силу психолого-возрастных особенностей заботящихся о собственном здоровье, в первую очередь о профилактике различных заболеваний. Вместе с тем эти возрастные группы характеризует заметная дифференциация по уровню дохода, что не позволяет сделать однозначные выводы о величине потенциального платежеспособного спроса на ЭЧПП. Ясно лишь то, что для подавляющего большинства респондентов (65,2%) регулярное присутствие в рационе ЭЧПП является важной составляющей нормальной жизнедеятельности.

Достаточно высокая доля респондентов, не считающих жизненно важным регулярное употребление ЭЧПП (20,8%), характерна в основном для самого молодого возраста (от 18 до 22 лет), что, на наш взгляд, объясняется низким уровнем экологического просвещения и также невысоким уровнем ежемесячного дохода данной возрастной группы, не позволяющим дифференцировать свой рацион питания и предпочитать ЭЧПП более дешевым, но и более экологически опасным продуктам.

Настораживающим является ответ наиболее экономически активной части потребителей – людей в возрасте от 22 до 35 лет: данная группа респондентов вообще не придает значения экологической чистоте продуктов питания, что должно учитываться при производстве ЭЧПП.

Отношение цены ЭЧПП к цене обычного продукта в представлении потребителей отражено в табл. 2.

Как видно из данных табл. 2, чуть меньше половины опрошенных полагают, что цена ЭЧПП должна быть выше, чем у обычного продукта, – соответственно разнице в себестоимости этих двух категорий продуктов. Данное мнение высказывается чаще

всего наиболее активной в экономическом смысле группой респондентов – в возрасте от 22 до 35 лет, – которой, как видно из табл. 1, вообще не важно регулярное употребление ЭЧПП в пищу. При этом некоторые респонденты намеренно подчеркивали, что если для них не является жизненно важным употребление ЭЧПП, то и тратить «большие деньги» на эти продукты они не намерены, т. е. «готовность платить» данного, наиболее активного, слоя потребителей в этом случае равна нулю.

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос «Как Вы думаете, цена экологически чистых продуктов питания при продаже в магазине должна быть выше, ниже либо равной цене обычного продукта?»

Вариант ответа	Доля респондентов, %	Возрастная группа, чаще всего предпочитающая данный вариант ответа, лет	Группа респондентов по уровню дохода, чаще всего предпочитающая данный вариант ответа, % семейного бюджета, ежемесячно тратимый на продукты питания
Выше, чем обычного продукта	48,6	22–35	10–20
Равной цене обычного продукта	23,6	36–45	21–40
Ниже, чем обычного продукта	16,7	Старше 56	41–70
Затрудняюсь ответить	11,1	18–22	41–60

На цене ЭЧПП, равной цене обычного продукта или даже более низкой, настаивают прежде всего представители более старших возрастных групп со средним либо невысоким уровнем ежемесячного дохода. Сравнивая данные табл. 1 и 2, мы приходим к выводу, что при всем понимании важности регулярного употребления в пищу ЭЧПП потребители в возрасте от 36 до 45 лет скорее не готовы платить высокую цену за экологическую безопасность продукта, а потребители старше 56 лет, затруднившись с определением важности экологической чистоты продуктов питания, не желают переплачивать за экологическую безопасность продукта, т. е. экономический момент в предпочтениях рядового покупателя в данном случае является определяющим и превалирует над экологическим.

Среди тех респондентов, которые считают, что при реализации в магазине цена ЭЧПП должна быть выше, чем обычного продукта, большинство (37,1%) полагают, что она должна превышать цену обычного продукта на 5–10%. Остальные ответы на вопрос «Если вы считаете, что цена экологически чистого продукта питания должна быть выше, чем у обычного продукта, то *насколько* выше?» распределились следующим образом (за 100% здесь принимаются 75 чел., считающих, что цена ЭЧПП должна быть выше цены обычного продукта):

- на 2–5% – 20,0% опрошенных;
- на 11–20% – 25,7% опрошенных;
- на 21–30% – 11,4% опрошенных.

Ни один респондент не назвал возможным превышение цены ЭЧПП на 31–40% по сравнению с ценой обычного продукта. Следовательно, при любых дополнительных факторах экологически чистый продукт питания при реализации через торговую сеть будет сохранять свою привлекательность для потребителя, если его цена превышает цену обычного продукта не более чем на 30%.

Очень важным для количественной оценки «готовности платить» за потребление ЭЧПП является вопрос «Какую часть семейного бюджета Вы готовы тратить на покупку ЭЧПП?». Предполагаемая часть семейного бюджета, которая может быть потрачена потребителем на приобретение ЭЧПП, представлена в табл. 3.

**Распределение ответов на вопрос «Какую часть семейного бюджета
Вы готовы тратить на покупку ЭЧПП?»**

Вариант ответа	Доля респондентов, %	Возрастная группа, чаще всего предпочитающая данный вариант ответа, лет	Группа респондентов по уровню дохода, чаще всего предпочитающая данный вариант ответа, % семейного бюджета, ежемесячно тратимый на продукты питания
До 10%	31,9	56–65	41–60
10–19%	15,3	Старше 65	61–70
20–29%	19,4	46–55	61–70
30–39%	18,1	46–55	61–70
40% и более	5,6	36–45	21–40
Затрудняюсь ответить	9,7	18–22	41–60

Сопоставляя данные табл. 1 и 3, нетрудно заметить, что наибольшей готовностью платить за экологическую безопасность питания в основном характеризуются именно те респонденты, которые считают регулярное употребление ЭЧПП безусловно необходимым для себя, т. е. потребители в возрасте от 36 до 55 лет с не очень высоким уровнем ежемесячного дохода. Представители возрастной группы 36–45 лет готовы тратить на приобретение ЭЧПП практически всю часть своего бюджета, предназначенную для покупки продуктов питания (100%). В то же время представители более старших возрастных групп (в частности, 56–65 лет и старше) проявляют заметную финансовую осторожность, предпочитая выделять на приобретение экологически безопасной продукции всего от 14 до 27% той части бюджета, которая предназначена для покупки продуктов питания, что обусловлено в целом низким уровнем материального благосостояния людей предпенсионного и пенсионного возрастов.

Потребители с низким уровнем ежемесячного дохода, находящиеся в возрастных группах 46–55 и старше 65 лет, в общей массе готовы тратить на приобретение ЭЧПП от 10 до 39% доли семейного бюджета, предусмотренной для покупки продуктов питания. Данный факт мы считаем особо значимым для потенциальных производителей экологически чистых продуктов, поскольку он показывает наличие высокого платежеспособного спроса. То же следует из готовности платить за экологическую безопасность питания потребителей в возрасте 36–45 лет, считающих, что цена ЭЧПП должна быть равной цене обычных продуктов питания (см. табл. 2), и готовых тратить на них в связи с этим до 100% той доли своего бюджета, которая предназначена для приобретения продовольственных товаров.

Непосредственное отношение к проблеме продовольственной безопасности, поднятой в начале статьи, имеет вопрос о степени важности для рядового потребителя производства ЭЧПП именно на местных предприятиях, т. е. Екатеринбурга и Свердловской области. Среди респондентов, готовых употреблять в пищу экологически безопасные продукты, считают безусловно важным, чтобы они производились на местных предприятиях, 33,3%; скорее важным – 25,0% и абсолютно не важным – 36,1% опрошенных (затруднились ответить 5,6% респондентов). Более половины опрошенных (58,3%) осознают важность самообеспечения Свердловской области и Екатеринбурга экологически безопасной продовольственной продукцией, т. е. производство ЭЧПП на предприятиях региона получает моральную поддержку большинства потребителей, что в итоге выражается, как и показало наше исследование, в наличии достаточно высокого спроса на данные продукты питания.

Выводы

1. Потребители Екатеринбурга достаточно осведомлены о содержании понятия «экологически чистые продукты питания».

2. Большая часть потребителей, особенно в возрасте от 36 до 55 лет, считает важным для себя регулярное употребление в пищу ЭЧПП. Данная группа потребителей характеризуется не очень высоким уровнем ежемесячного дохода и считает, что цена ЭЧПП при реализации должна быть равной цене обычного продукта.

3. Большинство потребителей, особенно в возрасте 22–35 лет, считает, что цена ЭЧПП при реализации в торговой сети должна быть выше цены обычных продуктов питания, при этом оптимальным признается превышение в 5–10%, но никак не выше 30%.

4. Основная масса потребителей (в возрасте 46–55 и старше 65 лет с низким уровнем дохода) готова тратить на приобретение ЭЧПП от 10 до 39% семейного бюджета, что составляет 14–56% той части бюджета, которая предназначена для покупки продуктов питания.

5. Большая часть потребителей (58,3%) считает, что ЭЧПП должны производиться на предприятиях Екатеринбурга и Свердловской области.

Таким образом, результаты проведенного нами исследования показывают, что производство ЭЧПП в Свердловской области будет иметь устойчивый потребительский спрос, реализация этих продуктов питания в торговой сети представляется относительно рентабельной и перспективной, а самообеспечение Свердловской области ЭЧПП является важным компонентом обеспечения продовольственной безопасности населения региона.

Источники

1. Концепция обеспечения продовольственной безопасности населения Свердловской области на период до 2015 г. Екатеринбург : Изд-во УрГСХА, 2005.
2. Крупина Н. Н. Экологическая азбука потребителя. СПб. : Инфо-да, 2005.
3. Овсянников Ю. А. Теоретические основы эколого-биосферного земледелия. Екатеринбург : Изд-во УрГУ, 2000.
4. Добреньков В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования. М. : ИНФРА-М, 2009.



ОШКОРДИН Олег Владимирович

Доктор технических наук, профессор, проректор по связям с общественностью и международным отношениям

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Контактный телефон: (343) 251-96-20
e-mail: oleg@usue.ru

ЛАВРОВА Лариса Юрьевна

Кандидат технических наук, доцент, заведующая кафедрой технологий питания

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Контактный телефон: (343) 221-27-19
e-mail: lavrova-l@usue.ru



УСОВ Гаврил Анатольевич

Кандидат технических наук, доцент кафедры технологии и техники разведки месторождений полезных ископаемых

Уральский государственный горный университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. Куйбышева, 30
Контактный телефон: (343) 257-64-68

Использование органических полимеров в технологических процессах пищевых производств

Ключевые слова: механоактивация; пищевые волокна; измельчительное оборудование; механохимическая деструкция.

Аннотация. Рассматривается влияние механоактивации на свойства природных органических полимеров с целью их использования в технологических процессах пищевых производств. Анализируется существующее измельчительное оборудование, предлагается выбор оптимального технико-технологического обеспечения, реализующего механохимическую деструкцию.

Первые систематические исследования в области механохимии высокомолекулярных соединений были проведены еще в 1920-х годах, когда было обнаружено, что механическая обработка органических полимеров приводит к уменьшению молекулярной массы и деструкции макромолекул. Деструкция и образование различных нарушений структуры приводят к изменению свойств органического полимера, особенно растворимости, устойчивости к действию химических агентов, способности к набуханию, прочности при растяжении, усталости и ударной вязкости, а также упругости и пластичности.

Одной из ведущих научных школ, проводящих интенсивные исследования по изучению твердофазных, в том числе механохимических, реакций, а также способов изменения реакционной способности твердых веществ, является школа академика В.В. Болдырева. Достижения этой школы признаны во всем мире, а некоторые работы стали фундаментальными. Впервые в химию твердого тела было введено научное

обоснование явлений локализации и автолокализации процесса, понятие механической активации. Показано, что реакционная способность твердых веществ связана главным образом с количеством дефектов в кристаллах, которые влияют на скорость химической реакции в твердом состоянии. Был предложен подход, согласно которому, исследуя влияние различных дефектов на скорость процесса, можно сделать выводы об особенностях механизма данной реакции [1].

Исследования, проведенные при измельчении твердых тел, легли в основу процессов тонкого и сверхтонкого измельчения природных органических полимеров: целлюлозы, крахмала, пищевых волокон и др. При интенсивном механохимическом воздействии реализуются большие скорости изменения нагрузки на природный органический полимер. При этом способе нагружения возникают явления, которые в корне отличаются от процессов «мягкой» обработки. Структура и текстура полимерных твердых веществ претерпевают радикальные изменения. Происходит возрастание избыточной свободной энергии системы, разрыв межмолекулярных связей, стабилизирующих надмолекулярную структуру природных органических полимеров, понижение плотности, возрастание площади поверхности, изменение валентных углов и межмолекулярных расстояний полимерных цепей, ослабление кристалличности. Все эти процессы объединяются под названием механохимической дезагрегации.

При диспергировании природных органических полимеров, помимо образования новой поверхности, из-за уменьшения частиц происходит также существенное нарушение вторичной структуры материала. Вслед за измельчением происходит деструкция полимерных цепей. Скорость механической деструкции определяется интенсивностью механических напряжений. Типичное явление при измельчении природных органических полимеров – наличие так называемого предела деструкции, который не может быть превышен, как бы долго ни проводилась обработка. В области предельной деструкции сообщаемая твердому веществу механическая энергия тратится исключительно на межмолекулярные перемещения полимерных цепей [2].

Наибольший интерес представляет измельчение пищевых волокон, содержащихся в отходах переработки крупяного, зернового, мукомольного, винодельческого производств. Такой выбор объектов исследования обусловлен доступностью и неисчерпаемостью сырьевой базы, полезностью для организма незаменимых компонентов растительного сырья. Применение механоактивированных органо-порошков из растительного сырья в качестве пищевых добавок для обогащения и расширения ассортимента хлебобулочных, макаронных и кондитерских изделий, а также блюд общественного питания предопределяет развитие научных основ процесса тонкого и сверхтонкого измельчения.

Многообразие источников богатых пищевыми волокнами делает перспективным их физико-химическую модификацию с использованием механохимического воздействия.

Изменения свойств природных органических полимеров, вызванные механохимической деструкцией, имеют значение в двух отношениях. Во-первых, как неизбежное явление, сопровождающее механическое воздействие на природные органические полимеры в процессе их обработки и применения. Во-вторых, как желательное изменение свойств полимерных твердых материалов, направленное на получение продуктов со специфическими и/или заданными характеристиками.

