

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

АНАЛИЗ ПРЕИМУЩЕСТВ И НЕДОСТАТКОВ ФРАНЧАЙЗИНГА

Батраченко Дмитрий Константинович

студент ФГАОУ ВО «Самарский государственный аэрокосмический университет имени академика С.П. Королева (национальный исследовательский университет)», г. Самара

Морозова Светлана Анатольевна

к.э.н., доцент ФГАОУ ВО «Самарский государственный аэрокосмический университет имени академика С.П. Королева (национальный исследовательский университет)», г. Самара

ANALYSIS OF ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF FRANCHISING

Batrachenko Dmitriy, student of Samara State Aerospace University, Samara

Morozova Svetlana, Candidate of Science., associate professor of Samara State Aerospace University, Samara

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассмотрены понятие франчайзинга, его преимущества и недостатки. Проанализирована ситуация развития франчайзинга в России и выявлены причины снижения количества франчайзеров и франчайзи в 2014 году. Рассмотрена структура франчайзинга в России и определен лидирующий сектор франчайзинга.

ABSTRACT

This article considers the concept of franchising, advantages and disadvantages. It analyzes the development of franchising in Russia and identifies the reasons for the decline in the number of franchisors and franchisees in 2014. This article considers the structure of franchising in Russia and identifies the leading sector of franchising.

Ключевые слова: франчайзинг, предпринимательство, франшиза.

Keywords: franchising, entrepreneurship, franchise.

Франчайзинг – система отношений, в которой франчайзер предоставляет франчайзи право пользования на комплекс принадлежащих франчайзеру исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации в обмен на прямое или косвенное финансовое вознаграждение в целях продажи продукта или услуг франчайзера по заранее определенным правилам ведения бизнеса [1].

Франчайзинг как форма ведения бизнеса зародилась в США уже в 1920-е года, когда наибольшее развитие приобрел товарный франчайзинг. Окончательно классическая модель подобных отношений между субъектами рынка сформировалась лишь к 1950-м годам. В России же понятие франчайзинга на протяжении многих лет оставалось неизвестным, и лишь в последние годы этот форма ведения бизнеса стала привлекательной для российских предпринимателей. Резкая популяризация франчайзинга наблюдается в период с 2007 по 2013 года. Столь позднее проникновение российский предпринимателей этой идеей связано с рядом факторов: к примеру, законодательно франчайзинг установился совсем недавно. Лишь в 2014 году в Госдуму был внесен законопроект о франчайзинге, урегулировавший вопросы договора между франчайзи и

франчайзером, защищающий интересы обеих сторон [2]. Отношения франчайзинга регулируются договором коммерческой концессии. У франчайзера всегда есть риск того, что концепцию его бизнеса своруют – подпустив франчайзи к своему бизнес-плану, принципам ведения бизнеса и раскрыв ему ноу-хау, нет гарантии, что франчайзи не решит отменить договор о покупке франшизы и не создаст свой бизнес на модели франчайзера, составив ему при этом прямую конкуренцию. Именно поэтому так важно четкое урегулирование прав отношений франчайзинга в законе.

Снижение количества франчайзеров в 2014 году объясняется нестабильной экономической ситуацией (рисунок 1). Рост бизнеса в условиях эмбарго весьма сложен, особенно учитывая, что в случае франчайзинга франчайзи во многих случаях обязан покупать сырье у установленных франчайзером поставщиков. Учитывая, что курс рубля падает, а евро и доллар растут, в таких условиях франчайзи будут лишаться части своей прибыли. Особенно влияет тот фактор, что по многим франчайзинговым договорам франчайзи даже не имеет право завышать или ставить свою цену на предлагаемый товар [4].

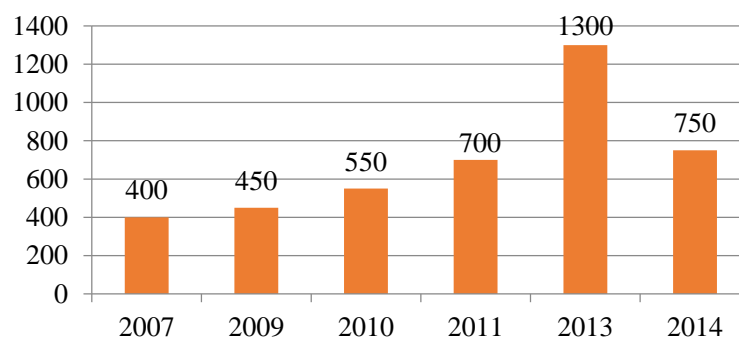


Рисунок 1. Количество франчайзеров в России

Что касается структуры франчайзинга, то наиболее популярным сектором рынка в этой области России является непродовольственный товар – одежда, обувь, мебель, бытовая техника, автомобили и т.д. (рисунок 2). В этом секторе лидируют такие компании, как Incity, Mr.doors, Finn Flare, Corsocomo, Baon, Glance, Tui, 220 Вольт [3]. Данные франшизы имеют стабильный положительный

темп открытий, низкое количество закрытых предприятий и хорошие показатели окупаемости [4].

Также среди лидирующих секторов в франчайзинговом бизнесе можно отметить сектор общественного питания. Это всем известные марки KFC, Burger king, Subway, Баскин Робинс, Крошка-картошка, Сбарро, Папа Джонс [3].

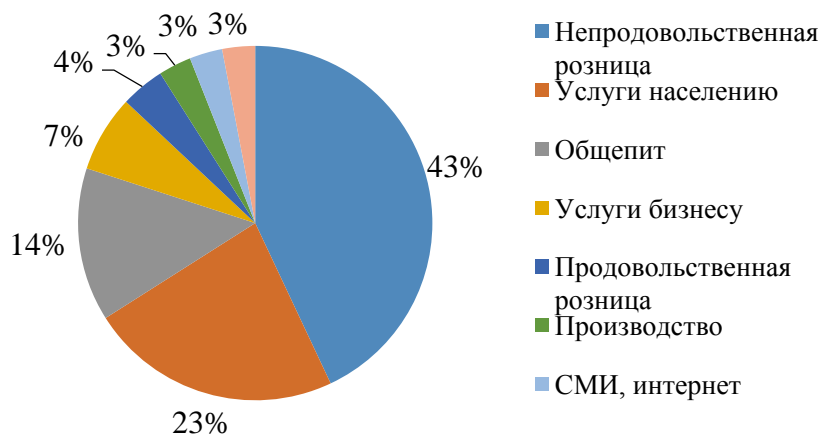


Рисунок 2. Структура российского франчайзинга

Итак, учитывая, что популярность франчайзинга растет, следует определить, в чем же его преимущества и недостатки, и что лучше: приобрести франшизу или организовать свой собственный бизнес.

Со стороны франчайзера выгода франчайзинга понятна: он получает гарантированный и стабильный доход (роялти), увеличивает объем продаж своей продукции (по договору франчайзи должен приобретать у франчайзера определенное количество товара или сырья). На вопрос: что выгоднее, открыть филиал или продать франшизу, нельзя дать определенный ответ. При открытии филиала все расходы, связанные с подбором и обучением персонала, перекладываются на плечи франчайзи. Ко всему прочему, продажа франшизы – это шанс диверсифицировать риски, ведь в случае банкротства открытой точки все расходы несет франчайзи. Минимизировав риск, франчайзер, тем не менее, имеет и доход (в зависимости от условий договора это могут быть квартальные, ежемесячные или годовые установленные суммы платежей, либо же определенный процент от прибыли точки), и при всем этом развивает свою торговую сеть.

Однако есть и минусы для франчайзера: продажа франшизы, то есть готового шаблона предприятия, несет за собой проблему постоянной проверки франчайзи: следует ли открытая точка определенным принципам, такая же ли там ценовая политика, верно ли подобран персонал. Ведь для потребителя нет разницы, в какой конкретно точке сети магазинов или общепита он покупает продукцию. Прежде всего, он приобретает товар у бренда, а если товар некачественный, то страдает бренд в целом, а не отдельная торговая точка.

Что касается франчайзи, то для него так же есть определенные преимущества и недостатки. Во-первых, предприниматель, приобретающий франшизу, становится пользователем проверенной бизнес-системы. Однако для того, чтобы иметь максимальную гарантию приобретения к действительно прибыльному предприятию, недостаточно основываться лишь на его доходе и денежном обороте. Следует убедиться, что предлагаемая на рынке франшиза – это бизнес-система с отработанными бизнес-процессами

и гарантированной эффективностью. Для развития франчайзинговой сети франчайзер должен иметь четкий план создания «клонированного» бизнеса, который впоследствии и предоставляет франчайзи.

Во-вторых, приобретая франшизу раскрученной компании, предприниматель получает шанс минимизировать риски: начинающий бизнесмен открывает свое дело «с нуля», без поддержки и наработанной базы клиентов, и постепенно начинает завоевывать рынок. Франчайзи же вступает в партнерство с зарекомендовавшей себя на рынке фирмой, уже завоевавшей внимание потребителей. Соответственно, риск банкротства снижается в несколько раз, а удачный выход на рынок гарантирован. Более того, выходя на рынок, начинающий предприниматель вынужден бороться за клиентов не только предлагая им качественный товар, но и тратиться на рекламу нового для потребителей продукта. При франчайзинге затраты на рекламу минимизированы – бренд, под которым работает франчайзи, уже широко известен. Затраты франчайзи на первоначальный маркетинг сводятся к обеспечению рекламы открытия франчайзингового предприятия на локальном рынке. Так же дело обстоит и с текущей рекламой, которая направлена на «раскрутку» франчайзинговой сети в данном конкретном регионе. И, конечно же, положительный момент для франчайзи есть и в таком вопросе, как база поставщиков. Становясь членом большой торговой сети, предприятие получает льготные условия поставок.

Также стоит отметить такое преимущество франчайзинга перед открытием собственного дела, как получение доступа к базе знаний успешной фирмы. Франчайзер не только дает шаблон своего предприятия, но и обучает своих партнеров тому, как нужно эффективно строить бизнес, учитывая все его специфические особенности.

Что касается существенных недостатков франчайзинга, франчайзи по договору вынужден следовать определенным правилам, установленным франчайзером. Соответственно, в этом франчайзинг проигрывает собственному бизнесу, где его владелец волен самостоятельно определять стратегию развития предприятия, це-

новую политику. Также, франчайзи часто обязаны закупать сырье и продукцию у поставщиков, назначенных франчайзером, что может ограничивать их доступ к свободному рынку и вынуждать покупать сырье и продукцию по завышенным ценам. Более того, по понятным причинам для франчайзи могут быть установлены жесткие ограничения на выход из бизнеса, включая запрет на открытие конкурирующих организаций в течение определенного срока или на определенной территории.

Список литературы:

1. Законопроект № 503845-6 «О франчайзинге», 2014 – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.eg-online.ru/document/law/245363/> (дата обращения 20.11.2014).
2. Зубков И., Российский закон о франчайзинге, Российская газета, 2014 – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.rg.ru/2014/04/22/franchayzing-site-anons.html> (дата обращения 19.11.2014).
3. Рейтинг топ-100 франшиз в России, 2014 – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://topfranshiza.ru/top-100-franshiz-v-rossii-2014> (дата обращения: 20.11.2014).
4. Рождественская А. Итоги 2013 года для российского франчайзинга, 2014 – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://b-mag.ru/2014/russia/7-faktorov-rosta/> (дата обращения 17.11.2014).

МЕТОД РАСЧЕТА СТОЙКОСТИ, СРОКОВ И СТОИМОСТИ РЕМОНТОВ СМЕННОГО ОБОРУДОВАНИЯ МНЛЗ, НА ОСНОВАНИИ ВЕРОЯТНОСТНЫХ КОЭФФИЦИЕНТОВ

Бердников Андрей Сергеевич

кандидат технических наук, заместитель начальника цеха ремонта металлургического оборудования №3.

Закрытое Акционерное Общество «Механоремонтный комплекс»

Открытое Акционерное Общество «Магнитогорский Металлургический Комбинат». Г.Магнитогорск

METHOD FOR CALCULATING THE RESISTANCE, AND DATES REPAIR COST REPLACEMENT EQUIPMENT CASTERS PROBABILITY ON THE BASIS OF FACTORS

АННОТАЦИЯ

Рассмотрен опыт эксплуатации роликов МНЛЗ на ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат». Приведены сведения об исследованиях по стойкости различных материалов, которые использовались для изготовления и наплавки роликов. А так же данные по массовому применению в МНЛЗ роликов выточенных их заготовки полученной методом ЭШП.

ABSTRACT

The experience of exploitation movies caster at Open Joint Stock Company Magnitogorsk Iron & Steel Works. Data on studies of resistance of various materials used for manufacturing and welding rollers. As well as data on the mass use in continuous casting machine rolls carved their billets obtained by electro slag remelting.

Ключевые слова: наплавка, ролик, машина непрерывного литья заготовок.

Keywords: welding on, roller, Continuous casting machine.

В процессе эксплуатации любого оборудования постепенно ухудшается его техническое состояние. Поэтому очень важно уметь прогнозировать сроки его отказа, рассчитывать затраты связанные с восстановлением и назначать оптимальные сроки ремонта.

Данная задача очень важна для ресурсоемких производств, и в частности, для непрерывной разливки стали. На ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат» в год разливается до 11 млн. тонн стали, или ~ 1273 т/час. Поэтому любые временные потери на ремонтные и аварийные простои приводят к крупным убыткам.

Существует достаточное количество литературных источников посвященных теме прогнозирования сроков отказа оборудования и оптимизации затрат. Н.А.Ченцов и В.А. Сидоров используют модель, построенную на математическом ожидании остаточного ресурса, рассчитанного через коэффициент характеризующий увеличение скорости изменения износа в зоне предельного состояния, а также среднего ресурса детали (определенного методом экспертных оценок) и ее текущего состояния [1]. В.Я. Седуш как и С. Мэнсон за основу принимают цикличность нагружения [2,3]. У Н.Т. Баскаковой оптимизация затрат предполагается за счет ликвидации неплановых и аварийных ремонтов, путем снижения РЭМ (ремонтно-эксплуатационного металла) [4].

Но, ни в одном из указанных источников, не предложено приближенного к реальности и относительно простого способа расчета длительности срока эксплуатации сменного оборудования УНРС (установок непрерывной разливки стали), который может использоваться в реальном производстве. Абсолютно не рассмотрен вопрос касающийся длительности ремонтов, что весьма актуально как для заказчика так и подрядных структур. Не рассмотрена система оплаты, зависящая от стойкости оборудования. Предложение Н.Т.Баскаковой по отмене ряда ремонтов вообще некорректно.

Ликвидация аварийных ремонтов в непрерывной разливке не представляется возможной. Фактор «прорыва», нарушения целостности корочки сляба и аварийного разлива жидкого металла на оборудование, приводящее к выходу его из строя, учитывается даже такими именитыми фирмами как «СМС-Зимаг» (Германия), «Вест-Альпине Индустриенлагенбау» (Австрия), Даниели (Италия).

МНЛЗ состоит из кристаллизатора (прямоугольный блок медных водоохлаждаемых стенок), в который заливается жидкая сталь и формируется корочка и сам сляб [2]. И роликового полотна, по которому сформированный прямоугольный сляб двигается, состоящего из отдельных роликов различных диаметров сгруппированных в секции и блоки. Ролик – это самый массовый элемент МНЛЗ,

определяющий ее стойкость. Стойкость – это способность эксплуатироваться до не допустимой величины износа.

При износе роликов свыше допустимых величин происходит нарушение заданной разливочной кривой и увеличение растрогов. Поломка роликов, вызывает прорыв корочки слитка, что приводит к необходимости остановки МНЛЗ. Поэтому ролики являются одним из основных рискообразующих элементов сменного оборудования МНЛЗ.

Но сменное оборудование кроме роликов, включает в себя подшипники, манжеты, рукава, трубопроводы охлаждения, питатели (устройств для дозированной подачи смазки). Каждая из перечисленных позиций может привести к остановке оборудования, по причине выхода из строя.

Подшипники разрушаются из-за перегрева, недостатка смазки, выхода из строя манжет, при деформациях на роликах. Манжеты теряют в процессе эксплуатации свои уплотняющие свойства, что приводит к проникновению графа, окислы и остатков шлакообразующей смеси к подшипникам, их заклиниванию, остановке ролика и прорыву. Стоимость прорыва исчисляется в зависимости от поврежденного оборудования и может достигать 7 млн. руб.

Как же учесть эти риски. Можно использовать вероятностные зависимости. В связи с тем, что стойкость роликов определяет работоспособность МНЛЗ, предлагается для каждой единицы оборудования УНРС, вывести базовую стойкость - усредненное значение стойкости роликов, между максимальным и минимальным ее значением. Через базовую стойкость (B_{cp}) рассчитать длительность срока эксплуатации отремонтированной единицы оборудования, по формуле (1.1) с помощью коэффициентов $K_1, K_2, K_3, \dots, K_n$. Коэффициенты принимать равными от 0 до 1. Величина коэффициентов приведена ниже. Она учитывает фактическую работоспособность составляющих сменное оборудование элементов и получена на основании анализа их состояния на примере секций и блоков МНЛЗ ККЦ ОАО «ММК».

$$C_{тр} = B_{cp} \left(1 - \sum_1^n K_n / n \right) \quad (1.1)$$

где:

$C_{тр}$ - срок эксплуатации после текущего или очередного ремонта,

B_{cp} – базовый срок,

K_n - коэффициенты:

K_1 - коэффициент связанный с количеством повторно установленных деталей и сборочных единиц: при повторной установке до 50% узлов (деталей) $K_1 = 0,1$; при 100% $K_1 = 0,2$.

K_2, K_3, K_4 - коэффициенты связанные с повторным использованием стандартных изделий поставляемых “Заказчиком” (“давальческого материала” - подшипников, рукавов, манжет, трубопроводов, питателей):

- при повторном использовании подшипников вводится – $K_2 = 0,5$,
- при повторном применении рукавов $K_3 = 0,1$,
- при повторном использовании манжет $K_4 = 0,15$,
- при повторном использовании трубопроводов $K_5 = 0,15$
- при повторном использовании питателей $K_6 = 0,5$

K_7 – коэффициент зависящий от времени эксплуатации оборудования и его износа,

- до 3 лет эксплуатации – $K_7 = 0$;
- до 5 лет – $K_7 = 0,05$;

- до 8 лет $K_7 = 0,1$;
- до 10 лет $K_7 = 0,2$.