Механическая активация природных органических полимеров является сложным физико-химическим процессом накопления потенциальной энергии вещества и повышения его химической активности за счет увеличения поверхностной энергии и энергии внутреннего строения при механическом измельчении дисперсной среды. Этот процесс определяется изменением энергетического состояния, физического строения и химических свойств под действием механических сил при диспергировании.

Введение в определение механоактивации энергетического состояния системы открывает возможность математического выражения и количественной оценки активации: механоактивация численно равна изменению свободной энергии системы под действием механических сил.

Энергетический закон, наиболее полно учитывающий все сопутствующие затраты энергии при механоактивации, был предложен Г.С. Ходаковым в 1970-х годах. Из его формулировки следует, что работа трения, т. е. работа поверхностного деформирования и разрушения, энергия пластических деформаций и работа по образованию и разрушению агрегатов зависят от степени измельчения твердого тела и в первом приближении пропорциональны площади поверхности. На основании этого положения была выведена зависимость, определяющая затраты энергии на процесс при объемном характере разрушения [3]:

$$de = \frac{9\alpha_2 l}{\alpha_1} \frac{dS}{S} + \left(\frac{3\alpha_2 \beta l - \gamma}{\alpha_1} + \sigma \right) dS - \frac{\alpha_2 \beta l^2}{4\alpha_2} S dS, \quad (1)$$

где e – энергия на совершение работы по определенному упругому деформированию, $e = p^2/2E$; α_1 – коэффициент площади частицы; α_2 – коэффициент объема частицы; l – толщина слоя, в котором совершается пластическая деформация, $l = 100^\circ A$; S – удельная поверхность измельчаемого материала; β – плотность энергии пластических деформаций, предшествующих хрупкому разрушению, $\beta = \frac{\tau^2}{2E}$; γ – поверхностная плотность работы или трения и энергии образования и разрушения агрегатов, $\gamma = f(f_\tau)$; σ – свободная энергия единицы поверхности.

В уравнении кинетики измельчения (1) первый член определяет затраты энергии на объемное деформирование твердого тела по закону Кирпичева–Кика, второй – затраты энергии на неупругие деформации, работу или трение и создание новых поверхностей, третий учитывает изменение объема области пластических деформаций при изменении размеров измельченных частиц.

Однако вывод уравнения проведен при условиях, которые налагают ограничения на область его применения. Уравнение (1) может быть справедливым только при условии разрушения частиц, размеры которых $X > l$. При $X < l$ уравнение теряет смысл. Кроме того, при выводе уравнения (1) принималась в расчет только энергия, необходимая для разрушения частиц. На самом деле энергия дополнительно затрачивается на пластические деформации и другие потери. Потери энергии уменьшаются по мере уменьшения размеров частиц, и поэтому плотность затрат энергии, необходимой для разрушения частиц, должна увеличиваться в процессе измельчения.

Можно считать, что частицы могут разрушаться только за счет усталости или вообще не будут разрушаться. Минимальный размер неизмельчаемых частиц X_m :

$$X_m = \frac{\alpha_2(\beta l + \sigma) + \gamma}{\beta(W_m - e)}, \quad (2)$$

где W_m – максимальная плотность энергии, которая может быть передана частице при единичном акте разрушения.

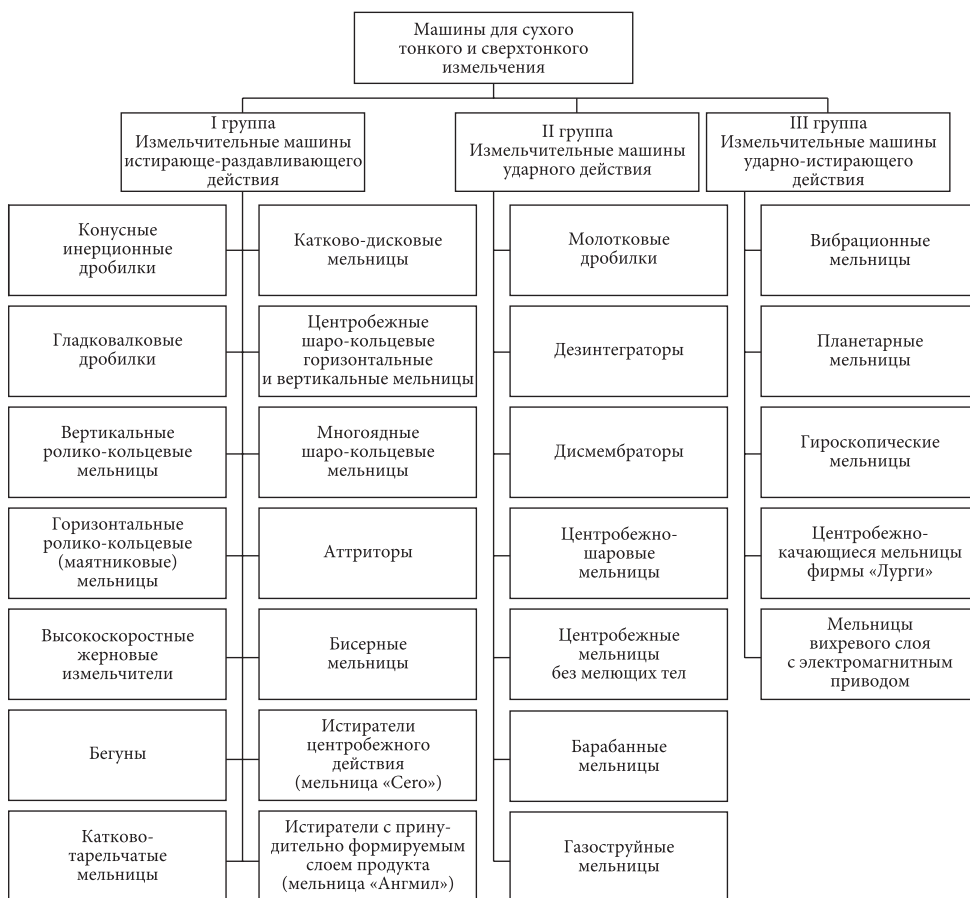
Из уравнения (2) следует, что для реализации процесса тонкого измельчения материалов в конкретной измельчительной машине необходимо выполнить условие

$$W_m = (\beta l + \sigma) + \frac{\gamma}{\alpha_2} + e. \quad (3)$$

Величина плотности энергии W_m определяет уровень степени механоактивации дисперсных систем твердых материалов.

Анализ уравнения (1) показал, что плотность энергии, которую измельчитель (мельющее тело) передает в зоне контакта измельчаемому телу (измельчаемой частице) в единичном акте разрушения, зависит от конструктивных особенностей, геометрических размеров рабочих органов и технологических параметров измельчительной машины. Достижение необходимого уровня плотности энергии, которая передается измельчаемой частице в единичном акте разрушения, обеспечивается путем повышения энергонапряженности измельчительного аппарата, прежде всего за счет увеличения кинетической энергии мелющих элементов (лопастей, мелющих тел и др.) при их контактировании с измельчаемым материалом. К увеличению плотности энергии приводит также уменьшение площади контакта и, следовательно, количества воспринимающих энергию измельчаемых частиц.

Существующее на сегодняшний день измельчительное оборудование, используемое для получения энергонасыщенных органопорошков растительного происхождения, весьма разнообразно. Авторы предлагают разделить известные измельчительные машины для сухого тонкого и сверхтонкого измельчения твердых материалов на три основные группы по способу измельчения: истирающе-раздавливающего действия; ударного действия; ударно-истирающего действия (см. рисунок).



Классификация измельчительных машин для сухого тонкого и сверхтонкого измельчения твердых материалов

В основу принятой авторами классификации измельчительных машин положен превалярующий способ, с помощью которого измельчается материал. При необходимости измельчать тот или иной материал до частиц определенного размера предварительно решают, каким способом измельчения можно достигнуть такого результата, а уже затем подбирают тип и размер измельчающей машины [3]. С этой точки зрения указанная классификация измельчителей, по мнению авторов, является наиболее удобной. Конечно, основному способу измельчения всегда сопутствуют другие, второстепенные. Например, в раздавливающем, или ударном, измельчителе происходит и истирание, но оно не является основным способом работы измельчительной машины, а возникает произвольно и трудно поддается количественной оценке. Очевидно, и в измельчителях истирающе-раздавляющего действия возможно измельчение ударом при внезапных скачках катков. Однако такое измельчение является сопутствующим и не характерно для данной группы измельчительных машин.

В процессе механоактивации органических полимеров в шаровых мельницах, как показывает практика, происходит налипание измельчаемого продукта на шары, повторная агрегация частиц и нагрев материала, что отрицательно сказывается на работе установки.

При этом следует постоянно вентилировать мельницу для охлаждения мелющих тел и измельчаемого материала. Часть измельчаемого материала выводится вместе с воздухом. Это создает определенные технологические сложности и материальные затраты.

При использовании струйных мельниц необходимо иметь исходный продукт с размером частиц не более 5 мм в случае использования компрессоров невысокой производительности (до 1 м³/мин), иначе частицы продукта могут закупорить эжектор и разгонную трубу. Данные мельницы работают в замкнутом цикле и продукт, достигший требуемой крупности, извлекается из исходной смеси после каждой стадии измельчения в пневматическом классификаторе. В высокоскоростных лопастных роторных мельницах (иногда их называют просто вихревыми мельницами) за счет высокой частоты вращения ротора (до 3000 об/мин) происходит нагрев самой мельницы и материала, что приводит к его частичному размазыванию по футеровке корпуса. Поэтому данную мельницу необходимо охлаждать посредством водяной рубашки, расположенной на корпусе. Другим способом оптимизации работы данного типа мельницы является ее вентилирование (продувка) воздухом с целью постоянного извлечения частиц, достигших требуемой крупности, и частичного их охлаждения. Использование дисковых мельниц для измельчения полимеров приводит к тому, что измельчаемые частицы, растираемые дисками, быстро нагреваются и размазываются по дискам. При этом наблюдается также «подгорание материала».

В валковой мельнице наблюдается не измельчение, а раздавливание (расплющивание) частиц полимера и налипание их на валке при нагреве и влажности измельчаемого продукта выше 6–7%. Расчетные затраты по экспериментальным данным для скоростных вихревых роторных мельниц (лопастных, пальцевых и других дезинтеграторов) достаточно велики и составляют порядка 7000 кВт·ч/т. Лучшие результаты имеет струйная мельница, энергоемкость которой в 2 раза меньше, чем у вихревых, и на 10–20% меньше, чем у шаровых мельниц. При этом однозначно следует отметить, что глубокой степени механоактивации в вышеперечисленных мельницах невозможно достичь, так как сам процесс измельчения полимерных материалов осуществляется в недостаточно энергонапряженном режиме разрушения и при малой плотности механической энергии, передаваемой частице полимера при единичном акте ее разрушения. К наиболее энергонапряженным измельчительным машинам, используемым для тонкого и сверхтонкого измельчения, следует в первую очередь отнести вибрационно-бисерные и планетарные мельницы, а также каскадно-центробежные мельницы. Это достаточно

сложное и дорогостоящее измельчительное оборудование. Так, вибрационно-бисерная мельница, выпускаемая известной германской фирмой «Fruch», производительностью по тонкодисперсному порошку глинозема до 200 кг/ч (при этом производительность по измельчению полимеров будет в 4–5 раза ниже) стоит порядка 1,2 млн р. Безусловно, технология диспергации (механоактивации) полимеров существенно отличается от процесса хрупкого измельчения твердых материалов. Применение вибрационно-бисерных и планетарных измельчительных машин для механоактивации природных органических полимеров в промышленных объемах неизвестно и рассматривается лишь как возможный вариант решения вышеуказанной технико-технологической проблемы.

Несмотря на весьма широкие перспективы применения механоактивации природных органических полимеров в различных отраслях пищевой промышленности, измельчительных машин, эффективно реализующих механохимическую деструкцию полимеров в промышленных (не в лабораторных!) объемах, в настоящее время практически нет. С одной стороны, эта ситуация связана с высокой конструктивной сложностью необходимого измельчительного оборудования и уникальностью самого технологического процесса при переработке исходного полимерного сырья с широким диапазоном физико-химических свойств. С другой стороны, причина в высокой степени новизны технологических решений, связанных как с теоретическим обоснованием процессов механоактивации природных органических полимеров, так и с их промышленным применением.

В настоящее время тонкое и сверхтонкое измельчение природных органических полимеров – это новая, развивающаяся технология, в большинстве случаев не достигшая промышленного рубежа применения.

Кинетика изменения реакционной способности органических полимеров и происходящих в них физико-химических процессов при механохимической активации на современном этапе весьма актуальна и представляет огромный практический интерес. Не менее важным в этом вопросе является развитие и внедрение прикладной механоактивации природных органических полимеров, которая позволит получать уникальные технологии производства новых обогащенных пищевых продуктов. Для успешной реализации прикладных разработок в области механоактивации органических полимеров, как показывает практика, крайне необходимы специализированные энергонапряженные измельчительные машины. Однако возможности имеющегося в настоящее время технопарка явно недостаточны.

Применительно к проблеме механохимической деструкции природных органических полимеров в Уральском государственном экономическом университете разработаны и испытаны в производственных условиях ряд каскадно-центробежных измельчительных машин. Данные мельницы работают в режиме энергонапряженного измельчения твердых материалов при ультраскоростных разрушающих напряжениях в измельчаемом продукте, находящемся в стесненных условиях. В результате в исходном продукте, перерабатываемом по нашей технологии, происходит значительная деструкция и образование различных нарушений структуры компонентов исходных полимерных твердых материалов (клетчатки, крахмала, пектина, дубильных веществ и др.). Это, как указывалось выше, приводит к существенному изменению свойств вещества, особенно растворимости, устойчивости дисперсий, способности к набуханию, а также к повышению прочности, ударной вязкости получаемых на их основе органо-порошков. Большие скорости изменения нагрузки на измельчаемый продукт и число актов разрушения по нашей технологии обеспечивают повышенную интенсивность механохимического воздействия при измельчении исходного продукта. В процессе такой деструкции компонентов исходных полимеросодержащих твердых материалов при измельчении возникают явления, которые в корне отличаются от физико-химических процессов, происходящих в данном продукте, измельчаемом по традиционным

технологиям. При этом структура и текстура компонентов перерабатываемых природных органических полимеров претерпевают радикальные изменения:

- возрастание свободной и избыточной энергии системы (получаемого порошка);
- разрыв межмолекулярных связей, стабилизирующих надмолекулярную структуру полимеров;
- понижение плотности компонентов измельчаемого продукта из-за частичного перехода кристаллической структуры вышеуказанных веществ в аморфную;
- значительное возрастание площади удельной поверхности и изменение валентных углов и межмолекулярных расстояний полимерных цепей в готовом продукте;
- существенные нарушения вторичных структур в конечном продукте.

Благодаря вышеуказанным физико-химическим радикальным изменениям свойств конечного продукта, полученного по нашей технологии, на практике в различных промышленных технологиях молекулы «растворителя» могут сравнительно легко диффундировать внутрь компонентов такого порошка различных полимерных веществ. Это обеспечивает значительное ускорение растворения данного вещества и повышение его стабилизирующих и структурообразующих свойств при получении классических производственных дисперсных систем. При этом такие свойства органо-порошок полимеров приобретает только при определенных условиях: измельчение производят в скоростном режиме многократно повторяющихся сжимающих нагрузок в стесненных условиях с периодом между нагружениями менее 0,025–0,030 с и количеством 30–40 и более повторных нагружений на измельчаемый продукт. Одновременно со сжимающими нагрузками на измельчаемый продукт воздействуют сдвиговые нагрузки определенной величины. Следует отметить, что известные на сегодняшний день технологии механохимической деструкции природных органических полимеров не реализуют данную задачу из-за крайней технико-технологической сложности ее решения на промышленном уровне. В то же время наша технология механоактивации природных органических полимеров данную задачу успешно решает на производственном уровне и обеспечивает при этом очень высокую степень измельчения и механохимической деструкции конечного продукта.

Источники

1. Вайсберг Л. А. Новые российские технологии и оборудование для переработки минерального сырья // Горный журнал. 2003. № 10.
2. Фомин В. Н., Милокова Е. Б., Берлин А. А. К вопросу о критериях оптимизации процессов переработки и получения полимерных композиционных материалов // Докл. Академии наук. 2004. Т. 394. № 6.
3. Паладева Н. И., Табарин А. Д. Современный рынок дробильно-размольного оборудования России и стран СНГ // Горные машины и автоматика. 2004. № 3.

ПИЩИКОВ Геннадий Борисович

Доктор технических наук, профессор, заведующий кафедрой машин и аппаратов пищевых производств

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Контактный телефон: (343) 251-96-36



ШАНЧУРОВ Сергей Михайлович

Доктор технических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента градостроительства

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Контактный телефон: (343) 252-14-19
e-mail: ssm@usue.ru

Кинетика коагуляции биологических клеток и роль процесса в технологии производства пищевых продуктов

Ключевые слова: биологическая клетка; коагуляция; агломерация биологических клеток; технологический процесс; адгезия биологических клеток; кинетическая теория коагуляции.

Аннотация. Сформулировано математическое описание коагуляции биологических клеток, на основании которого доказана возможность разработки и реализации практических мер по регулированию интенсивности агломерирования биологических клеток в процессах производства пищевых продуктов.

Проблема коагуляции биологических клеток, будучи фундаментальной в биологии, биофизике и биохимии, является крайне важной и для решения прикладных задач при разработке новейших или совершенствовании применяющихся технологий производства группы определенных пищевых продуктов.

Одним из важнейших процессов, обуславливающих рост частиц, является коагуляция, т. е. процесс слипания частиц при их столкновении или касании и тесном движении. Из наиболее часто встречающихся механизмов процесса коагуляции следует выделить: броуновскую коагуляцию, гравитационную коагуляцию, электростатическую коагуляцию, турбулентную и градиентную коагуляцию. В реальных условиях может происходить смена механизмов или их совокупность.

В зависимости от свойств данных биологических клеток и субстрата, зная основные кинетические закономерности процесса коагуляции, можно прогнозировать обстановку и разрабатывать оптимальные технологии и способы производства, рассчитывать наиболее рациональные режимы ведения технологического процесса.

В ряде случаев возникает необходимость регулирования интенсивности процессов конгломерации или распада объектов коагуляции в дисперсных системах путём изменения концентраций, скоростей, направлений движения, интенсивности и характера перемешивания. Часто необходима предварительная расчетная оценка влияния процессов коагуляции при вынужденном изменении каких-либо параметров технологического процесса. Адгезия биологических клеток к различного рода поверхностям также играет важную роль в распределении клеток в системе. Взаимодействие биологических

клеток между собой, другими биообъектами и элементами специальных устройств аппаратов определяется действием как обычных поверхностных сил [1], так и специфических биохимических сил [2; 3]. Процесс коагуляции и агрегирования, как указывалось выше, включает в себя столкновения или тесное движение биологических клеток относительно друг друга. Детальный анализ такого рода движения требует рассмотрения динамики формы клеток и макро-поверхностей вблизи места контакта. Очевидно, что значительные гидродинамические силы, действующие между почти касающимися друг друга поверхностями, должны вызывать деформацию нежестких биологических клеток. Однако мелкие клетки с хорошо оформленной поверхностью (например, дрожжевые клетки) удовлетворительно аппроксимируются моделью упругого твердого тела, так как в активном состоянии они имеют форму, близкую к сферической или эллиптической и обладают достаточно развитой цитоскелетной структурой. Следовательно, для математического описания коагуляции и агломерации подобных биологических клеток может быть использована классическая теория коагуляции в дисперсных системах.

В настоящее время проблему, связанную с коагуляционными процессами, принято разделять на микроскопическую и кинетическую теории [3]. Микроскопическая теория изучает движение биологических клеток до их столкновения, а также процессы столкновения и слипания столкнувшихся клеток с целью определения вероятности элементарных актов коагуляции за единицу времени в заданном объеме. Исследование и разработка методов решения кинетических уравнений, описывающих эволюцию функции распределения агломератов по массам, при заданной вероятности их столкновения и слипания входят в круг задач кинетической теории коагуляции биологических клеток. В данной работе рассматриваются вопросы в части кинетической теории коагуляции.

Для математического описания процесса коагуляции биологических клеток, включая вариант распада агломератов, можно воспользоваться кинетической теорией Смолуховского-Мезлака [3].

Дискретный спектр. В этом представлении система кинетических уравнений имеет вид:

$$\frac{d}{dt}n_k = S(n_k) + D(n_k); \quad (1)$$

где $n = 1, 2, 3$;

$$S(n_k) = \frac{1}{2} \sum_{i+j=k} G(i, j)n_i n_j - \sum_{i=1}^{\infty} G(k, i)n_k n_i; \quad (2)$$

$$D(n_k) = \sum_{k+1=i} n_i j(i, k) - \frac{n_k}{k} \sum_{i=1}^{k-1} i \gamma(k, i), \quad (3)$$

где $S(n_k)$ и $D(n_k)$ – соответственно оператор Смолуховского и Мезлака; n_k – число агломератов, состоящих из k клеток в единице объема в данный момент времени t ; $G(i, j)$ – вероятность столкновения и слипания агломератов x_0^i и x_0^j за единицу времени в единице объема аппарата; $\gamma(k, i)$ – вероятность распада агломерата массой x_0^k , в результате которого образуется «осколок» массой x_0^i , при x_0 – масса одной клетки.

Непрерывный спектр. При переходе от дискретного спектра к непрерывному следует произвести формальные преобразования:

$$x_0 k = x; n_k = n(k, t) \rightarrow (x, t) dx; \sum(\dots) \rightarrow \int(\dots) dx.$$

В этом случае уравнение (1) преобразуется в квазилинейное интегро-дифференциальное уравнение:

$$\frac{d}{dt}f(x, t) = S(f(x, t)) + D(f(x, t)). \quad (4)$$

Здесь

$$S(f(x, t)) = \frac{1}{2} \int_{x_1+x_2=x}^{\infty} G(x_1, x_2) f(x_1, t) f(x_2, t) dx_1 - \int_0^{\infty} G(x, s) f(x, t) f(s, t) ds; \quad (5)$$

$$D(f(x, t)) = \int_x^{\infty} \gamma(s, x) f(s, t) ds - \frac{1}{x} \int_0^x \gamma(x, s) f(x, t) s ds. \quad (6)$$

Формирование стационарного спектра. При наличии двух конкурирующих процессов, таких как коагуляция и распад агломератов, может сформироваться стационарный спектр. Из кинетических уравнений (1) и (4) для установившегося процесса, если он существует, следует:

$$\frac{d}{dt}n_k = \frac{d}{dt}f(x, t) = 0.$$

Эти условия, в частности, выполняются, если:

для дискретного спектра

$$G(i, k-i)n_i n_{k-i} = n_k \gamma(k, i); \quad (7)$$

для непрерывного спектра

$$G(s, x-s) = f(x) \gamma(x, s). \quad (8)$$

Пример. Пусть

$$G(s, x-s) = G_0 s^\alpha (x-s)^\alpha, \quad \gamma(x, s) = \frac{\gamma_0 s^\beta (x-s)^\beta}{x\gamma-1},$$

где β – функциональный коэффициент, $\beta = \alpha + \gamma_1 - 1$.

В этом случае для функции $f(x)$ из соотношения (8) получим гамма-распределение:

$$f(x) = \frac{M_0 b^{\gamma_1+1}}{\Gamma(\gamma_1+1)} x^{\gamma_1-1} e^{-bx}, \quad (9)$$

где Γ – гамма-функция, зависящая от x .

$$\frac{b}{\gamma_1} = \frac{M_0}{N}, \quad M_0 = x_0 N_0, \quad N = \frac{M_0}{\langle x \rangle}, \quad \frac{\gamma_1+1}{\gamma_1} = \frac{\langle x^2 \rangle}{\langle x \rangle^2}; \quad (10)$$

$$\langle x \rangle = \frac{\int_0^{\infty} x f(x) dx}{N}, \quad N = \int_0^{\infty} f(x) dx, \quad M = \int_0^{\infty} x f(x) dx, \quad \langle x^2 \rangle = \frac{\int_0^{\infty} x^2 (fx) dx}{N}.$$

Для математического описания рассматриваемого процесса в проточных аппаратах к правым частям уравнений (1) и (4) нужно добавить соответственно члены следующего вида:

для аппарата идеального смешения

$$\frac{1}{\tau} [n_{0k} - n_k(t)], \frac{1}{\tau} [f_0(x, t) - f(x, t)];$$

для аппарата диффузионного типа

$$\frac{d}{dt} = \left[D_{эф} \frac{d}{dl} v \right] n_k; \quad \frac{d}{dt} = \left[D_{эф} \frac{d}{dl} v \right] f(x, l, t),$$

где $\tau = V/Q$ – среднее время пребывания биологических клеток в аппарате; V – рабочий объем аппарата; Q – объемный поток на входе в аппарат; n_{0k} и $f_0(x, k)$ – значения указанных величин на входе в аппарат; $D_{эф}$ – эффективный коэффициент диффузии (коэффициент перемешивания биологических клеток); v – средняя скорость потока частиц по сечению аппарата; l – пространственная ордината, направленная вдоль оси аппарата.

По своей структуре уравнение (4) представляет собой квазилинейное интегродифференциальное уравнение со сдвигом аргумента. Его можно преобразовать в эквивалентное дифференциальное уравнение бесконечно высокого порядка, но без сдвига аргумента:

$$\frac{d}{dt} \Phi(x, t) = \sum_{k=1}^{\infty} \frac{1}{k!} \frac{d^k}{dx^k} (A_k + B_k) \Phi(x, t), \quad (11)$$

где $\Phi(x, t) = xf(x, t)$;

$$A_k = (-1)^k \int_0^{\infty} s^k G(x, s) f(s, t) ds;$$

$$B_k = \int_0^x s^k \omega(x, s, x-s) ds;$$

$$\omega(x, s, x-s) = \frac{s}{x} \gamma(x, s).$$

Диффузионное приближение. Уравнение (11), при условии сохранения под знаком суммы только первых двух членов, упрощается:

$$\frac{d}{dt} \Phi(x, t) = \frac{d}{dx} U \Phi(x, t) + \frac{1}{2} \frac{d^2}{dx^2} b \Phi(x, t), \quad (12)$$

где $U = A_1 + b_1$; $B = A_2 + B_2$, где A, B – интегральные комплексы [4].

Уравнение (12) представляет собой уравнение типа Фоккера-Планка, методы решения которого в настоящее время достаточно хорошо разработаны.

Пример. Пусть $U = \alpha x$; $B = \beta^2 x$; $\alpha > 0$; $\beta > 0$ и могут зависеть от времени. В этом случае решение уравнения (12), удовлетворяющее начальному и граничному условию

$$\Phi(x, t) \Big|_{t=t_0} = x_0 N_0 \delta(x - x_0), \quad \Phi(\infty, t) = 0,$$

представим в виде

$$\Phi(x, t) = \frac{N_0 x_0}{\sqrt{2\pi}} \frac{1}{\sigma} \frac{1}{x} \exp \left[-\frac{1}{2\sigma^2} \ln^2 \frac{x}{x_0 z} \right], \quad (13)$$

где N_0 – число биологических клеток в начальный момент времени $t = t_0$ массой x_0 , а σ и z определяются выражениями

$$\sigma^2 = \int_{t_0}^t \beta(\tau); \quad z = \exp \left[- \int_{t_0}^t [\alpha(\tau) + \beta(\tau)] dt \right];$$

$\delta(x - x_0)$ – дельта функции Дирака.

Для описания изучаемого процесса в диффузионном приближении в аппаратах непрерывного действия следует к правой части уравнения (12) добавить:
для аппарата идеального смешения

$$\frac{1}{\tau} [\Phi_0(x, t) - \Phi(x, t)];$$

для аппарата диффузионного типа

$$\frac{d}{dl} \left[D_{эф} \frac{d}{dl} v \right] \Phi(x, l, t),$$

где $\Phi_0(x, t)$ – значение функции $\Phi(x, t)$ на входе в аппарат.