Коэффициенты не являются константой и подбираются для каждой МНЛЗ индивидуально. Фактически они учитывают процент риска выхода деталей из строя [4].

Для определения продолжительности ремонта оборудования предлагается установить базовый срок ремонта – время, за которое ремонтируется (разбирается, собирается, настраивается, смазывается опрессовывается и т.д.) единица оборудования при наличии всех комплектующих деталей и узлов, например:

- кристаллизатор - 3 суток
- секции №1 - 3 суток,
- секции №2 - 14 суток,
- секции № 3,4 - 12 суток,
- секции №5,6,7 - 12 суток
- тянущая клеть - 25 суток.

В случае если детали восстанавливаются в условиях ремонтного цеха, срок ремонта предлагается рассчитывать на основании базового срока ремонта по формуле (1.2):

$$C_p = C_{бр} \left(1 - \sum_1^n K_p / n \right) \quad (1.2)$$

где:

C_p – срок ремонта оборудования,

$C_{бр}$ – базовый срок ремонта,

K_p - коэффициенты,

n - количество коэффициентов,

Коэффициенты K_p устанавливаются в зависимости от объема требующих восстановления изделий и зависят от того может ли секция или блок ремонтироваться и собираться параллельно с ремонтом данных деталей. После анализа данных по сменному оборудованию МНЛЗ ОАО «ММК» предложено использовать следующие значения:

- в случае если ремонту подвергается до 50 % опор (гребенок) $K_{p1} = 0,3$; 100% - $K_{p1} = 0,4$;
- наплавляются сальниковые шейки роликов (осей) до 50% $K_{p2} = 0,2$; 100% - $K_{p2} = 0,3$;
- восстанавливаются редуктора $K_{p3} = 0,1$;
- восстанавливаются детали и узлы после прорыва, залива, коррозии и др. факторов, $K_{p4} = 0,5$.

Расчет стоимости ремонтных работ предлагается производить с учетом положительной или отрицательной динамики стойкости. Это позволит оптимизировать ремонтные затраты. Уменьшить их, если оборудование не отработало установленный регламент, и предусмотреть определенные бонусы ремонтной структуре, от прибыли полученной, в случае если оборудование продолжает работать, а не останавливается на очередной ремонт. Можно применить следующие схемы расчетов:

1. Фиксированная сумма оплаты. Заказчик определяет фиксированную сумму оплаты за ремонт на год (месяц), ремонта в объеме существующих технологических процессов. Указанная сумма разбивается на цены по каждой единице оборудования. Оплата производится по факту изготовления единицы. В случае если ремонт оборудования превышает указанную стоимость, производится доплата.

Стоимость оборудования рассчитывается по формуле:

$$C = C_p + C_{п} + C_{сп} + C_k + C_{сб} + C_{рег1} + C_{рег2} \quad (1.3)$$

где:

C_p – стоимость роликов,

$C_{п}$ – стоимость подшипников,

$C_{пр}$ – стоимость прочих покупных составляющих,

C_k – стоимость комплектующих,

$C_{сб}$ – стоимость сборочных услуг,

$C_{рег1}$ – добавочная стоимость при превышении регламента,

$C_{рег2}$ – добавочная стоимость при снижении регламента,

$$C_{пр} = C_{мм} + C_{рр} + C_{фey} \quad (1.4)$$

где:

- $C_{мп}$ – стоимость металлоркавов,

- $C_{рр}$ – стоимость резиновых рукавов,

- $C_{фey}$ – стоимость колец FEY.

$$C_{рег1} = K \cdot C_{пл} \cdot \frac{P_{ст}}{\Phi_{ст}} \quad (1.5)$$

$$C_{рег2} = K \cdot C_{пл} \cdot \left(1 - \frac{\Phi_{ст}}{P_{гар}}\right) \quad (1.6)$$

где:

K – количество плавков свыше (или менее) гарантийной стойкости,

$C_{пл}$ – стоимость одной плавки,

$P_{гар}$ – гарантийная стойкость,

$\Phi_{ст}$ – фактическая стойкость

$$K = \Phi_{ст} - P_{ст} \quad (1.7)$$

$$C_{пл} = \frac{C_{ст}}{P_{ст}} \quad (1.8)$$

где:

$C_{ст}$ – средняя стоимость секции за квартал,

$P_{ст}$ – регламентная стойкость секции.

2. Оплата от стоимости от количества (процента) заменяемых деталей и типа ремонта.

- Предварительно производится расчет стоимости единицы оборудования при 100 % замене деталей (с учетом цены деталей).
- При поступлении оборудования производится дефектовка оборудования и стандартных составляющих (подшипников и т.п.). Определяется процент деталей и стандартных составляющих подлежащих

замене. Пропорционально проценту рассчитывается стоимость единицы. Фактическая стоимость предъявляется заказчику.

3. Система оплаты с отдельным калькулированием каждой услуги с ее оплатой после проведения.

Заказчик самостоятельно производит выбор необходимого ремонта который указывает в паспорте. (на каждую единицу оборудования), где уточняет необходимый ремонт. Подрядчик производит калькулирование ремонта по фактическим затратам и выставляет счет Подрядчику.

4. Комбинированная система оплаты включающая как фиксированные платежи, либо расчет от процента заменяемых деталей так и оплату с отдельным калькулированием.

Предлагаемая комплексная методика, учитывает особенности рисков, возникающих при эксплуатации сменного оборудования МНЛЗ и может быть адаптирована к любой ремонтной структуре, связанной с его ремонтом.

Заключение:

Предложен подход к прогнозированию стойкости и сроков ремонта оборудования на основании вероятностных коэффициентов, а также методика расчета стоимости, учитывающая положительные или отрицательные колебания стойкости относительно базовой.

Список литературы:

1. Ченцов Н.А., Сидоров В.А. Прогнозирование сроков отказа механического оборудования // Сталь №1. 2006 г С. 62-64.
2. Седуш В.Я, Ченцов Н.А. Прогнозирование сроков отказа металлургического оборудования // Металлургическая и горнорудная промышленность. 1994. №3 С.75-77
3. Мэнсон С. Температурные напряжения и малоцикловая усталость // Москва / Машиностроение/ 1974 г, С. 185-207.
4. Баскакова Н.Т., Куликов С.В., Арапова Т.К. Проблемы формирования затрат на ремонт и содержание основного металлургического оборудования // Магнитогорского государственного технического университета им Г.И.Носова. 2012. №1 С.121.

АНАЛИЗ ПРИЧИН И ПОСЛЕДСТВИЙ ПАДЕНИЯ КУРСА РУБЛЯ

Безгин Никита Павлович

студент ФГАОУ ВО «Самарский государственный аэрокосмический университет имени академика С.П. Королева (национальный исследовательский университет)», г. Самара

Бугаев Денис Владимирович

студент ФГАОУ ВО «Самарский государственный аэрокосмический университет имени академика С.П. Королева (национальный исследовательский университет)», г. Самара

Морозова Светлана Анатольевна

к.э.н., доцент ФГАОУ ВО «Самарский государственный аэрокосмический университет имени академика С.П. Королева (национальный исследовательский университет)», г. Самара

ANALYSIS OF CAUSES AND CONSEQUENCES FALL IN EXCHANGE OF THE RUBLE

Bezgin Nikita, student of Samara State Aerospace University, Samara

Bugaev Denis, student of Samara State Aerospace University, Samara

Morozova Svetlana, Candidate of Science., associate professor of Samara State Aerospace University, Samara

АННОТАЦИЯ

В данной статье описывается проблема падения курса рубля. Выявляются причины падения курса, такие как: снижение цен на нефть; участие России в событиях, складывающихся на Востоке Украины; действия Центрального банка страны. После этого выясняются последствия падения курса для импортирующих и экспортирующих компаний. Так же показывается влияние падения курса на стоимость отечественных товаров и недвижимости в России.

ABSTRACT

This article describes the problem of the devaluation of the ruble. The authors reveal the reasons of the devaluation of the ruble, such as low oil prices; Russia's participation in the events that are emerging in the East of Ukraine; actions of the Central Bank of the country. After that, authors show the effects of depreciation of the ruble for importing and exporting companies. In addition, authors show how depreciation of the ruble affects the value of domestically produced goods and real estate in Russia.

Ключевые слова: цена, нефть, валютный рынок, курс доллара, импортирующие компании, экспортирующие компании.

Keywords: price, oil, currency market, dollar exchange rate, importing companies; exporting companies.

2014 год ознаменовался стремительным падением рубля. По данным газеты The Wall Street Journal, в начале декабря рубль упал на 6% по отношению к доллару, а с начала года снижение составило порядка 40% [1]. Упорное падение российской валюты привело к тому, население стало массово скупать иностранную валюту, и уже мало кто верит в скорое решение данной проблемы.

Стоит отметить, что сложившаяся ситуация на валютном рынке является результатом воздействия нескольких факторов в один момент времени. Каждый из факторов имеет свою логику воздействий на экономику России. Рассмотрим их подробнее.