И, наконец, если требуется учесть внутренний источник биологических клеток, например, за счет их размножения, то к правым частям уравнений (1) и (4) нужно добавить член вида $J(x_0, t)$, к уравнению (12) – $xJ(x_0, t)$, где $J(x_0, t)$ – число клеток, рождающихся в единицу времени в единице объема аппарата.

На основании полученных результатов возможны разработка и реализация практических мер по регулированию интенсивности агломерирования биологических клеток в процессе производства пищевых продуктов.

Источники

1. Щукин Е. Д., Перцов А. В., Амелина Е. А. Коллоидная химия. Изд. 3-е перераб. и доп. М. : Высшая школа, 2004.
2. Потанин А. А., Верхуша В. В., Вржещ П. В. и др. Теория адгезионного взаимодействия биологических клеток в потоке жидкости. Влияние деформации клеток на коагуляцию // Коллоидный журнал. 1994. Т. 56. № 3.
3. Пеньков Н. В. Коагуляционные процессы в дисперсных системах. Екатеринбург : Сократ, 2006.
4. Пискунов В. Н. Роль процессов коагуляции в формировании спектров частиц в дисперсных системах : автореф. дис. ... д-ра физ.-мат. наук. М. : ИПГ, 1987.



ДАВЫДОВИЧ Анна Рудольфовна

Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления

Сочинский государственный университет туризма и курортного дела

354000, РФ, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Советская, 26а

Контактные телефоны: (8622) 64-19-56, (918) 209-65-60

e-mail: davyanna@yandex.ru

Определение перспективной потребности предприятий общественного питания санаторно-курортного комплекса в профессиональных кадрах

Ключевые слова: общественное питание; санаторно-курортный комплекс; перспективная потребность; профессиональные кадры.

Аннотация. Рассмотрены перспективы социально-экономического развития санаторно-курортной и туристической отрасли Краснодарского края до 2020 г., обозначены направления развития общественного питания. Выделены такие проблемы, как качество подготовки и использования специалистов, недостаточная обеспеченность специалистами туристического профиля (ресторанный сервис, технология приготовления пищи) и резкое увеличение этой потребности в перспективе. Предлагается методика определения перспективной потребности предприятий общественного питания в профессиональных кадрах.

Комплексное развитие общественного питания требует значительного расширения и улучшения качества подготовки профессиональных кадров. Проблемы качественной подготовки, эффективного использования специалистов и повышения обеспеченности ими невозможно разрешить без научно обоснованного определения перспективной потребности в них. Актуальность данной проблемы существенно возрастает, если принять во внимание:

во-первых, недостаточную обеспеченность специалистами туристского профиля (гостиничный сервис, ресторанный сервис, технология приготовления пищи);

во-вторых, резкое увеличение этой потребности в перспективе, что связано с дальнейшим развитием городов и районов санаторно-курортной и туристской направленности Краснодарского края.

Согласно официальным статистическим данным за 2009 г. вакантные места к среднесписочной численности работающих на предприятиях общественного питания составили 12,3%, в том числе более половины вакансий – это должности технологов производства, шеф-поваров и администраторов [1. С. 83].

Анализ перспектив социально-экономического развития Краснодарского края до 2020 г. свидетельствует о намечаемом росте санаторно-курортной и туристской отраслей за счет формирования конкурентоспособного туристского предложения и повышения уровня санаторно-курортных и туристских услуг до международных стандартов. Так, на 2012 г. установлены следующие параметры: доведение объема туристского потока (организованные и неорганизованные отдыхающие) до 18,7 млн туристов в год и, соответственно, увеличение доходов и налоговых поступлений в краевой бюджет от организаций санаторно-курортного и туристского комплекса, в том числе хозяйствующих субъектов, оказывающих услуги туристам, более 7,5 млрд р. [2. С. 8]. Такие темпы развития отрасли потребуют ускоренного роста численности профессиональных кадров, в том числе для общественного питания.

Как известно, в 30-х годах XX века наша страна первой перешла к плановому механизму согласования возможностей высшей школы с потребностями производства, и за шесть десятилетий в СССР был накоплен достаточный опыт в этой области. Среди основных используемых методов определения перспективной потребности в специалистах в период планового ведения хозяйства, основываясь на исследовании Е. Жильцова и Д. Чупрунова [3. С. 118], мы выделяем следующие:

1) *штатный метод*. Позволял определить потребность в специалистах на основе научно разработанных и унифицированных штатных расписаний и нормативов, составленных с учетом специфики каждой отрасли. Общую потребность в специалистах рассчитывали путем умножения перспективного объема производства на плановый норматив обслуживания или деления этого объема на плановый норматив нагрузки, а детализация по номенклатуре специальностей производилась на основе разработанных в 1970-х годах отраслевыми министерствами Типовой номенклатуры должностей и унифицированного Перечня профессий. Данный метод, развившись от составления планов потребностей в специалистах путем простого суммирования заявок по наркоматам в годы первых двух пятилеток до научно обоснованной методики (1964 г.) НИИ труда при Госкомтруде, использовался в основном для согласования текущих (до 5 лет) потребностей производства и возможностей вузов;

2) *нормативный метод*, или метод «коэффициента насыщенности» (предложен С. Гусятинером, И. Лясниковым, Г. Анодиным, В. Комаровым и др.). Под нормативом насыщенности понимается доля специалистов (число специалистов на 1 000 работающих), которая должна выдерживаться на предприятиях данной отрасли. Этот норматив, устанавливаемый на десятилетний период с разбивкой по пятилеткам, годам и группам однородных предприятий, начал включаться с 1981 г. как один из основных показателей плана социально-экономического развития. На его основе определяли текущую и перспективную потребности в специалистах. Имея директивный характер как для предприятий, отчитывающихся в его выполнении, так и для вузов, осуществлявших прием студентов строго в соответствии с определенными потребностями, норматив обеспечивал возможность согласования их интересов;

3) *комбинированный метод*. Основы его разработаны в 1958 г. Научно-исследовательским экономическим институтом Госплана. По сути является синтезом первых двух названных методов. Этот метод предусматривал определение текущей потребности в специалистах в первые пять лет планируемого периода прямым счетом на основе разработанных типовых штатов, а в последующие годы – путем определения перспективной потребности на основе коэффициентов насыщенности.

Методы определения перспективной потребности в специалистах для разных отраслей народного хозяйства различны. Так, потребность в преподавателях для всех видов учебных заведений может быть рассчитана на основе норм работы преподавателя (в учебных часах в течение дня, недели или года), количества учащихся в классе или группе, часов работы каждого класса, отделения, факультета по учебному плану и количества учащихся в системе обучения в целом [4. С. 12].

Определение перспективной потребности в специалистах для предприятий общественного питания связано с большими трудностями, поскольку должен быть учтен достаточно широкий круг специалистов по квалификации (экономисты – менеджеры общественного питания, товароведы и эксперты торговли продовольственными товарами, инженеры и техники-технологи и механики, бухгалтеры и др.), уровню образования, должностям руководителей и специалистов предприятий общественного питания.

Усиление конкуренции, ставшей глобальной и охватывающей не только традиционные рынки товаров, капиталов, технологий, но и рабочей силы, вызывает необходимость ускоренного укрупнения сети предприятий общественного питания, что также усложняет проблему определения перспективной потребности в специалистах.

Анализ статистических данных за последние годы показывает, что сложившаяся сеть общественного питания в основном представлена мелкими предприятиями, поэтому совокупность этих предприятий не может в полной мере служить основой для расчетов и критерием определения перспективной потребности в специалистах [5; 6].

Кроме того, актуальные проблемы общественного питания требуют расширения перечня квалификаций специалистов, введения в действующую классификацию специалистов новых специальностей, связанных, например, с детским, лечебным и профилактическим питанием, не говоря о необходимости коренного улучшения качества подготовки специалистов по утвержденной классификации.

Таким образом, без учета этих важных факторов невозможно рассчитать оптимальную перспективную потребность в специалистах и планировать их подготовку в высших и средних специальных профессиональных учебных заведениях.

Поскольку сущность общественного питания раскрывается через выполняемые им взаимосвязанные функции, а основной функцией является функция производства кулинарной продукции, то и потребность в специалистах для предприятий общественного питания зависит от ряда факторов, характерных для данного вида производства.

Ведущим фактором становится уровень автоматизации и механизации производства. С ростом механизации и автоматизации значительно увеличивается количество оборудования, механизмов и приспособлений, приходящихся на одного работника. Это усложняет организацию производства и управления им и требует более широкого применения инженерно-технического труда.

При определении потребности в специалистах для предприятий общественного питания необходимо учитывать также структуру управления предприятием, распределение специалистов между цехами и подразделениями. Конечно, невозможно построить единую схему управления, пригодную для всех предприятий и технологических процессов, но одно очевидно: чем относительно большее количество специалистов работает непосредственно в цехах, тем конкретнее руководство производством и эффективнее труд инженерно-технических работников.

Исключительно большое значение для определения потребности в специалистах имеют качество обучения, уровень квалификации, соответствие профиля их подготовки условиям работы на предприятии общественного питания. Чем лучше подготовлен специалист, тем успешнее он справляется со своими обязанностями, тем больший объем работы он может выполнить, а потому тем меньше потребуется специалистов для руководства предприятием.

Влияние всех указанных факторов должно быть учтено при установлении норматива расчета потребности в специалистах для предприятий общественного питания.

Работу по определению потребности в специалистах с высшим и средним специальным образованием для предприятий общественного питания автор предлагает подразделить на ряд этапов.

Первый этап – распределение всех предприятий общественного питания на однородные группы и выделение в каждой группе базового предприятия. Критериями при этом могут быть: тип и класс (для ресторанов и баров) предприятия, уровень обслуживания, номенклатура предоставляемых услуг, ассортимент реализуемой продукции, количество посадочных мест, производственная и торговая площади.

На *втором этапе* для лучшего (образцового) предприятия группы разрабатывается схема управления и устанавливается штат инженерно-технических работников с учетом всех факторов, определяющих потребность в специалистах. При разработке штата, кроме выяснения количества требуемых специалистов, необходимо установить их профиль и квалификацию, а также точный круг обязанностей.

Установление штата для базового предприятия дает возможность вывести норматив потребности в инженерно-технических работниках для всей группы предприятий.

Для этого абсолютные показатели количества инженерно-технических работников на базовом предприятии общественного питания приводятся к относительным показателям – число специалистов на тысячу работающих. Из общего количества инженерно-технических работников на тысячу работающих должны быть выведены и другие нормативы, необходимые для планирования потребности в специалистах:

- соотношение количества специалистов с высшим и средним специальным образованием с количеством практиков;
- соотношение между должностями инженеров-технологов и технологов;
- распределение инженеров-технологов и технологов по основным специальностям.

Пользуясь нормативом, можно определить абсолютную численность инженерно-технических работников, необходимых для руководства предприятием при данном количестве работающих. Расчет же потребности в специалистах на тот или иной плановый период необходим для того, чтобы не только выявить абсолютную численность, но и обеспечить их подготовку в соответствии с выявленной потребностью. Для этого нужно знать не абсолютную, а дополнительную потребность в специалистах. Дополнительная потребность в специалистах складывается из трех элементов:

- количества работников, необходимых для увеличения их численности в соответствии с развитием производства;
- потребности в замещении выбывающих работников;
- количества дипломированных специалистов, требуемых для замещения практиков, занимающих инженерно-технические должности.

Замена практиков дипломированными специалистами обязательно предусматривается при расчете потребности в специалистах. Но не все практики подлежат замене – возможно наличие известной их доли на любых должностях, так как среди них много таких работников, которые по уровню знаний не уступают дипломированным специалистам, а по опыту работы значительно их превосходят. Особенно много практиков занимают должности технологов и шеф-поваров.

Для большинства отраслей это вполне закономерно, и нет необходимости, по крайней мере в ближайшее время, ставить как первоочередную задачу полной замены их дипломированными специалистами.

Определение потребности в специалистах для сферы услуг имеет очень большое значение для планирования их подготовки и дальнейшего трудоустройства. Чтобы правильно определить цифры набора абитуриентов в высшие и средние специальные учебные заведения, необходимо правильно планировать потребность в подготавливаемой категории специалистов не в момент, когда производится прием, а на период, когда эти специалисты будут выпущены для работы в народном хозяйстве.

Источники

1. Краснодарский край в цифрах. 2009. Труд и занятость : стат. сб. / Краснодарстат. Краснодар, 2010.
2. Закон Краснодарского края от 3 февраля 2009 г. № 1692-КЗ «О программе социально-экономического развития Краснодарского края до 2012 года» // Кубанские новости. 2009. № 17. 5 фев.
3. Чупрунов Д. И., Жильцов Е. Н. Экономика, организация и планирование высшего образования : учеб. пособие для вузов. М. : Высшая школа, 1988.
4. Майбуров И. А. Как повысить эффективность российской экономики? // ВВШ «Alma Mater». 2008. № 5.
5. Краснодарский край. 1937–2007 : стат. сб. / Краснодарстат. Краснодар, 2007.
6. Социально-экономическое положение Краснодарского края: комплексный доклад. 2009 / Краснодарстат. Краснодар, 2010.

Review of the Issue No. 4 (30)

«Cascade» Model for Information Processes in the Management System

by *Yevgeny A. Korolyov*

Key words: management systems; modeling; information; information flows; messages; management levels.

Summary. On the basis of management activity theory and practice generalization in the social nature systems the article explores the issues of the information flows modeling in the management systems. The article proposes the multistage information processing model, built with the use of the mathematical tools of the enriching cascades theory. The article illustrates the opportunities of the model application.

References: 1. Trapeznikov V.A. Management and technological progress. Moscow: Nauka, 1983. 2. Brillouin L. Science and information theory. Moscow: Fizmatgiz, 1960. 3. Poplavsky R.P. Thermodynamics of information processes. Moscow: Nauka, 1981. 4. Kolmogorova A.N. Three approaches to «quantity of information» definition // *Novoe v zhizni, nauke i tekhnike. Ser. «Mathematics, cybernetics»*. 1991. No. 1. 5. Cohen K. The separation of isotopes // *Science and technical basis of nuclear energetics / translated from English by K. Goodman. Vol. 2. Moscow: GILL, 1950*. 6. Benedikt M., Pigford T. The chemical technology of nuclear materials. Moscow: Atomizdat, 1960. 7. The enrichment of uranium / ed. by S. Villani. Moscow: Energoatomizdat, 1983.

Contact Info:

Yevgeny A. Korolyov, Dr. Sc. (Ec.), Prof.
of Management Dprt.
Phone: (343) 221-27-53
e-mail: ea-korolev@mail.ru

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

Present Russian State Corporations: Formation Realities and Prospect Value

by *Boris R. Kallagov and Madina V. Tsutsieva*

Key words: state corporation; non-profit organization; share capital; private public partnership; «arm of the state»; liquidity deficit; investments; credit market; bond market; national wellbeing fund.

Summary. The five year existence and practical activities of the Russian state corporations resulted in controversial outcomes. In our view, the present situation should encourage balanced and systematic analysis of the economic entities' operations, reconsideration of some management issues (from the part of the government) as well as goal set up and intensification of the control over state corporations.

References: 1. Avdulov A.N. Science and production: age of integration (USA, West Europe, Japan). Moscow: Nauka, 1992. 2. Avdasheva S., Shastitko A. Industrial and competitive policy: interaction problems and lessons for Russia // *Voprosy ekonomiki*. 2003. No. 9. 3. Agapova T.A., Seryogina S.F. Macroeconomics: textbook. Moscow: Delo i servis, 2005. 4. Akhinov G.A., Zhiltsov Ye.N. Economy of public sector: textbook. Moscow: Infra-M, 2008. 5. Volkov V. State corporations: institutional experiment // *Pro et Contro*. 2008. No. 5–6. 6. Alyokhin B., Zakharov A. State corporations: empowered and flexible // *Ekonomika Rosii. XXI vek*. 2008. No. 20. 7. Bovt G.K. Why 100 = 10. On peculiarities of the state corporations jubilee // *Argumenty i fakty*. 2009. No. 34.

Contact Info:

Boris R. Kallagov, Cand. Sc. (Ec.), Assistant-
Prof. of Finance & Credit Dprt.
Phone: (8672) 95-46-85
e-mail : visit-den@mail.ru

The Vladikavkaz Management Institute
14 Borodinskaia ul., Vladikavkaz, Russia, 362025

Madina V. Tsutsieva, Cand. Sc. (Ec.), Assis-
tant-Prof. of Finance & Credit Dprt.
Phone: (8672) 95-07-63

The Vladikavkaz Management Institute
14 Borodinskaia ul., Vladikavkaz, Russia, 362025

Germany: Turkish Problem Remains Critical

by Leonid Ye. Strovsky

Key words: ethnic Turks; the German language; adaptation; integration; diaspora; cultural and religious differences; labour migrants; recruitment; re-emigrants; historical homeland; citizenship law; dual citizenship; place of birth citizenship; demographic structure; ethnic diversity.

Summary. The integration process into foreign community is more complicated when unification process takes place and a person becomes a part of single entity. Both adaptation and integration can not be considered separately, but only as parts of a single process. In case it does not happen, in terms of migration process there often emerge subcultures that lead to occasional difficulties and contractions. Turkish subculture in Germany is a perfect example.

References: 1. Voropaev V. Why the Germans have Turkish sadness // *Izvestiya*. 2010. No. 56 (28071). 2. Strovsky L. Ye., Yegorov R. T. Foreigners and immigrants integration in Germany: social and economic aspects. Yekaterinburg: USTU-UPI, 2005. 3. www.hlc.unimelb.edu.au/CALL/German/Turken.html//TuerkeniDeutschland. 4. Nagler J. Gesellschaftsstruktur und Gesellschaftspolitik // *Informationen zur politischen Bildung*. 2000. Heft 268. 5. Sen F. Tuerkische Minderheit in Deutschland // *Informationen zur politischen Bildung*. 2002. Heft 277. 6. Koenigseder A. Tuerkische Minderheit in Deutschland // *Informationen zur politischen Bildung*. 2001. Heft 271. 7. Geissler R. Ethnische Minderheiten // *Informationen zur politischen Bildung*. 2000. Heft 269. 8. Koelpe O. MigrantInnen zwischen Sozialem Rechtsstaat und nationalem Wettbewerbsstaat: Duisburg, 2002 // www.ub.uni-duisburg.de/ETD-db/theses/available/duett-01152003-125659/unrestricted/koeppepdiss.pdf. 9. Zabudkina Yu. Alterations to the citizenship law and foreigners rights law. Comments // *Partner*. 2000. No. 5 (32) (recht.germany.ru/status.db/items/22.html?op=).

Contact Info:

Leonid Ye. Strovsky, Dr. Sc. (Ec.), Prof., Head
of International Businesses Dept.
Phone: (343) 375-41-49
e-mail: uved@mail.ustu.ru

The Urals Federal University named after
the First President of Russia Boris N. Yeltsin
19 Mira ul., Yekaterinburg, Russia, 620002

The Risk and its Place in the Banking

by Maksim S. Maramygin and Sergey Ye. Balin

Key words: Risk, banking, banking risks, financial stability, recession, negative consequences, uncertainty, probable danger, loss of the liquidity, banking risks classification and structure.

Summary. The article is a continuation of the previous publication which was devoted to risks in banking services. The scientific publications analysis, the research of the risk character and content enabled the authors to define the category «risk». Banking risks, essence, classification, structure and intrasystem relationship analysis as well as their governance systems are included in the research presented.

References: 1. Maramygin M. S., Balin S. Ye. Banks' stress test, as an estimation of its reliability in modern conditions // *Izvestia Uralskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*. 2010. No. 3(29). 2. The instruction of the Russia Central Bank of January 16, 2004 No. 1379-U «On an estimation of the financial stability of the bank to recognize its sufficiency for the participation in the system of deposits insurance» (with changes and additions) // *Vestnik Banka Rossii*. 2004. No. 5. 3. The Internet resource «Wikipedia» // ru.wikipedia.org. 4. The big economic dictionary / ed. by A. N. Azrilyan. Moscow: Institute of new economics, 2002. 5. Varlamova T. P., Vasilyeva N. A., Neganova L. M. The big economic encyclopedia. Moscow: EKSMO, 2008. 6. The financial and credit encyclopedic dictionary / ed. by A. G. Gryaznova. Moscow: *Finansy i statistika*, 2002. 7. Kalinina T. V., Kalinina Yu. V. Commercial banks risks theory. Yekaterinburg: USUE Publisher, 2002. 8. The bank risks / ed. by O. I. Lavrushina, N. I. Valentseva. Moscow: KnoRus, 2007. 9. Panova G. S. The analysis of the commercial bank financial state. Moscow: *Finansy i statistika*, 1996. 10. Rummyantseva Ye. Ye. The new economic encyclopedia. Moscow: INFRA-M, 2005. 11. Beloglazova G., Krolivetskaya L. The banking. Saint-Petersburg: Piter, 2008. 12. Voronin Yu. M. Governance of the bank risks. Moscow: NORMA, 2007. 13. The financial and credit dictionary / ed. by N. V. Garetovsky. Moscow: *Finansy i statistika*, 1988. 14. Kushlin V. I., Tchichkanov V. P. The encyclopedic dictionary. Moscow: RAGS Publisher, 2004. 15. Peshchanskaya I. V. The organization of the activity of the commercial bank. M.: Infra-M, 2001.

Contact Info:

Maksim S. Maramygin, Dr. Sc. (Ec.), Prof.,
Head of Money & Banking Dprt.
Phone: (343) 251-96-15
e-mail: maram_m_s@mail.ru

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

Sergey Ye. Balin, a post-graduate of Money
& Banking Dprt.
Phone: (343) 361-02-22
e-mail: balinse@mail.ru

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

Accounts Specifics in Religious Organizations

by *Nikolay A. Mezenin and Anna V. Verzakova*

Key words: non-profit organizations; problems of accountance in religious organizations; endowments; religious objects; accountance methodology.

Summary. Among the non-profit organizations in Russia religious organizations occupy the leading position. Authors point out the absence of the properly organized accounting and reporting system that would take into considerations religious organizations financing specifics. Besides, the authors specify a series of problems which have to be solved for the sustainable accounting system development in religious organizations.

References: 1. Privalov N.G. Economic of non-profit sector: textbook. Yekaterinburg: Uralskoe izdatelstvo; Moscow: Bolshaya medveditsa, 2009. 2. Gamolsky P.Yu. Non-profit organizations: taxation and accounting peculiarities. Moscow: Kniga i biznes, 2008. 3. Shvedov O.V. Encyclopedia of church house-holding management. Moscow: Kovcheg, 2003. 4. Ward K. Strategic management accounting. Moscow: Olimp-Biznes, 2002.

Contact Info:

Nikolay A. Mezenin, Cand. Sc. (Ec.), Assistant-
Prof. of Accounting and Audit in Budget and
Non-profit Organization Dprt.
Phone: (922) 202-55-25
e-mail: mnausue@list.ru

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

Anna V. Verzakova, post-graduate, Jr. lecturer
of Accounting and Audit in Budget and Non-
profit Organization Dprt.
Phone: (904) 389-45-60
e-mail: averz@yandex.ru

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

Car Owners' Economic Interests in OSAGO System

by *Timur N. Taipov and Iskander U. Gusmanov*

Key words: insurance; liability; OSAGO (driver's liability insurance); traffic accident; loss; compensation; maintenance; indemnity; tariff; liability limit; modeling; infrastructure.

Summary. The paper considers OSAGO system (driver's liability insurance) as a specific kind of insurance. Some shortcomings were revealed, unprofitability and basic rates were counted for past and future periods. There were suggested measures to optimise economic relations between insures and insured.

Contact Info:

Timur N. Taipov, postgraduate of Finance Dprt.
Phone: (927) 326-90-79
e-mail: _t_t_@bk.ru

The Bashkir State Agrarian University
34 50-letiya Oktyabrya pr., Ufa, Russia, 450001

Iskander U. Gusmanov, Dr. Sc. (Ec.), Head
of Financial Monitoring Dprt.
Phone: (962) 539-40-30
e-mail: gusmanov@ufa.cbr.ru

The National Bank of Bashkortostan Republic
3 Teatralnaya ul., Ufa, Russia, 450004

High School Human Capital Governance: Tools and Strategy (the USUE example)

by Nadezhda M. Surnina, Svetlana N. Smirnykh and Svetlana V. Orekhova

Key words: human capital; high school governance strategy; the faculty; educational services market.

Summary. Reforming of vocational educational system leads to a necessity to work out the new models of university human capital governance. In the article the personnel strategy of the Urals State University of Economics is analysed. On the basis of the university faculty poll there were identified clusters, characterizing the staff with different human capital. High school human capital monitoring enables the authors to suggest recommendations for developing the university staff strategy.

References: 1. The faculty of the Russian high school: the review of materials of the state statistics and monitoring of economy of education // *Voprosy obrazovaniya*. 2008. No. 2. 2. Forrat N.B. The problem of quality of higher education quality: world challenges and their transformation in Russia // *Voprosy obrazovaniya*. 2009. No. 2. 3. Denton M. The Academic standards as the public blessings. Possibilities for opportunistic behavior // *Voprosy obrazovaniya*. 2005. No. 4. 4. Grebnev L. Economics of higher education in Russia: evolution of legal regulations // *Voprosy ekonomiki*. 2005. No. 11. 5. Abankina I.V., Osovetskaya N. Ya. Determining of the demand for masters major in technical subjects // *Voprosy obrazovaniya*. 2008. No. 2. 6. Elkonin D.B. Thoughts about reorganization of the Soviet education system. // *Voprosy obrazovaniya*. 2008. No. 2. 7. Lopatin L.N. Quality of soviet high educations system: myths and reality // *Voprosy obrazovaniya*. 2008. No. 2. 8. Efendiev A.G., Reshetnikova K.V. Professional work of the lecturers in the Russian high schools: problems and the basic tendencies // *Voprosy obrazovaniya*. 2008. No. 1. 9. Gimpelson V. Ye., Oshchepkov A. Yu. Labour market and dynamics of employment in the education services sector // *Voprosy obrazovaniya*. 2005. No. 4. 10. Galayda O.V. The educational services in modern world economy. Moscow: Nauchnaya kniga, 2008. 11. Bekker G.S. Human behavior: the economic approach. The selected works on the economic theory. Moscow: HSE, 2003. 12. Jovanovic B. Job matching and the theory of turnover // *Journal of Political Economy*. 1979. Vol. 87. Iss. 5. 13. Sichernan N., Galor O.A. Theory of career mobility // *Journal of Political Economy*. 1990. Vol. 98. No. 1. Feb. 14. Acemoglu D., Pischke J.C. Beyond Becker: training in imperfect labour markets // *The Economic Journal*. 1999. Vol. 109. No. 453. 15. Maltseva I. O. Labour mobility and stability: how high is the return rate of the specific human capital in Russia?: Preprint WP15/2007/01. Moscow: HSE, 2007. 16. Sabiryanova K.Z. Macroeconomics analysis of the dynamic changes on Russian labour market // *Voprosy ekonomiki*. 1998. No. 1. 17. Nesterova D.V., Sabiryanova K.Z. Investment in the human capital in transition period in Russia // RPEI: scientific report. 1998. No. 99/04. 18. Diamond A. M. Jr Economic explanations of the universities and scholars behavior // *University economy: institutes and the organizations: collection of translation articles with comments*. Moscow: HSE, 2007. 19. Garner A.C. Academic Publication, Market Signaling, and Scientific Research Decisions // *Economic Inquiry*. 1979. Vol. 17. Oct. 20. Yudkevich M.M. Universities and scholars activity: economic explanations and academic justifications // *University economy: institutes and the organizations: collection of translation articles with comments*. Moscow: HSE, 2007. 21. Lazear E. Firm-specific human capital: a skill-weights approach // *IZA Discussion Paper*. 2003. No. 813. 22. Locke W. Integrating research and teaching strategies: implications for institutional management and leadership in the United Kingdom // *Higher Education Management and Policy*. 2004. Vol. 16. No. 3. 23. Garvin D. A. The Economics of University Behavior. N. Y.: Academic Press, 1980. 24. Meyer J. W., Rowan B. Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony // *A. J.S.* 1977. Vol. 83. No. 2. 25. Scott W. R. *Richard Organizations: rational, natural and open systems*. Prentice Hall, NJ: Upper Saddle River, 1998. 26. Pavlyutkin I. V. Educational organizations as open systems: determinants of high school strategies in three organizational populations: preprint WP10/2006/04. Moscow: HSE, 2006.