Официальной и фундаментальной причиной падения рубля является снижение цен на нефть. Начиная с августа 2014 года, на протяжении трех месяцев, цены на нефть упали на 20%. Данное снижение очень серьезно повлияло на платежный баланс России, поскольку нефть и нефтепродукты составляют половину российского экспорта [7]. По оценкам экспертов 20% снижение цены на нефть с точки зрения платежного баланса приведет к потере экспортных поступлений в объеме 5 млрд. рублей в месяц. Если добавить к этому спрос корпоративного сектора на валюту для погашения внешнего долга (около 7 млрд. в месяц), то станет очевидным, что в России сложились хорошие условия для очередного падения курса национальной валюты [5].

Следующей причиной, обуславливающей падение курса рубля, являются участие России в событиях, складывающихся на Востоке Украины. После присоединения российскими властями Крымского полуострова, произошел резкий отток капитала из страны, что в свою очередь является причиной резкого спроса на национальную валюту. В результате платежный баланс страны вместо притока иностранного капитала ощутил отток капитала российского. Дальнейшее же участие России в событиях на Украине привело к введению международных санкций против России. В результате введенных санкций в стране возникла проблема рефинансирования внешнего валютного долга отечественных корпораций.

До событий 2014 года российские компании развивали свой бизнес с помощью долгосрочных кредитов, которые они брали на Западе под низкий процент. Так, крупнейшая покупка Роснефтью ТНК-ВР осуществлялась на долларовый кредит, что очень серьезно подорвало экономическую безопасность компании. Введенные экономические санкции, представляющие собой запрет на привлечение средств на рынке капитала в отношении российских государственных банков и компаний, привели к тому, что весь корпоративный сектор страны на внешнем рынке не может ни привлечь кредит, ни продать свои акции. Это в свою очередь стало причиной увеличивающегося спроса на валюту, поскольку денег внутри страны нет не у кого, а

долги платить надо (до конца следующего года задолженность государственных корпораций составило около \$ 100 млрд.) [5,6].

Сложившаяся ситуация поставило в серьезное замешательство ЦБ, действия которого способствовали еще более серьезному падению рубля. В октябре 2014 года, когда цена на нефть стала ниже 100\$ за баррель, российские банки стали запасаться валютой. Поскольку собственных средств у банков не много, а население и предприятия по поводу доллара к тому времени особо не беспокоились, единственным источником пополнения рублей для покупки долларов у банков был ЦБ. Весь октябрь ЦБ выдал кредиты коммерческим банкам по 8% годовых. Всего было выдано ЦБ более 1,5 трлн. рублей. И естественно с выдачей кредитов ЦБ продавал валюту и тем самым сдвигал вниз курс рубля. Та же ситуация возникла в период с 2008 по 2009 год. Тогда ЦБ потратил \$200 млрд., а давление на рубль прекратилось после того как ЦБ перестал выдавать кредиты коммерческим банкам [5].

Сложившиеся ситуации с падением рубля на валютном рынке, уже отражается на экономике России. Правда, это отражение носит как позитивный, так и негативный характер. К примеру, падение рубля «играет на руку» экспортирующим компаниям нашей страны, поскольку теперь их продукция на международных рынках будет стоить дешевле. Ослабление рубля особенно выгодно экспортерам нефти, так как рост курса доллара сбавлял снижение цен на нефть, а также фискальным властям России, так как таможенные пошлины устанавливаются в долларах.

Что касается импортирующих компаний, то с падением рубля они становятся менее конкурентоспособными, по сравнению с отечественными производителями. В настоящее время данным компаниям приходится сталкиваться с проблемами падения продаж своей продукции в силу роста цен. В первую очередь это касается бытовой техники и электроники, одежды и лекарств, а также автомобилей. Так по прогнозам экспертов в начале 2015 года стоимость техники, в зависимости от категории, может вырасти на 5-15 процентов [3]. Цены на автомобили в ближайшие месяцы могут вырасти на 5-10%, а по отдельным брендам, производство которых не локализовано в России, рост может оказаться еще больше [2].

Рост цен затрагивает и отечественные товары, произведенные из импортного сырья или комплектующих. Причем среди изделий бытовой техники и электроники больше всего дорожают самые доступные и популярные модели.

Стоит также отметить, что поставщики импортной продовольственной продукции в большинстве случаев сильно ограничены контрактами, так что быстро поднять закупочную стоимость продуктов им не удастся, хотя и

они, скорее всего, вынуждены будут это сделать в начале 2015 года.

Цены на жилье в России от роста курса доллара по отношению к рублю не изменяются. Дело в том, что цены на российское жилье с 2007 года устанавливаются в рублях, поэтому они не подвержены колебаниям в связи с изменением курсов валют, объясняют эксперты. На вторичном рынке в долларах выставлены на продажу лишь единичные объекты, поэтому ситуация с ослаблением рубля может отразиться лишь на некоторых элитных объектах и на ряде предложений бизнес-класса.

Интерес россиян к недвижимости в западных странах из-за падения рубля пока не снизился, но и резкого роста спроса тоже не наблюдается. По словам президента международного агентства недвижимости Gordon Rock, средний класс российских инвесторов обычно занимает в подобной ситуации выжидательную позицию – удачный момент для покупки упущен, а вторая волна кризиса может оказаться не за горами. А вот более состоятельная категория, наоборот, активизируется в такие периоды. Однако, поясняет он, причина не в том, что рубль упал, а в том, что рубль, в принципе, продолжает находиться в области повышенной волатильности [4].

Анализ ситуации связанной с падением рубля показывает, что с одной стороны, подобная валютная «слабость» помогает России, поскольку позволяет ей получать больше рублей при конвертации деноминированных в долларах доходов от нефти. А с другой стороны, урон наносится частному сектору российской экономики, и дальнейшее снижение курса рубля может усилить отток капитала.

Список литературы:

1. WSJ: падение рубля грозит Москве политическими проблемами – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://www.gazeta.ru/business/news/2014/12/02/n_6703601.shtml (дата обращения 07.12.2014).
2. Автопроизводители ответят повышением цен на ослабление рубля – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://top.rbc.ru/business/05/11/2014/545a02becbb20f82167d910a> (дата обращения 07.12.2014).
3. Бытовая роскошь – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://lenta.ru/articles/2014/11/27/electron/> (дата обращения 07.12.2014).
4. Некоторым даже выгодно – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://vz.ru/economy/2012/6/4/582041.html> (дата обращения 07.12.2014).
5. Неуловимые спекулянты – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://rus.azadliq.mobi/a/26693689.html> (дата обращения 07.12.2014).
6. Нефть ни при чем: что стало главным фактором падения рубля – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [http://daily.rbc.ru/opinions/economics/12/11/2014/546370b0cbb20f0ecb28103e#xtor=AL-\[internal_traffic\]-\[top.rbc.ru\]-\[546b52dbcbb20f84b19814ad\]-\[related\]](http://daily.rbc.ru/opinions/economics/12/11/2014/546370b0cbb20f0ecb28103e#xtor=AL-[internal_traffic]-[top.rbc.ru]-[546b52dbcbb20f84b19814ad]-[related]) (дата обращения 07.12.2014).
7. Средняя цена на нефть Urals в октябре упала почти на 20% – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.rbc.ru/rbcfreenews/5459f3e9cbb20f688165354c> (дата обращения 07.12.2014).

ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЕ КЛАСТЕРЫ – МИРОВОЙ ТРЕНД В РОССИИ

Бойко Максим Сергеевич

Аспирант Санкт-Петербургского Государственного Экономического Университета (Санкт-Петербург)

ENERGY CLUSTERS IS A GLOBAL TREND IN RUSSIA

Boyko Maksim, Graduate student of Saint-Petersburg State University of Economics (Saint-Petersburg)

АННОТАЦИЯ

Статья анализирует ситуацию с энергетическими кластерами в экономике России. Для этого сначала раскрывается понятие экономического кластера, далее производится анализ ситуации в развитых европейских странах, и в последней части работы происходит обзор современной российской ситуации с энергетическими кластерами. В итоге путем сравнения зарубежного опыта и российских реалий формулируются рекомендации по развитию данного направления экономики.

ABSTRACT

This article analyzes the situation with energy clusters in Russian economics. Firstly, we describe the concept of energy cluster. Secondly, we analyze the situation in developed European countries. After that we review modern economic situation in Russia and Russian energy market. In conclusion, we compare cluster's development and make recommendations for our country.

Ключевые слова: кластеры, энергетика, экономический тренд.

Keywords: clusters, energy, economic trend.

В современном мире наблюдаются новые тенденции экономического развития. Одним из ключевых перспективных направлений, является формирование экономических кластеров в различных направлениях деятельности. По мнению специалистов считается, что данные способы организации гораздо более эффективны, чем отдельные предприятия и ранее существовавшие способы их кооперации.

В экономической теории под кластерами понимают сконцентрированные по географическому признаку

группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций. В отличие от других, стандартных форм взаимодействия различных бизнес-единиц системы кластеров характеризуются некоторыми специальными особенностями:

- наличие основного крупного предприятия-лидера, которое формирует общую стратегию всей системы

в направлении развития, инноваций, направления хозяйствования и т.д.;

- размещение большей части предприятий – субъектов кластера на близкой территории друг относительно друга;
- высокая устойчивость внутренних связей между участниками кластерной системы, при этом для участников данные связи имеют доминирующее значение, долговременная координация взаимодействия участников.