Contact Info:

Nadezhda M. Surnina, Dr. Sc. (Ec.), Prof.,
Dean of Global Economy & Finance faculty,
Head of Economic Statistics Dprpt.
Phone: (950) 197-78-84
e-mail: decane@usue.ru

Svetlana N. Smirnykh, Cand. Sc. (Ec.), Assistant-Prof. of Enterprises Economics Dprpt.
Phone: (912) 619-34-78
e-mail: sns6@yandex.ru

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

Svetlana V. Orekhova, Cand. Sc. (Ec.), Assistant-Prof. of Enterprises Economics Dept.
Phone: (922) 206-17-28
e-mail: bentarask@list.ru

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

Civil Education in the Context of the Modernization Processes

by Yelena A. Mezhevikina

Key words: civil society; civil education; civil values; legal consciousness; civil duty.

Summary. Civil education at present school is represented as multi-aspect and coordinated activities aimed at building an individual's moral image on behalf of the government regional communities and civil society in whole. Civil education is becoming a part of education policy society in general and pedagogical practice in particular. The author states that the formation process of this pedagogical phenomenon can be completely understood only in a wider cultural context in which philosophy, history and social-political sciences are integrated. The study of the development conditions of senior school students' civil education is necessary to overcome crisis phenomena in moral and legal consciousness of the young generation. This will contribute to students legal and political culture formation that in its turn will favour the development of the socially active individuals.

References: 1. The Concepts of Russian education modernization // Vestnik obrazovaniya. 2002. No. 3. 2. Pinsky A. A. Formation of freedom and education unfreedom. Moscow: APK i PRO, 2001. 3. Anikeev A. S., Borisova O. V., Simonenko P. P. The guidelines for organizing civil and legal education in general education institutions in Kaluzhskaya oblast. Kaluga: The Kaluga Institute of Sociology, 2001. 4. Gessen S. E. The fundamentals of pedagogy: the introduction to applied philosophy. Moscow: Shkola-press, 1995. 5. Potyakin A. A. Legal nihilism as a type of present-day Russian legal consciousness // The society and politics / ed. by V. Yu. Bolshakov. Saint-Petersburg: SPbGU Publisher, 2000.

Contact Info:

Yelena A. Mezhevikina, associate of the Education Management Dept. of the Pedagogical Institute
Phone: (918) 515-54-01
e-mail: elena.mezhevikina@mail.ru

The Southern Federal University
33 Bolshaya Sadovaya ul., Rostov-na-Donu,
Russia, 344006

The Concept of Target Comprehensive Programs in Cities: Efficiency Reserves

by Yekaterina Ya. Vlasova and Yekaterina N. Vedernikova

Key words: target comprehensive program on ecology; program-targeted method of planning; reserves for realization of ecological program measures; efficiency reserves; contiguous areas.

Summary. On the basis of target program development analysis the concept and principles of program-targeted method introduction are proposed in this article to solve social-economic environmental problems of cities. The classification of efficiency reserves in realisation of the target comprehensive programs on ecology is presented.

References: 1. The development strategy of a big city: a look to the future (scientific and methodological approach) / research supervisors of the group of authors Ye. G. Animitsa and V. S. Bochko. Yekaterinburg, 2003. 2. Yandyganov Ya. Ya. The investment in rational nature management. Yekaterinburg, 2004. 3. Yandyganov Ya. Ya., Didenko N. N., Petrov N. A. An ecological program of traditional industry urban area. Yekaterinburg, 1995. 4. Yandyganov Ya. Ya., Yandyganov P. Ya. The administration of nature management in region. Yekaterinburg. 1995.

Contact Info:

Yekaterina Ya. Vlasova, Dr. Sc. (Ec.), Assistant-Prof. of Ecological Management Dept.
Phones: (343) 232-31-33, (912) 208-74-29
e-mail: olg-mashkova@yandex.ru

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

Yekaterina N. Vedernikova, postgraduate
of Ecological Management Dprpt.
Phone: (343) 251-96-77

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

Formation of the Mission and Strategic Goals of Municipality

by Evelina V. Peshina and Aleksandr V. Ryzhenkov

Key words: municipality mission; territorial marketing; municipality image; municipality brand; municipality goodwill.

Summary. The article examines the main approaches to the formation of the municipality mission and strategic goals. It describes the major categories that are directly related to their development (territorial marketing, municipality image, etc.). The survey suggests an optimal model of the mission and strategic goals of the municipality.

References: 1. Vetrov G. Yu., Vizgalov D. V., Shanin A. A. and others. Indicators for social-economic development of municipalities. 2nd ed. Moscow: Fund «The Institute for Urban Economics», 2002. 2. Territorial strategic planning. How to develop a strategic plan: a practical guide. Saint-Petersburg: Leontievsky Center, 2003. Vol. 3. 3. Urban Indicators Tool Kit Guide / transl. from English by G. V. Korotaeva, ed. by V. R. Tsubulsky. Tyumen: IFSP SB RAS, 2002. 4. Methodical recommendations on the formation of the concept of social-economic development of the municipality. Moscow: RIP «Munitsipalnaya vlast», 2000. 5. Animitsa Ye. G. Strategic planning of territorial development: the nature, principles, problems // USUE bulletin. 2005. No. 12. 6. Vizgalov D. V. Marketing of the city. Moscow: Fund «The Institute for Urban Economics», 2008. 7. Landry Ch. The Art of City Making / transl. from English. Moscow: Art-Manager, 2008. 8. Landry Ch. The Creative City / transl. from English. Moscow: Klassika – XXI, 2005. 9. The development strategy of the largest city: a look into the future (scientific method. aspect) / ed. by Ye. G. Animitsa, V. S. Bochko. Yekaterinburg: AMB, 2003. 10. Aspund K., Kotler Ph., Rein I. and others. Marketing Places / transl. from English. Saint-Petersburg: Stockholm School of Economics, 2005.

Contact Info:

Evelina V. Peshina, Dr. Sc. (Ec.), Prof., Head
of State & Municipal Finance Dprpt.
Phone: (343) 251-96-48
e-mail: nir@usue.ru

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

Aleksandr V. Ryzhenkov, associate of State
& Municipal Finance Dprpt.
Phone: (343) 252-14-07
e-mail: gmf@usue.ru

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

Business Value Points in Market Economy

by Aleksandr I. Merko

Key words: business social responsibility; values; value orientations; value points.

Summary. The article emphasizes the importance of the company development social issues solution that is quite relevant even in the conditions of financial crisis. Modern business faces a great challenge at that: to make its business values, value orientations, value points comply with both strict demands of the competitive environment and its obligations to employees as well as social expectations of the society as a whole.

References: 1. Tronin Yu. Business goals and social stability // Generalny direktor. 2005. No. 7. 2. Romanov O. V. Labour sociology: textbook. Moscow: Gardariki, 1999. 3. Labour sociology: textbook / ed. by N. I. Dryakhlova, A. I. Kravchenko, V. V. Shcherbina. Moscow: MSU Publisher, 1993. 4. Potyomkin I. Russian business development, global changes in companies and credo // www.arm.ru. 5. Tshuvilyaev P. A. Myth and contramyth about Russian business // www.amr.ru.

Contact Info:

Aleksandr I. Merko, Cand. Sc., associate for
doctorate of Human Resource Governance
Dprt.
Phone: +7 (495) 237-42-09
e-mail: rea_personal@mail.ru

The Russian Economic Academy named after
G. V. Plekhanov
36 Stremyanny per., Moscow, Russia, 117997

Definitive Gaps in Economic-Legal Essence of Small Entrepreneurship in Russia

by Gennady B. Morozov and Aleksandr S. Frolov

Key words: small entrepreneurship; business activity; economic activity.

Summary. The article reexamines such initial concepts as business activity, small entrepreneurship, economic activity. To bridge the gaps between real economic content and legal interpretations of the terms, their equivalence should be taken into account in developing legal regulations in the Russian Federation and its regions.

References: 1. Civil code of the Russian Federation. P. 1: Federal law of November, 30 1994 No. 51-FZ (with the following versions). 2. Morozov G. B. Entrepreneurial legal relationships principles. Yekaterinburg, 2002. 3. Shumpeter Yo. Economic analysis history: in 3 vol. Saint-Petersburg: School of Economics, 2004. 4. Morozov G. B. Business activity in the Russian Federation: government-and-low regulation and characteristic features. Yekaterinburg: The Urals State Pedagogical University, 2006. 5. On the small and medium business development in the Russian Federation: Federal law of June 24, 2007 No. 209-FZ. 6. Constitution of the Russian Federation. Yekaterinburg: Uralyurizdat, 2003. 7. Matveeva N. S. Business activity as a type of an economic activity // Upravleniye ekonomicheskimi sistemami: online academic journal / The Kislovodsk Institute of Law and Economy, MCNIP. Kirov: International Centre of research projects, 2008. No. 1 (13). Article reg. No. 0034. Access mode: uecs.mcnip.ru.

Contact Info:

Gennady B. Morozov, Cand. Sc. (Ec.), Sr. Re-
searcher, Assistant-Prof., Head of Economics
and Finance Dprt.
Phone: (343) 371-04-46
e-mail: mgb@inbox.ru

The Urals State Pedagogical University
26 Kosmonavtov pr., Yekaterinburg, Russia,
620017

Aleksandr S. Frolov, postgraduate student
of Economics and Finance Dprt.
Phones: (343) 371-04-46, (904) 177-77-33
e-mail: mainpersona@gmail.com

The Urals State Pedagogical University
26 Kosmonavtov pr., Yekaterinburg, Russia,
620017

Current State of Logistic Service in the Sphere of Motor Vehicles Exploitation

by Olga N. Zueva and Sergey S. Vdovin

Key words: logistic service; service; work; vehicles; quality of logistic service; the market of automobile vehicles; the factors influencing the development of logistic service.

Summary. A tendency of motor vehicles park growth in Russia results in the necessity to develop enterprises network to operate them. The paper deals with the current state of logistic service while exploiting and operating these vehicles on the basis of factual data analysis. The authors' interpretation of the terms «Service» and «Logistic service» is presented, logistic service classification identifications are systemized. Based on consumers' polling data the authors present figures concerning the park composition and structure and services of the enterprises in this business. The analysis of the investigations conducted in the sphere of logistic service quality is given.

References: 1. The Russian statistical year-book. 2009: statistic collection / Rosstat. Moscow, 2009. 2. A driving force // Ekspert-Avto. 2005. No. 1 (68). 3. A foreign million // Ekspert-Avto. 2007. No. 1 (88).

4. Shekhovtsov R. V. Logistic service in Russia transitive economy (theory and methodology): the author's abstract of Dr. Sc. (Ec.) dissertation. Rostov-na-Donu, 2003. 5. Blaug M. Economic theory in retrospect / transl. from English. 4th ed. Moscow: Delo LTD, 1994. 6. The comment to the RF Civil code. P. 1–3 / ed. by Ye. L. Zabartchuk. Moscow: Ekzamen, Pravo i zakon, 2005. 7. The Tax code of the Russian Federation // Information-law system «ConsultantPlus»: Internet-version (www.consultant.ru).

Contact Info:

Olga N. Zueva, Dr. Sc. (Ec.), Prof., Head
of Commodity Science & Examination Dprpt.
Phone: (343) 251-96-59
e-mail: zuevaon@mail.ru

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

Sergey S. Vdovin, Sr. lecturer of Commodity
Science and Examination Dprpt.
Phone: (343) 221-27-59
e-mail: tnt07@yandex.ru

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

Conditions as State Subsoil Regulation Tool

by *Natalya V. Ivanova and Margarita N. Ignatyeva*

Key words: conditions; cutoff grade; balance of interests; social and ecological criteria.

Summary. The paper substantiates the necessity to use conditions as the one of the tools of the state regulation economic mechanism for subsoil resources. The authors consider the expediency to turn to the dynamic condition requirements and to supplement the criterial indicators with the social and ecological ones.

References: 1. Boyarko G. Yu. The economics of mineral raw materials. Tomsk: Audit-Inform, 2000. 2. Methodical guidelines for the feasibility report on constant conditions for firm minerals deposits stocks calculation. Moscow: The State commission on stocks of minerals of the Council of Ministers of the USSR (GKZ SM SSSR), 1986. 3. Methodical recommendations for the feasibility report on conditions for firm minerals deposits stocks calculation. Moscow: The State commission on stocks of minerals of the Ministry of natural resources of the Russian Federation (GKZ MPR RF), 1999. 4. Stefanovich V. V. The express methods for optimisation of the feasibility report on conditions // *Geologicheskoye izucheniye i ispolzovaniye nedr*. 2001. Issue 3. 5. Svirsky M. A. Rational subsoil use and dynamic conditions // *Mineralniye resursi Rossii*. 2008. No. 2. 6. Tcherniavsky A. G. On dynamic standards for firm minerals deposits stocks calculation and possible areas of their use // *Mineralniye resursi Rossii*. 2007. No. 6.

Contact Info:

Natalya V. Ivanova, post-graduate of Economic Theory & Entrepreneurship Dprpt.
Phone: (343)257-37-28
e-mail: ief.etp@ursmu.ru

The Urals State Mining University
30 Kuibysheva ul., Yekaterinburg, Russia,
620144

Margarita N. Ignatyeva, Dr. Sc. (Ec.), Prof.,
Head of Economic Theory & Entrepreneurship Dprpt.
Phone: (343) 257-37-28
e-mail: ief.etp@ursmu.ru

The Urals State Mining University
30 Kuibysheva ul., Yekaterinburg, Russia,
620144

Assortment Matrix – a Basis for Assortment Policy Formation

by *Yevgeny V. Popov and Sergey V. Balakirev*

Key words: category management; assortment matrix; governance of commodity assortment; role matrix; multi-assortment production; retail trade.