Формирование кластера связано с общими экономическими интересами между организациями и отдельными людьми. Суть данного взаимодействия состоит в партнерстве. Важным условием при его создании является наличие конкретной специализации кластера, которая отвечает ресурсам и потребностям региона. Это позволяет экономике субъекта федерации выйти на лидирующие позиции в социально-экономическом плане и способствовать эффективному развитию отрасли.

Электроэнергетическая сфера в России в современных условиях нуждается в кардинальном реформирова-

нии, в связи с внешними социальными рисками. Цель преобразований – повышение эффективности энергопредприятий и рост ввода генерирующих мощностей. При этом необходимо понимать, что территория России неравномерно обеспечена источниками топливных ресурсов. Целесообразным в данных условиях будет межрегиональное взаимодействие по обеспечению ресурсами и формированию крупных центров генерации электроэнергии и развития энергоэффективных производств. Эффективным, с нашей точки зрения, указанную проблему можно решить путем формирования кластеров при разработке региональных социально-экономических и энергетических стратегий. Причем критично обеспечивать взаимодействие кластеров разных регионов между собой.

Создание региональных энергетических кластеров имеет целью развитие энергетики и связанных с ней иных производств на территории региона через стимулирование компаний, которые взаимодействуют с энергетическими предприятиями. Возможную схему взаимодействия, направление осуществления политики представлено на рисунке [2, с 23].

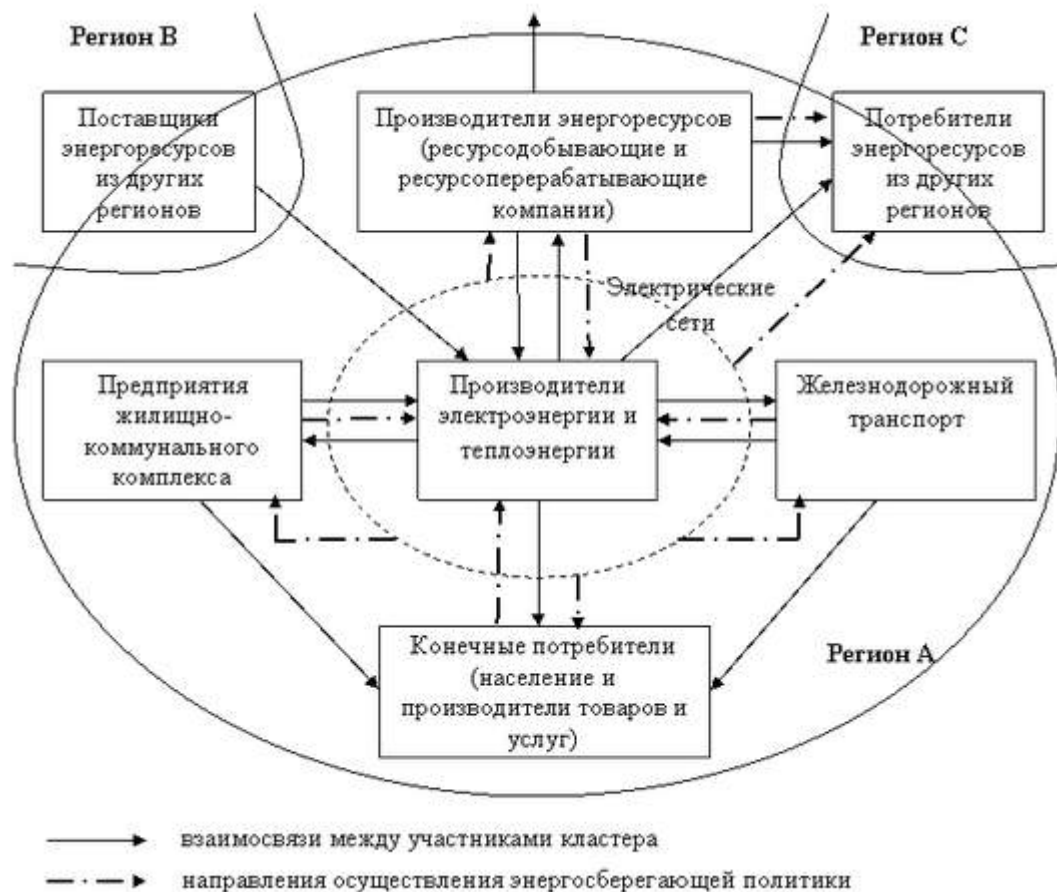


Рисунок 1 – Участники регионального энергетического кластера и их взаимодействие

Таким образом, в рамках энергетического кластера борьба с потерями ресурсов позволяет снизить издержки у потребителей всех уровней на продукцию отрасли, что означает уменьшение себестоимости готовой продукции и повышение ее конкурентоспособности. [2, с 23]

Мировой опыт развития экономики путем формирования кластеров, в т.ч. электроэнергетических, имеет ярко выраженную позитивную характеристику. Одним из примеров успешного создания энергетического кластера является опыт Страны Басков – провинции севера Испании. В первой половине 80-х гг. в данном регионе прошлого века произошел упадок местной металлургической

промышленности, для вывода из экономического кризиса был предпринят ряд мер по формированию энергетического кластера. И уже сейчас можно говорить об успешном решении многих первостепенных задач: увеличилось число участников, улучшилась ситуация связанная с экспортом продукции. Важным являются внешнеэкономические инициативы кластера. Например, проект, реализованный консорциумом из 36 компаний совместно с Республикой Куба, позволил заключить целый пакет контрактов, обещавших выгодное решение широкого комплекса задач, стоящих перед энергетикой Кубы. Главной демон-

страцией признания успеха внедрения некогда инновационного для региона энергетического кластера является тот факт, что сейчас именно Стране Басков отведена основная роль в процессе координации энергетических кластеров Европы [4, с. 237].

Значимы, для определения ведущей в экономике роли кластеров является опыт Финляндии. В конце прошлого века в данной стране был проведен комплексный системный анализ отраслей экономики, в результате чего было выделено 9 кластеров, в том числе и энергетический. В Финляндии по своей сути экономическая ситуация потребовала поиск новых путей в решении энергетической проблемы это и послужило толчком для создания и развития энергетического кластера. Отсюда и развитие альтернативной энергетики (прежде всего, гидро- и биоэнергетики), что стало платформой для стремительного роста соответствующих отраслей и сфер деятельности в промышленном секторе экономики страны.

В качестве актуальных примеров развития можно упомянуть стратегию экономического развития региона Кюменлааксо (Kumenlaakso), которая включает в себя два инновационных энергетических проекта: создание центра природоохранных технологий и утилизации отходов *Huötyvirta*, а также формирование финского кластера ветровой энергетики. В пригороде Лаппеенранты функционирует большой промышленный кластер, включающий в себя ряд отраслей: на базе предприятия UPM-KymmeneOvuj, крупнейшего производителя журнальной бумаги в мире, был создан дополнительный цех по синтезу биодизеля. Все вышеприведенные проекты являются достижениями научно-образовательного кластера страны, имеет место активное взаимодействие с Университетом города Тампере, Лаппеенрантским Технологическим университетом и рядом других научных центров. Данные программы реализуются при поддержке Европейского Союза, а также в рамках программ развития республики Финляндии. Инвестирование происходит как с государственной, так и с частной стороны [4, с. 239].

В нашей стране создание и развитие кластеров началось существенно позже, чем в большинстве европейских странах. При этом в современной ситуации мы можем наблюдать положительную динамику в ситуации с развитием энергокластеров:

- Завершен процесс отбора инновационных территориальных кластеров. При отборе использовались четыре блока критериев: научно-технологический и образовательный потенциал; производственные возможности; качество жизни, уровень развития транспортной, энергетической, инженерной и жилищной инфраструктуры; организационное развитие кластера. Оценивался текущий уровень, перспективы развития, проработанность системы мероприятий по соответствующему направлению деятельности.

- В ряд The European Cluster Collaboration Platform (ECCP) входит достаточно большая группа и российских кластеров различных секторов экономики.

- Формируются специализированные региональные институты, занимающиеся вопросами развития кластеров (Центр инновационного развития и кластерных инициатив Самарской области; Центр кластерного развития Астраханской области; Центр кластерного развития Республики Татарстан; Центр кластерного развития Томской области и другие).

Значимым, в социально-экономическом развитии регионов выступает формирование энергокластеров в ряде субъектов федерации. В республике Татарстан созда-

ние энергетического кластера является приоритетной целью при определении эффективных механизмов в повышении благополучия и инвестиционной привлекательности региона. Участники энергокластера в республике - институты, организации инжиниринга, инвесторы, торговые организации, крупные потребители продукции энергетического сектора. В качестве целевой аудитории также выступают студенты им предложены специальные мероприятия: адресные программы, стажировка и практика.

Региональный проект по своей сути выступает как платформа для создания единой системы – «разработка → производство → снабжение → потребление». В рамках развития данного глобального проекта создана группа компаний "ИНВЭНТ" (Инвестиции в энергетические технологии), которая включает в себя производственные и торговые предприятия, занимающиеся выпуском и реализацией электротехнической, теплотехнической и строительной продукции.