Summary. One of the major tools that is necessary for successful assortment policy realization is a technique to draw up assortment matrix taking into account the concept of category management. Its accurate structure is suggested, concept definition is given. «The directory of conditions» concept is developed. It aims to typify the operation technology with goods having similar values (conditions) on a number of indexes used in the company to manage commodity assortment.

References: 1. DIY retail chains 2009: report // marketing.rbc.ru/research/562949960114500.shtml. 2. Balakirev S. V. The technology of trading division assortment matrixes creation // Marketing PRO. 2010. No. 1–2 (60). 3. Balakirev S. V. Category management as the modern approach to management of commodity assortment // Menedzhment v Rosii i za rubezhom. 2006. No. 5.

Contact Info:

Yevgeny V. Popov, Dr. Sc. (Ec.),
Dr. Sc. (Phys.-Math.), Prof., Head
of Economic Theory Centre
Phone: (912) 212-02-80
e-mail: epopov@mail.ru

Sergey V. Balakirev, associate
Phone: (912) 241-73-27
e-mail: sv-balakirev@mail.ru

The Institute of Economics of the Russian Science Academy Urals Branch
29 Moskovskaya ul., Yekaterinburg, Russia,
620014

The Institute of Economics of the Russian Science Academy Urals Branch
29 Moskovskaya ul., Yekaterinburg, Russia,
620014

Corporate Social Responsibility Limits Determination

by Mikhail V. Fyodorov and Natalya A. Illarionova

Key words: corporate social responsibility (CSO), CSO limits, CSO limits determination factors and criteria.

Summary. Business social responsibility is dictated by society demands that are developing and becoming more complicated while contradicting enterprises activities economic efficiency. Thus, there arises the necessity to determine corporate social responsibility limits as socially recognized enterprise obligations to perform social functions and to be responsible to stakeholders for this performance.

References: 1. BP official web-site // www.bp.com. 2. Shpigel M. Quantity does not guarantee quality // Vedomosti. 2010. No. 220 (2738). 3. Top executives' millions and blue-collar workers' thousands. Corporate injustice rating: fifty differences between chiefs and subordinates salary // slon.ru/articles/129932.

Contact Info:

Mikhail V. Fyodorov, Dr. Sc. (Ec.),
Dr. Sc. (Mining), Prof., Rector
Phone: (343) 257-02-46
e-mail: rector@usue.ru

Natalya A. Illarionova, post-graduate
of Enterprises Economics Dprt.
Phone: (343) 221-17-88
e-mail: nillarionova76@mail.ru

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

Marketing Sales Management in the Durable Goods Market

by Larisa M. Kapustina, Aleksandra Yu. Zhuravlyova and Yevgeny M. Feldman

Key words: sales management; marketing channels; company-channel; logical concept of the Six Ws; durable goods.

Summary. This article comprises the implication of the marketing concept for sales management in the durable goods market based on a case study of «Stroykompleks» Ltd., which specializes in fireplace retail and wholesale. It illustrates the application of a logical concept of the «Six Ws» by outlining a logical and an analytical methodological framework for marketing sales management of the company – channel. The case study presents the results of the marketing research on the regional consumer durable market.

References: 1. The AMA (American Marketing Association) Dictionary // www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx. 2. Naumov V. N. Strategic co-operation of business-subjects in marketing channels: abstract of Dr. Sc. (Ec.) dissertation. Saint-Petersburg, 2008. 3. Barkan D. I. Marketing channels in the norm and crisis: evidence from the empirical research // Bulletin of Saint-Petersburg State University. Ser. «Management». 2009. Vol. 4. 4. Barkan D. I. Distribution management. Saint-Petersburg:

Saint-Petersburg University Publishing, Graduate School of Management, 2008. 5. Kotelnikov V. 6Ws of Sustainable Corporate Growth – 2009 // www.1000ventures.com. 6. Isern J., Pung C. Harnessing energy to drive organizational change // Bulletin McKinsey. 2008. No. 19. 7. Tikhonova N. Ye. Product-market on the Russian durable goods market: yesterday, today, tomorrow // Marketing i marketingovye issledovaniya. 2006. No. 4.

Contact Info:

Larisa M. Kapustina, Dr. Sc. (Ec.), Prof., Head of International Management, Logistics & Marketing Dprpt.
Phone: (343) 221-17-86
e-mail: lakapustina@bk.ru

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

Aleksandra Yu. Zhuravlyova, Jr. lecturer of International Management, Logistics & Marketing Dprpt.
Phone: (343) 221-17-86
e-mail: ajur2009@mail.ru

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

Yevgeny M. Feldman, post-graduate of International Management, Logistics & Marketing Dprpt.
Phone: (343) 221-17-86
e-mail: feldman-e@mail.ru

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta /Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

Consumers Opinions Monitoring Concerning Education Quality as a Decision-Making Tool while Projecting the Academic Process at a High School

by Vladimir A. Suchkov and Olga A. Gritsova

Key words: education quality; quality management system; education service consumer; consumer-related process governance; monitoring customer demands; education quality assessment.

Summary. In the modern conditions the quality of university education can only be maintained by creation of the quality management system. One of the major principles of this system is customer satisfaction. In NTI a method to monitor customer feedback concerning education quality has been developed. The monitoring results influence the decision making related to academic process.

References: 1. GOST R ISO 9001-2001. Quality management systems. Requirements. Moscow: Publishing house of standards, 2001. 2. Suchkov V. A., Gorbunova O. A. Method of education quality assessment from organizations-customers positions // Education quality: management systems, advances, problems: materials of V International guidance conference in 3 vol. Novosibirsk: NSTU Publisher, 2003. Vol. 3.

Contact Info:

Vladimir A. Suchkov, Cand. Sc., Assistant-Prof., Vice-Director
Phone: (34370) 9-49-09
e-mail: prorector@nsti.ru

The Novouralsk Technological Institute
85 Lenina ul., Sverdlovskaya oblast, Novouralsk,
Russia, 624130

Olga A. Gritsova, Sr. lecturer of Economics & Management Dprpt.
Phones: (34370) 9-48-74, (922) 294-64-92
e-mail: gritsova@mail.ru

The Novouralsk Technological Institute
85 Lenina ul., Sverdlovskaya oblast, Novouralsk,
Russia, 624130

Female Consumer Behaviour on Car Market

by Galina S. Timokhina and Vladislav A. Shaposhnikov

Key words: marketing research; consumer behavior; consumer decision-making process; gender differences; female target segment.

Summary. A brief analysis of the marketing research of gender differences in consumer behavior on a regional car market is presented in the article. A set of distinctive female characteristics is identified and the model of female consumer behavior is developed.

References: 1. Astratova G. V. Peculiarities of individual consumption in Russia // Zhurnal ekonomicheskoy teorii. 2005. No. 1. 2. Sheth J. N., Newman B. I. and Gross B. L. Consumption values and market choices: theory and applications. Cincinnati, OH: South-Western Publishing Company, 1991. 3. Barletta M. How do women shop: what differs marketing for women from that for men / transl. from English by N. G. Vladimirova. Moscow: Vershina, 2004. 4. Angel D., Blackwell R., Miniard P. Consumer behaviour. Saint-Petersburg: Piter Kom, 1999.

Contact Info:

Galina S. Timokhina, senior lecturer of Global Economy Dprt.
Phones: (343) 371-18-95, 371-19-70
e-mail: tim@e66.ru

The Institute of International Relations
33 Karla Libknekhta ul., Yekaterinburg, Russia,
620075

Vladislav A. Shaposhnikov, Cand. Sc. (Ec.), Assistant-Prof. of Management and Marketing Dprt.
Phone: (343) 338-44-56
e-mail: mail@rsvpu.ru

The Russian State Vocational Pedagogical University
11 Mashinostroiteley ul., Yekaterinburg, Russia,
620012

Society Modernization and Personality Freedom

by Vladimir P. Tchervonny

Key words: authoritarianism; destalinisation; personality; modernization; reforme; self-actualisation; freedom; totalitarianism; transformation; elite.

Summary. The author analyzes the Western and Soviet – Russian society modernization models and assesses the large scale attempts of the Russian society's renewal at different stages of its historical evolution. The indissoluble links with contemporary Russia's modernization and self-actualisation problems of the country's citizens have been shown.

References: 1. Darendorf R. Way to freedom: democratisation and its problems in Eastern Europe // Voprosy filosofii. 1990. No. 9. 2. Ilyin N. A. Our Tasks. Russia historical destiny and future: articles 1948–1954 years. In 2 vol. Moscow, 1991. Vol. 1. 3. Lapin N. I. Sociocultural transformation problem // Voprosy filosofii. 2000. No. 6. 4. Fedotova V. G. Modernizations typology and methods of their studies // Voprosy filosofii. 2004. No. 4.

Contact info:

Vladimir P. Tchervonny, Dr. Sc. (Politics), Cand. Sc. (Philosophy), Prof. of Philosophy Dprt.
Phone: (343) 251-96-11
e-mail: philos@usue.ru

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy Voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

On Some Issues of Legal State Development

by Sailau A. Kasabekov

Key words: political activity; political state; totalitarianism; democracy; law; pseudo-legal society.

Summary. In this article the author analyzes the problem of legal state formation. The main principles in legal state are as follows: sovereignty, amateurism and responsibility of a citizen. To liberate the individual it is necessary to guarantee his rights, to allow them to process property as well as to develop his own intellectual culture. Besides, personal determination, will, intrinsic autonomy, spiritual freedom are required. At the same time reciprocal interest and partnership are regarded as a sufficient type of social found in legal state.

References: 1. Gadzhiev K. S. Introduction to political science. Moscow: Logos, 1997. 2. Solovyev E. Yu. A personality and right // Voprosy filosofii. 1989. No. 3. 3. Toynbee A. J. History comprehension. Moscow: Progress, 1990.

Contact Info:

Sailau A. Kasabekov, Dr. Sc. (Politics), vice-
rector for strategic development and admin-
istration
Phones: (7232) 54-05-85, (701) 288-84-45
e-mail: s_kasabekov@mail.ru

The East-Kazakhstan State University named
after S. Amanzholov
34 30 Gvardeyskoy divizii ul., Ust-Kamenogorsk,
Kazakhstan, 070020

The Forming of Public Private Partnership in the Sphere of Innovation

by *Vera I. Maydanik and Irina N. Savelyeva*

Key words: innovations; innovation process; state innovative policy; innovation policy measures; innovation activity; public private partnership; national innovation system; private-public dialog; innovation business environment.

Summary. The article is devoted to the problem of forming the public-private partnership in innovation sphere in the conditions of rapid structural transformation in the economy. The main idea is to study the experience of foreign countries in innovation support and development in the context of public-private dialogue. The periodization of public-private partnership formation stages in innovation sphere is proposed. The authors make a conclusion and give suggestions necessary to improve public-private partnership, to create effective framework conditions for innovation and to keep the innovation environment dynamic in the context of modern Russian economy.

References: 1. Innovation nation: department for innovation, universities & skills. Norwich: HMSO, 2008. 2. The Lisbon review 2010. Towards a more competitive Europe? // World Economic Forum. 2010 (www.weforum.org/pdf/Gcr/LisbonReview/TheLisbonReview2010.pdf). 3. Innovation rating: Russia ranks the sixth from the end // www.cnews.ru/news/top/index.shtml?2009/02/26/338990. 4. Gohberg L. M., Kuznetsova I. A. Innovations in Russian economy is there stagnation in the starting crisis? // Foresight. 2009. No. 2 (10). 5. Indicators of innovation activity. Moscow: HSE, 2009. 6. Susceptibility of Russian political system to innovation impulses: report // www.inno-expert.ru/consulting/report_23092009. 7. Forecast of technological development of the Russian Federation for long-range period // mon.gov.ru/files/materials/5053/prog.ntr.pdf. 8. Kuznetsova I. A., Gosteva S. Yu., Gracheva G. A. Methodology and practice of innovation activity statistics in Russian economy: modern trends // *Voprosy statistiki*. 2008. No. 5. 9. Zoidov K. Kh., Morgunov Ye. V., Bidzhamova K. V. Small and medium-sized innovation entrepreneurship evolution features in crisis economy of the post-Soviet territory. Moscow: CEMI RAS, 2009. 10. Ivanter V. V. We are equal to ourselves // *Ekspert*. 2010. No. 29.

Contact Info:

Vera I. Maydanik, Cand. Sc. (Ec.), Assistant-
Prof. of Global Economics Dprt.
Phone: (343) 251-96-10
e-mail: kafedra_meo_usue@mail.ru

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

Irina N. Savelyeva, Sr. lecturer of Global Eco-
nomics Dprt.
Phone: (343) 251-96-10
e-mail: irinasavelyeva2008@yandex.ru

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

The Investigation of Ecologically Safe Foodstuffs Demand on the Yekaterinburg Consumer Market

by *Mikhail S. Leontyev and Yury A. Ovsyannikov*

Key words: food security; ecologically safe foodstuffs; consumers; solvency demand; age groups; monthly income rate.

Summary. The findings of ecologically safe foodstuffs demand study in the Yekaterinburg consumer market are considered in the article. It is shown that the majority of consumers consider it important to eat ecologically safe foodstuffs. High rate at solvency demand for ecologically safe foodstuffs provides

certain prospects and makes their production economically reasonable. At the same time the majority of the consumers argues that ecologically safe foodstuffs are to be produced locally.

References: 1. The Concept of securing of the Sverdlovskaya oblast population food safety for the period up to year 2015. Yekaterinburg: USACA Publisher, 2005. 2. Krupina N. N. The ecological ABC for a consumer. Saint-Petersburg: Info-da, 2005. 3. Ovsyannikov Yu. A. Theoretical principles of the ecological and biospherical farming. Yekaterinburg: USU Publisher, 2000. 4. Dobrenkov V. I., Kravchenko A. I. Methods of sociological studies. Moscow: INFRA-M, 2009.

Contact Info:

Mikhail S. Leontyev, postgraduate of Ecological Management Dprpt.