В Ярославской области также сформированы два энергетических кластера - Угличский энергокластер «Инновационные технологии для электросетевого комплекса» был сформирован на базе технопарка «Сим-Росс». Данная группа компаний осуществляет запуск первого в России завода по производству высокотехнологичных проводов. В Рыбинске кластер сформирован на базе ОАО НПО «Сатурн» (производство газовых турбин), включены в него и другие сопутствующие предприятия города, в планах также строительство нового завода энергетического машиностроения. У кластера серьезная научная база – местные учреждения среднего и высшего образования готовят будущих работников в рамках целевой подготовки. В целом, очевидно, что в Ярославской области отрасль энергетики, в т.ч. за счет дальнейшего развития имеющихся кластеров, имеет хорошие перспективы [3, с. 3].

Сотрудничество с профессиональными учебными заведениями наладил и воронежский энергетический кластер «Сименс». Готовясь к запуску завода рядом с г. Воронежем, ООО «Сименс Трансформаторы» вложило средства не только в строительство и оснащение цехов, но и в целевую подготовку молодых рабочих. В рамках данного взаимодействия была организована стажировка преподавателей и мастеров. По результатам проведенного в техникуме отбора, часть студентов, параллельно с занятиями посещала практику на заводе, по результатам курса большинство было принято в штат компании [5, с. 3].

Таким образом, в целом в развитии энергетических кластеров в Российской Федерации, несмотря на значительное отставание по времени начала работы по данному направлению, можно наблюдать увеличение их роли на экономику как в целом в стране, так и в регионах. При этом, об итоговой эффективности введения кластеров в экономику (как видно из опыта европейских стран) можно будет судить лишь в период долгосрочной и среднесрочной перспективы в рамках экономической безопасности.

Список литературы:

1. Глухова Мария. Кластеры – нужны ли они российской экономике? / М. Глухова // Промышленник России. – 2012. - № 10 – Режим доступа: <http://www.promros.ru/magazine/2012/oct/mariya-gluhova-klastery-nuzhny-li-oni-rossijskoj-ekonomike.phtml>
2. Михайлов С.Н., Балябина А.А. Региональные энергетические кластеры: проблемы и перспективы // Российское предпринимательство. — 2008. — № 10 Вып. 1 (120). — С. 20-25.

3. Муратова Юлия. Кластер как магнит / Ю. Муратова // Однажды в Рыбинске. – 2012. - №5 – С. 3-4.
4. Неделя науки СПбГПУ: материалы научно-практической конференции с международным участием. Инженерно-экономический институт СПбГПУ. Ч. 1. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2014. – 555 с.
5. Романова Анна, Ткачева Татьяна. Время собирать кластеры. / А. Романова, Т. Ткачева, О. Туманова, Н. Швабауэр // Российская газета. – 2013. - № 6059 (83) – С. 3-5.
6. Соболева Ю.П., Лыгина Н.И. Практика реализации кластерной политики в регионах / Ю.П. Соболева, Н.И. Лыгина // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – №2 (24). – С. 59-65.

ПРИБЫЛЬ И ЕЕ РОЛЬ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Пугина Кристина Александровна

студентка, Южный институт менеджмента, г. Краснодар

Стародубцева Юлия Юрьевна

студентка, Южный институт менеджмента, г. Краснодар

Чумакова Наталья Анатольевна

старший преподаватель кафедры, бухгалтерского учета, анализа и аудита, Южный институт менеджмента, г. Краснодар

PROFIT AND ITS ROLE IN THE ECONOMIC SYSTEM OF THE ENTERPRISE

Pugina Kristina, student of Southern Institute of Management, Krasnodar

Starodubtseva Julia, student of Southern Institute of Management, Krasnodar

Chumakova Natalia, senior lecturer of department of Accounting, analysis and audit of Southern Institute of Management, Krasnodar

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается сущность и классификация видов прибыли в экономической системе предприятия, а также роль прибыли в хозяйственной деятельности предприятий и ее влияние на экономику страны.

ABSTRACT

The article considers the essence and classification of types of profit in the economic system of the enterprise, and the role of profit in the economic activity of enterprises and its impact on the economy of the country.

Ключевые слова: прибыль, доходы, расходы, классификация видов прибыли

Keywords: profits, revenues, expenses, classification of types of profit

В условиях рыночной экономики основной целью деятельности любого предприятия является получение прибыли. Именно прибыль является основной составляющей понятия «финансовый результат». Эффективность производственной, финансовой и инвестиционной деятельности предприятия определяется в достигнутых финансовых результатах. Их положительное значение выражается в виде прибыли, полученной предприятием, а отрицательное значение – убыток, сигнализирующий о непродуктивности деятельности хозяйствующего субъекта.

Понятие прибыли является основополагающим в определении финансовых результатов предприятия. По мере развития экономической теории это понятие постоянно усложнялось. Оно претерпело изменение от простого понимания прибыли как дохода от производства и реализации, до его представления как основного показателя конечных финансовых результатов всей деятельности экономического субъекта [5].

Так, А. Смит представлял прибыль как вознаграждение в предпринимательской деятельности. Вместе с тем он считал, что прибыль – это некое количество труда, не оплаченное работнику капиталистом, поскольку прибыль не соотнобразуется с количеством и сложностью труда по управлению предприятием, однако она напрямую зависит от размеров используемого капитала. При этом важно отметить, что А. Смит разграничений между прибылью и процентом не делал. Такой же позиции придерживались Т. Мальтус и Дж. Р. Мак-Куллох [1].

Иную позицию занимало мнение Дж. С. Милля, который считал, что доход капиталиста необходимо рассчи-

тывать иначе, нежели заработную плату рабочего, поскольку помимо заработной платы капиталист должен получить процент за вложенный капитал, как плату за риск по ведению хозяйственной деятельности.

По мнению Курсель-Сенеля, прибыль – это доход, который связан с риском предпринимательства, отрицающая форму прибыли капиталиста в виде заработной платы. С. Рид считал прибыль особым видом доходов, связанным с компенсацией риска за использование инвестированного капитала.

Нельзя не отметить вклад А. Маршалла в развитие теории прибыли, который исследовал взаимосвязь и взаимовлияние прибыли на капитал и предпринимательские способности капиталистов. Он считал, что капиталист, используя свои способности, может замещать часть своих расходов в области управления и организации производства, что в конечном итоге приводит к максимизации доходов и капитала. Таким образом, рост прибыли в большей степени зависит от личных качеств предпринимателя, нежели от технического прогресса. В качестве таких качеств А. Маршалл выделяет оперативность, находчивость, умение с осторожностью принимать правильные решения в условиях неопределенности и риска.

И.А. Шумпетер исследовал прибыль с двух сторон: прибыль в индивидуальном хозяйстве и прибыль в рыночном хозяйстве. Он отмечал, что в индивидуальном хозяйстве чистая прибыль есть причина стоимости, возникающая при наивыгоднейшем применении ресурсов и убывающая по мере его снижения. В предельной точке производства чистой прибыли не существует, так как по своей

природе прибыль антимаржинальна. В рыночном хозяйстве прибыль представляет собой разность между нормой затрат и доходом. Отсутствие чистой прибыли означает, что стоимость создания продуктов не превышает стоимости средств производства [2].

Основоположник кейнсианской теории, английский экономист Дж. Кейнс под чистой прибылью понимал чистую выручку, которая остается в распоряжении предприятия после возмещения всех текущих расходов и амортизации.

Исследования Р. Гильфердинга сводились к рассмотрению прибыли во взаимосвязи и взаимозависимости с кредитом. Использование заемного капитала позволяло капиталисту расширять производство, получая при благоприятных условиях дополнительную сумму прибыли.

Значимая роль в развитии теории прибыли принадлежит представителям немецкой социалистической

школы: К. Робертусу, К. Марксу, Ф. Энгельсу, которые понятие прибыли сводили к доходу на капитал и землю. Используя трудовую теорию стоимости, они делают вывод, что доходы, не вошедшие в заработную плату рабочих, являются прибылью, полученной в результате их эксплуатации.

Экономисты Г. Гросс, В. Матайя, Т. Митхофф, Ф. Клейнвахтер, Г. Шонберг рассматривали прибыль как спекулятивный доход, возникающий в виде разницы между ценами экономических благ и ценами факторов производства.

В современной экономической науке прибыль рассматривают как основной оценочный показатель хозяйственной и коммерческой деятельности предприятия [4]. При этом существует множество разнообразных классификаций прибыли. Рассмотрим основные виды прибыли на рисунке 1.



Рисунок 1. Классификация видов прибыли

В условиях рыночных отношений основной целью каждого предприятия является получение прибыли в размере, необходимом не только для того, чтобы прочно удерживать свои позиции на рынке товаров и услуг, но и обеспечивать динамичное развитие бизнеса в конкурентной среде [3].

Прибыль является основным источником формирования собственных средств как для текущей, так и для инвестиционной деятельности. За счет прибыли решаются такие вопросы как увеличение рыночной стоимости имущества организации, а также минимизация риска несостоятельности (банкротства) предприятия [6].

Прибыль является важнейшим источником пополнения бюджета страны в виде налога на прибыль, который является базовым в налоговой системе России. Следовательно, прибыль обеспечивает выполнение общегосударственных задач по удовлетворению социальных потребностей населения.

Таким образом, рост прибыли предприятий страны влияет на повышение макроэкономических показателей, укрепление национальной денежной единицы, снижение уровня инфляции и, в конечном результате, приводит к повышению материального благосостояния населения.