Phone: (922) 187-02-70

e-mail: leontyev2005@yandex.ru

Yury A. Ovsyannikov, Dr. Sc. (Agriculture), Assistant-Prof., Prof. of Ecological Management Dprpt.

Phone: (912) 211-51-16

e-mail: ovs122333@yandex.ru

The Urals State University of Economics

62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg, Russia, 620144

The Urals State University of Economics

62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg, Russia, 620144

Use of Organic Polymers in Technological Processes of Food Production

by Oleg V. Oshkordin, Larisa Yu. Lavrova and Gavril A. Usov

Key words: mechanoactivation; dietary fiber; grinding equipment; mechanic-chemical destruction.

Summary. The article explores the issues of the mechanical activation influence on materials which contain organic polymers to use them in technological processes of food production. Authors analyse existing grinding equipment and offer a choice of optimal technical and technological provision which realizes mechanical and chemical destruction.

References: 1. Vaisberg L. A. New Russian technologies and equipment for minerals processing // Gornyi zhurnal. 2003. No. 10. 2. Fomin V. N., Milyukova Ye. B., Berlin A. A. On question of optimization criteria of processing and manufacturing of polymer composites // Academy of Sciences Reports. 2004. Vol. 394, No. 6. 3. Paladeeva N. I., Tabarin A. D. Modern market of crushing and grinding equipment in Russia and CIS countries // Gornye mashiny i avtomatika. 2004. No. 3.

Contact Info:

Oleg V. Oshkordin, Dr Sc., Prof., Prorector for Public Relations and International Relations

Phone: (343) 221-27-19

e-mail: oleg@usue.ru

Larisa Yu. Lavrova, Cand. Sc., Assistant-Prof. of Food Technologies Dprpt.

Phone: (343) 221-27-19

e-mail: lavrova-l@usue.ru

Gavril A. Usov, Cand. Sc., Assistant-Prof. of Technology & Technical Equipment for Mineral Deposits Examination Dprpt.

Phone: (963) 851-33-07

The Urals State University of Economics

62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg, Russia, 620144

The Urals State University of Economics

62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg, Russia, 620144

The Urals State Mining University

30 Kuybysheva ul., Yekaterinburg, Russia, 620144

Coagulation Kinetics of Biological Cells and the Role of Process in Manufacturing Processes Food

by Gennady B. Pishchikov and Sergey M. Shanchurov

Key words: biological cells; coagulation; agglomeration of biological cells; the technological process; the adhesion of biological cells; the kinetic theory of coagulation.

Summary. The author reveals the problem of biological cells coagulation, formulates a mathematical description of the biological cells coagulation on the basis of which the possibility of developing and implementing practical measures to regulate the biological cells agglomeration intensity in the food production process is proved.

References: 1. Shchukin Ye. D., Pertsov A. V., Amelina Ye. A. Colloid chemistry. Moscow: Vysshaya shkola, 2004. 2. Potanin A. A., Verkhusha V. V., Vrzhesch P. V. and others. Theory of adhesive interaction of biological cells in the fluid flow. Cells deformation impact on coagulation // Kolloidny zhurnal. 1994. Vol. 56, No. 3. 3. Penkov N. Coagulation processes in disperse systems. Yekaterinburg: Sokrat, 2006.

Contact Info:

Gennady B. Pishchikov, Dr. Sc., Prof., Head
of Food Production Machinery Dprt.
Phone: (343) 251-96-36

Sergey M. Shanchurov, Dr. Sc., Prof., Head
of City Building Management Dprt.
Phone: (343) 252-14-19
e-mail: ssm@usue.ru

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

The Urals State University of Economics
62/45 8 Marta/Narodnoy voli ul., Yekaterinburg,
Russia, 620144

Determining of the Resort Complexes Public Catering Enterprises Perspective Demand in Skilled Staff

by Anna R. Davydovich

Key words: public catering; a sanatorium complex; perspective requirement, professional shots.

Summary. The article deals with Krasnodar territory resort complex and tourism social-economic development prospects up to 2020, public catering progress is analysed as well. The author points out the problems of specialists' use and training quality, insufficient amount of vocational experts in tourism and hospitality business and sharp increase in the demand for specialists of this kind. Methods of determining of the resort complexes public catering enterprises perspective demand in skilled staff are suggested.

References: 1. Krasnodar territory in figures. 2009. Labour and employment: statistic data / Krasnodarstat. Krasnodar, 2010. 2. The Krasnodar territory law «On the program of Krasnodar territory social-economic development up to 2012» of February 3, 2009 No. 1692-KZ // Kubanskie novosti. 2009. No. 17. 3. Tchuprunov D. I., Zhiltsov Ye. N. High education economics, organisation and planning: text-book. Moscow: Vysshaya shkola, 1988. 4. Maiburov I. A. How to increase Russian economy efficiency? // VVSh «Alma Mater». 2008. No. 5. 5. Krasnodar territory. 1937–2007: statistic data / Krasnodarstat. Krasnodar, 2007. 6. Krasnodar territory social-economic state: comprehensive report 2009 / Krasnodarstat. Krasnodar, 2010.

Contact Info:

Anna R. Davydovich, Cand. Sc. (Ec.), Assist-
ant-Prof. of Economics & Management Dprt.
Phones: (8622) 64-19-56, (918) 209-65-60
e-mail: davyanna@yandex.ru

The Sochi State University of Tourism and
Health Resort Business
26a Sovetskaya ul., Sochi, Krasnodar territory,
Russia, 354000

CONTENTS

THEORY OF ECONOMY	
Korolyov Ye. A. «Cascade» Model for Information Processes in the Management System	5
Kallagov B. R., Tsutsieva M. V. Present Russian State Corporations: Formation Realities and Prospect Value	23
GLOBAL ECONOMICS	
Strovsky L. Ye. Germany: Turkish Problem Remains Critical	28
FINANCE & FINANCE-INVESTMENT MECHANISM	
Maramygin M. S., Balin S. Ye. The Risk and its Place in the Banking	34
Mezenin N. A., Verzakova A. V. Accounts Specifics in Religious Organizations	40
Taipov T. N., Gusmanov I. U. Car Owners' Economic Interests in OSAGO System	44
MAN & SOCIUM	
Surnina N. M., Smirnykh S. N., Orekhova S. V. High School Human Capital Governance: Tools and Strategy (the USUE example)	48
Mezhevikina Ye. A. Civil Education in the Context of the Modernization Processes	57
REGIONAL & MUNICIPAL ECONOMICS	
Vlasova Ye. Ya., Vedernikova Ye. N. The Concept of Target Comprehensive Programs in Cities: Efficiency Reserves	63
Peshina E. V., Ryzhenkov A. V. Formation of the Mission and Strategic Goals of Municipality	71
APPLIED ECONOMY	
Merko A. I. Business Value Points in Market Economy	78
Morozov G. B., Frolov A. S. Definitive Gaps in Economic-Legal Essence of Small Entrepreneurship in Russia	83
Zueva O. N., Vdovin S. S. Current State of Logistic Service in the Sphere of Motor Vehicles Exploitation	89
Ivanova N. V., Ignatyeva M. N. Conditions as State Subsoil Regulation Tool	96
Popov Ye. V., Balakirev S. V. Assortment Matrix – a Basis for Assortment Policy Formation	101
Popov A. N., Kislitsky M. M. The Organisational Economic Mechanism of Consumers Cooperation	111
MARKETING & ADVERTISING	
Kapustina L. M., Zhuravlyova A. Yu., Feldman Ye. M. Marketing Sales Management in the Durable Goods Market	117
Suchkov V. A., Gritsova O. A. Consumers Opinions Monitoring Concerning Education Quality as a Decision-Making Tool while Projecting the Academic Process at a High School	123
Timokhina G. S., Shaposhnikov V. A. Female Consumer Behaviour on Car Market	127
PHILOSOPHY & SOCIOLOGY	
Tchervonny V. P. Society Modernization and Personality Freedom	134
Kasabekov S. A. On Some Issues of Legal State Development	140
INNOVATIVE ECONOMY	
Maydanik V. I., Savelyeva I. N. The Forming of Public Private Partnership in the Sphere of Innovation	144
FOOD SECURITY	
Leontyev M. S., Ovsyannikov Yu. A. The Investigation of Ecologically Safe Foodstuffs Demand on the Yekaterinburg Consumer Market	152

IN SCIENTIST'S LABORATORY

Oshkordin O. V., Lavrova L. Yu., Usov G. A. Use of Organic Polymers in Technological Processes of Food Production.....	158
Pishchikov G. B., Shanchurov S. M. Coagulation Kinetics of Biological Cells and the Role of Process in Manufacturing Processes Food.....	165

DISCUSSION

Davydovich A. R. Determining of the Resort Complexes Public Catering Enterprises Perspective Demand in Skilled Staff.....	170
Review of the Issue No. 4 (30)	174

ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛАМ, ПРЕДСТАВЛЯЕМЫМ В ЖУРНАЛ «Известия Уральского государственного экономического университета»

Общие положения

Для публикации принимаются статьи в соответствии с тематикой журнала. Представляемые материалы должны быть актуальными, иметь научную или практическую значимость и новизну.

Статьи, направляемые в редакцию, рецензируются и в случае положительной рекомендации – редактируются. Редакция не согласовывает с авторами изменения и сокращения рукописи, имеющие редакционный характер и не затрагивающие принципиальных вопросов.

В случае направления статьи на доработку она должна быть возвращена в исправленном виде в максимально короткие сроки. К переработанной по замечаниям рецензента рукописи необходимо приложить ответы автора на замечания рецензента, а также пояснить все изменения, сделанные автором.

Статьи аспирантов и соискателей принимаются к публикации в соавторстве с научным руководителем или другим доктором наук.

Материалы, представляемые авторами в редакцию:

- 1) подписанный всеми авторами текст статьи;
- 2) полная информация об авторах на русском и английском языках*;
- 3) ключевые слова на русском и английском языках;
- 4) аннотация на русском и английском языках;
- 5) пристатейный библиографический список на русском и английском языках;
- 6) фотографии всех авторов;
- 7) файлы всех указанных материалов на дискете или CD.

* **Информация об авторе должна содержать:** фамилию, имя, отчество автора; ученую степень; ученое звание; должность; организацию, которую представляет автор; адрес организации; контактный телефон (с указанием кода города); e-mail. Адрес организации указывается в последовательности: почтовый индекс, страна, город, улица, дом.

Вся указанная информация подлежит публикации.

Требования к оформлению рукописи

Максимальный объем статьи – не более 10 страниц формата А4 с полями по 2 см.

Текст должен быть набран через полтора интервала, размер шрифта – 14, гарнитура – Times New Roman.

Все страницы рукописи следует пронумеровать.

Каждая таблица должна быть озаглавлена, рисунки снабжаются пояснительной подписью.

Уравнения, рисунки, таблицы и ссылки на литературу нумеруются в порядке упоминания в тексте.

Графические элементы (рисунки, схемы) должны быть рассчитаны на черно-белое воспроизведение.

Ссылки на использованную литературу оформляются квадратными скобками.

Требования к электронной версии

Файлы передаются на дискете либо пересылаются по электронной почте.

В состав электронной версии должны входить:

1. Файл, озаглавленный фамилиями авторов на русском языке и содержащий в указанном порядке:

- 1) сведения об авторах на русском языке;

- 2) ключевые слова на русском языке (10–15 слов);
- 3) аннотацию на русском языке (около 600 знаков);
- 4) название статьи на русском языке;
- 5) текст статьи;
- 6) библиографический список на русском языке.

2. Файл, озаглавленный фамилиями авторов на английском языке и содержащий в указанном порядке:

- 1) перевод сведений об авторах на английский язык;
- 2) перевод названия статьи на английский язык;
- 3) перевод ключевых слов на английский язык;
- 4) перевод аннотации на английский язык;
- 5) перевод библиографического списка на английский язык.

3. Файлы с фотографиями авторов. Каждый файл должен быть озаглавлен фамилией автора. К публикации принимаются файлы в форматах JPEG или TIFF с разрешением 300 dpi (точек на дюйм), допускается 200 dpi.

Рукописи, в которых не выполняются данные требования, возвращаются авторам.

Плата за публикацию статей аспирантов не взимается.

Авторские гонорары редакцией не выплачиваются.

Прием статей:

Уральский государственный экономический университет

620144, Россия, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45, каб. 366

Белоусова Елизавета Александровна

Телефон: (343) 221-26-33

e-mail: journal@usue.ru

ИЗВЕСТИЯ



Уральского государственного экономического университета

Выпускается как продолжающееся научное издание
с определенной периодичностью и следующими рубриками:

Экономическая теория
Теория хозяйствования
Прикладная экономика
Экономическая история
Финансы и финансово-инвестиционный механизм
Мировая экономика
Региональная и муниципальная экономика
Экономика природопользования
Экономическая синергетика
Логистика
Маркетинг и реклама
Человек в новой экономике
Теория управления
Экономика образования
Продовольственная безопасность
Философия и социология
История и современность
В лаборатории ученого
Дискуссионная трибуна
Вести научных школ
Портрет ученого (юбилейная рубрика)
Университетская информация
Былое
Рецензии

Наш адрес: 620144, г. Екатеринбург, ГСП 985, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45

Контактные телефоны: (343) 221-17-02, 257-37-06

Электронный адрес: <http://www.izvestia.usue.ru>

Научное издание

**Известия Уральского государственного
экономического университета**

**№ 4 (30)
2010**

Редакторы и корректоры:

М. В. Баусова,
Л. В. Матвеева,
Р. Д. Мочалова

Информация на английском языке

Е. А. Белоусова

Технический редактор

А. А. Гребенщикова

Компьютерная верстка

А. А. Гребенщиковой

Издательство Уральского государственного экономического университета

620144, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта / Народной воли, 62 / 45

Поз. 337. Подписано в печать 29.11.2010.

Формат 70 × 108 / 16. Уч.-изд. л. 14,02. Усл. печ. л. 16,97.

Тираж 500 экз. Заказ .

Отпечатано с готового оригинал-макета в типографии АМБ
620142, г. Екатеринбург, ул. Щорса, 7. Тел. (343) 214-90-03