Литература:

1. Ермоленко А.А., Дейнега В.Н. Теория финансов в зеркале политической экономии. – Краснодар, 2000.
2. Мокропуло А.А. Механизм управления прибылью. В сборнике: Социально-экономические проблемы развития Южного макрорегиона Сборник научных трудов. Под редакцией Ермоленко А.А.. Краснодар, 2013. С. 147-154.
3. Молчан А.С., Зелинская М.В. Управление корпоративными финансами. – Краснодар, 2008.
4. Науменко Т.С. Показатели прибыли и их классификация для целей анализа. В сборнике: Социально-экономический ежегодник - 2014 Хашева З.М. Краснодар, 2014. С. 115-118.
5. Чумакова Н.А. Зарождение и особенности институциональной экономической теории. В сборнике: Социально-экономический ежегодник-2009 Ермоленко А.А., Хашева З.М. Сборник научных трудов. Краснодар, 2009. С. 155-159.
6. Ярушкина Е.А. Воспроизводство отношений собственности в кризисных условиях хозяйствования. автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Воронежский государственный университет. Воронеж, 2003

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБЛАЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Десятникова Екатерина Сергеевна

Магистрант экономического факультета

Санкт-Петербургского государственного университета аэрокосмического приборостроения

PROBLEMS AND PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT OF THE CLOUD TECHNOLOGIES

Desyatnikova Ekaterina, Master's degree of economic faculty St. Petersburg State University of Aerospace Instrumentation

АННОТАЦИЯ

В статье исследуются предпосылки развития облачных технологий, рассматриваются основные преимущества, связанные с использованием данных технологий, а также проводится анализ основных недостатков в использовании облачных систем.

ABSTRACT

Pre-conditions of development of cloudy technologies are investigated in the article, the basic advantages constrained with the use of these technologies are examined, and also the analysis of basic defects is conducted in the use of the cloud systems.

Ключевые слова: информационные технологии, облачные вычисления, облачные технологии, облачные системы.
Keywords: information technologies, cloud computing, cloud technologies, cloudy systems.

В наши дни происходит колоссальное развитие информационных технологий. Это касается как программной части, так и аппаратной. Появляются все более новые и современные гаджеты, стремящиеся помочь человеку в том или ином вопросе. Современные информационные технологии активно внедряются в сферу экономики, их применение становится неотъемлемым условием успешной работы.

С приходом мобильных телефонов с цветным дисплеем и поддержкой протокола GPRS началась новая стадия развития мобильного интернета. Прошло несколько лет, и сейчас мы видим современный скоростной 3G, LTE мобильный интернет на больших цветных экранах смартфонов, который перерос в гигантское информационное пространство. Всемирная сеть стала неотъемлемой частью жизни всех людей.

Смартфоны, планшеты на базе iOS (iPhone, iPad), Android и Microsoft Windows Phone стали самыми популярными устройствами с широкими возможностями для Интернет сёрфинга. Смартфон сейчас есть практически у каждого человека, и с каждым годом этих людей становится все больше.

В современном мире Интернета, технологии развиваются быстрыми темпами, потребности человека в информационных технологиях постоянно растут. Это влияет на неуклонный рост и развитие современной информационной инфраструктуры. Компании вендоры IT индустрии стремятся теперь не просто внедрить на рынок новые гаджеты или услуги, но и синхронизировать их с уже имеющимися сервисами и устройствами. Подобный подход

требует общих возможностей доступа и права пользования, а также единый центр хранения и обработки данных. Все это повлекло за собой появление концепции облачных вычислений.

В связи с тем, что облачные вычисления - это относительно новая технология, необходимо рассмотреть концепцию и будущие перспективы ее развития. Сам термин «облачные технологии» (или в переводе с английского «cloud computing» – облачные вычисления) появился на рынке информационных технологий относительно недавно – в 2006 году. Облачные технологии – это технологии распределенной обработки данных, в которых компьютерные ресурсы и мощности предоставляются пользователю как Интернет-сервис. Облако на самом деле модель, инновационная технология, объединяющая IT - ресурсы различных аппаратных платформ, которая позволяет пользователям в любое удобное для них время через интернет получить доступ к ресурсам компьютера. Вместе с тем, облачные вычисления — это и бизнес-модель, согласно которой пользователь оплачивает лишь реально потребляемые им ресурсы. Таким образом, облачная технология - это группа компьютеров со специально созданным программным обеспечением, связанная друг с другом в единую сеть с использованием Интернет. Эти компьютеры могут быть расположены в разных городах, странах или даже континентах. Специальная программа позволяет пользователю работать с этими компьютерами, как если бы мы работали с обычного персонального компьютера. Если любой компьютер из группы, отключен по какой-либо причине, он будет автоматически заменен на другой

компьютер с этой группы. Пользователь облачной технологии, работая с программой, не видит и не чувствует, что программа поддерживается целой группой компьютеров. Автор облачных технологий или облачных вычислений является Джон Маккарти (известный американский ученый, специалист в компьютерах, и автор концепции "искусственного интеллекта"). Джон Маккарти был первым, кто ввел термин «облачные вычисления» в конце шестидесятых годов прошлого века. Идея состоит в том, чтобы использовать компьютеры, подключенные в сеть для сложных математических вычислений. Тогда облачные вычисления позволяют использовать множество стандартных компьютеров вместо одного дорогого супермощного компьютера, и с помощью специальной программы раздает нагрузку между компьютерами. Мобильные устройства - смартфоны и планшеты - становятся все более производительными и универсальными. В настоящее время они способны обрабатывать значительные объемы информации. Соответственно, все более актуальными становятся задачи хранения этой информации и синхронизации данных между мобильными устройствами и более мощными ноутбуками и ПК. На данный момент существует достаточное количество облачных систем хранения данных. Самые популярные - это Dropbox, Google Drive, Яндекс Диск, Облако Mail.ru, iCloud. Все они поддерживают различные мобильные операционные системы, кроме iCloud, в то же время Apple дополнительно дает возможность хранить документы, контакты, записки, сообщения, приложения. Имеется возможность автоматически загружать фото, сделанные на гаджеты. Можно синхронизировать музыкальную коллекцию и прослушивать музыку из облака с любого «яблочного» устройства, но пользователи смогут получать доступ к файлам в пределах одной учетной записи Apple ID. Эта особенность отличает iCloud от остальных облачных систем хранения данных.

На сегодняшний день, облачные технологии уже находят вполне реальное внедрение в разных секторах бизнеса. Как говорят эксперты, применение облачных технологий в бизнесе может позволить компаниям, а особенно мелкому и среднему бизнесу, сэкономить на дорогостоящем программном обеспечении и обзавестись возможностью комфортно работать со своими данными. Сразу же надо уточнить, что существует три возможных подхода к тому, чтобы применять облачные вычисления. Первый из них «IaaS» – использование инфраструктуры как сервиса (в аренду можно получить место на жестком диске, сетевые устройства и серверы). Второй подход – это «PaaS»: в этом случае используется предоставленная платформа (в аренду можно взять базы данных, операционную систему и средства разработки). Третий подход именуется «SaaS» – он предусматривает использование программного обеспечения как сервиса (пользователь использует готовое программное обеспечение и не задумывается над платформой и инфраструктурой).

Сервисы облачных вычислений предполагают управление программным обеспечением через обычные и привычные любому пользователю веб-браузеры.

Облачные вычисления представляют собой динамично развивающиеся технологии использования информационной инфраструктуры. Многие компании выпускают так называемых «тонких клиентов». Эти компьютеры позволяют по локальной сети подключаться к серверу и, используя удаленный рабочий стол, выполнять любые приложения, на которые хватает ресурсов у сервера, а также размещать файлы в облаке и менять местоположение, зная, что в любой момент к ним есть доступ при наличии доступа в Интернет. С помощью облака

удобно не только хранить резервные копии, но и обмениваться информацией с другими людьми. Достаточно отправить ссылку адресату, и тот загрузит файлы в любой подходящий момент.

И наконец, необходимо отметить такую важную функцию, как хранение архивов. Для того чтобы избежать потери важной информации (например, при выходе из строя жесткого диска), достаточно скопировать ее в облако и периодически обновлять.

Тем не менее, приходится отметить, что в любой новой технологии есть свои преимущества и недостатки. К достоинствам рассматриваемых технологий можно отнести следующее:

Облачные системы хранения данных для бизнес-целей представляют собой достаточно удобную технологию, поскольку всю корпоративную документацию можно хранить в одном месте, к тому же это позволяет там же работать с файлами (сохранять, редактировать, проследить историю редактирования), есть также возможность постоянно следить за обновлениями, предоставлять доступ к чтению/редактированию файлов клиентам, сотрудникам, т.е., у пользователя нет постоянной привязанности к одному рабочему месту. Из любой точки мира менеджеры могут управлять загружаемыми файлами с планшета, смартфона, а также получать отчетность, а у руководителей появляется возможность дистанционно отслеживать процесс производства.

Одним из важных преимуществ этой технологии является уменьшение затратности на многие виды операций и управленческую деятельность. У пользователя нет необходимости приобретать дорогостоящие, большие по вычислительной мощности компьютеры и ПО, а также пользоваться услугами специалистов по обслуживанию локальных IT-технологий. Пользователь получает необходимый пакет услуг только в тот момент, когда он ему нужен, и платит, только за количество приобретенных функций. Необходимо также отметить в качестве одного из основных преимуществ облачной технологии такое понятие, как гибкость, что подразумевает под собой автоматическое предоставление провайдером всех необходимых ресурсов.

Тем не менее, использование облачных технологий для бизнеса имеет и свои недостатки. Большую проблему здесь представляет обеспечение безопасности хранения сведений. Как известно, публичные облака располагаются в дата-центрах, которыми управляют сотрудники этого центра. Конфиденциальность хранимых данных в этих «облаках» вызывает много споров, но в большинстве случаев эксперты сходятся в том, что не рекомендуется хранить наиболее ценные для компании документы на публичном "облаке", так как в настоящее время нет технологии, которая бы гарантировала абсолютную конфиденциальность хранимых данных. Если для пользователей это и не столь критично, то для компаний это может стать серьезной проблемой. Возможен и перехват данных во время отправки на сервер либо использование фишинговых и подставных сайтов для выманивания персональных данных. К тому же, информация, хранящаяся на сторонних серверах, плохо поддается контролю: так, многие социальные службы и сервисы не имеют опции полного удаления данных, т.е. визуально они удаляются, но зачастую продолжают храниться на сервере. Любые носители информации, как и любое электрооборудование подвержены сбоям и в связи с этим риск потери информации всегда сохраняется. Если в дата-центре произойдет такой сбой, то шанс восстановить информацию сводится к нулю. Однако можно позаботиться о резервной копии своих данных,

например, в другом «облаке», тогда риск потерять информацию сразу в двух «облаках» - минимален. Как показывает опыт - создать абсолютно безопасную информационную систему невозможно, а в случае проникновения злоумышленника в публичное «облако», он получает доступ к огромному количеству информации миллионов людей.

Таким образом, можно сделать вывод, что облачные технологии на данный момент слабо стандартизированы, особенно в вопросе безопасности, и хранить секретную информацию там нецелесообразно. Тем не менее не вызывает сомнений тот факт, что сервисы, предлагаемые по различным моделям «облачных» вычислений, будут развиваться и дальше, об этом можно судить даже по тому, что уже сегодня они существуют в большом количестве. Тем не менее, прежде чем доверить любую информацию облачному сервису, следует получить информацию о

его репутации, и только в случае получения положительных рекомендаций, можно приступать к непосредственной работе с ним.

Список литературы:

1. Николас Дж. Карр. Великий переход. Что готовит революция облачных технологий М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 272 с.
2. Максим Агеев. Облачные технологии для бизнеса [электронный ресурс] - Режим доступа URL: <http://delovoyimir.biz/ru/articles/view/?did=12014>
3. «Облачные» хранилища данных [электронный ресурс] - Режим доступа. -URL: <http://www.ncm.ru/articles/cloud.shtm>
4. Что такое облачное хранилище данных [электронный ресурс] - Режим доступа. -URL: <http://geodum.ru/home/internet/oblachnie-chranilischa-dannich>

ПОСТАНОВКА ЦЕЛЕЙ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ В ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТОРГОВЫХ КОМПАНИЯХ

Егоров Виктор Геннадьевич

аспирант Российского Экономического Университета имени Г.В.Плеханова
Воронежского филиала, г.Воронежа

SETTING GOALS AND TENDENCIES OF DEVELOPMENT OF LOGISTICS IN PRODUCTION AND TRADING COMPANIES.

Egorov Victor G., student of Russian Economic University named after G. S. Plekhanov Voronezh branch, Voronezh

АННОТАЦИЯ:

В сегодняшнем динамично-развивающемся мире, для обеспечения развития и процветания, компании не обходятся без стратегий, создающих устойчивые конкурентные преимущества. Одной из таких является стратегия в сфере логистики. Цель данной статьи обратить внимание читателя как взаимодействие логистической инфраструктуры со смежными подразделениями может обеспечить исключительное конкурентное преимущество и избежать часть издержек.

ABSTRACT:

In today's fast-paced world, to ensure the development and prosperity of the company can not do without the strategies for creating sustainable competitive advantages. One such strategy is in the field of logistics. The purpose of this article is to draw the reader's attention as the interaction of the logistics infrastructure with adjacent units can provide exceptional competitive advantage and avoid some of the costs.

Ключевые слова: стратегия, логистика, конкурентные преимущества, информация, обслуживание, сервис.

Keywords: strategy, logistics, competitive advantage, information, service, service.

1. Логистическая стратегия как неотъемлемая часть миссии компании.

Актуальность проблемы обуславливается тем, что многие передовые компании осознанно делают упор на логистику, тем самым обеспечивая себе весомое конкурентное преимущество. Это обусловлено тем, что около 50% (а иногда и более) розничной стоимости продукции составляют логистические издержки. Выручка в один доллар с одной единицы товара не создает один доллар прибыли, а сокращение издержек в логистических операциях дает реальную экономию в один доллар [3]. Стратегическое преимущество в логистике сложно дублировать и повторить оппонентам, что находит перспективы в её развитии. Они, в свою очередь, направлены в сторону уменьшения звеньев логистической цепи, а это ведет к меньшему количеству операционно-финансовых отношений и в то же время переходу на качественно новый уровень. Поэтому современной логистической системе необходим единый, целостный подход к внутренним операционным процессам как в своей компании, так и в структурах партнеров [3].

Проблема заключается в том, что в настоящее время подавляющее большинство менеджеров слабо

представляет назначение логистической системы в стратегическом плане компании, за счет чего происходит общее торможение роста. Логистика участвует во многих структурах — закупки, распространение, маркетинг и т.д. Недостаточное внимание в этой среде ведет к недопониманию между персоналом подразделений, что отражается на перспективном развитии фирмы в целом [8].

Нередко в отделах компании основную цель в лучшем случае знает только начальник, а персонал игнорируется. Каждый сотрудник имеет свои цели, которые, откровенно говоря, часто имеют мало общего с корпоративными. Для объективного понимания направления развития необходимо в письменной форме задокументировать видение миссии компании, а также промежуточные задачи как общие, так и отдельных подразделений.

В постановке целей и задач корпоративных структур важно соблюдать сонаправленность с миссией организации, а также давать им четкое определение, дабы не допустить двусмысленности и обеспечить их понимание всеми работниками компании [3].

1. Первым шагом для построения функциональной логистической стратегии будет точное понимание глав-

ной цели и миссии компании. Вопрос стратегических целей в корпорации освещен в работах многих отечественных и главным образом зарубежных авторов таких как Майкл Портер, Игорь Ансофф и другие [4,1]. В моем представлении миссия - это четко описанная цель создания и существования организации. То есть, для компании, специализируемой на производстве комфортабельных автомобилей, и которая делает упор на качестве послепродажного обслуживания, миссия будет звучать примерно так: «Обеспечить максимум комфорта потребителя при эксплуатации нашей продукции». И этому должен следовать каждый сотрудник компании как в инженерном отделе при разработке, так и в отделе сервиса и логистики при обслуживании потребителя.

Чтобы выполнить миссию, целесообразно установить главные цели выполнение которых необходимо для её реализации. Помимо основных корпоративных целей, целесообразно установить логистические цели для ориентира развития транспортно-складских структур предприятия. Стратегическая цель логистики должна быть составленной звеном в выполнении главной задачи компании и её миссии, они не должны противоречить [7]. Так как добиться стратегических целей компания может только посредством качественного выполнения функций своих подразделений, персонал должен осознавать и разделять поставленные цели на уровне личного удовлетворения от их достижения [6]. В связи с этим в таких вопросах как разработка стратегического плана, производство новой продукции, её упаковка, вопросах маркетинга, должны учитываться мнения специалистов по логистике [3]. Это поможет не только избежать внутренних разногласий и проблем в реализации стратегии, но и добиться синергии в действиях.

2. Вторым шагом является поддержание и развитие уникальных характеристик компании, это может быть дифференциация обслуживания потребителей, высокая скорость обработки и выполнения заказов, квалифицированный сервис, послепродажное обслуживание и т.д. [7]. Здесь ключевой задачей является внедрение уникальной ценности компании в логистическую инфраструктуру. Важный момент — план по достижению целей обязательно должен быть изложен на бумаге и являться внутренним документом, иначе о его существовании забудет не только персонал, но и разработчик.

Если одной из ключевых компетенций фирмы является послепродажное обслуживание потребителей, ремонт и возврат товара изготовителю для переработки, то логистические цели следует ставить в приоритете сервиса и логистики возврата товара. К примеру, если предприятие производит дорогостоящее заводское оборудование, то логистической целью может быть обеспечение и сохранение за собой первого места среди конкурентов в скорости реагирования и устранение проблем с реализованным товаром, а также круглосуточную помощь и консультацию потребителя.

3. Третьим шагом является оценка эффективности отдельных служб предприятия. В оценке следует исходить из вклада службы логистики в реализацию общего стратегического плана компании. Нередко в подразделениях организации нет взаимопонимания, возникают конфликтные ситуации, происходит это вследствие постановки противоречивых целей и несогласованных действий по их достижению [8]. Когда менеджеры подразделений добиваются поставленных целей и они сопоставлены с миссией фирмы, то компания процветает, но если задачи одного подразделения конфликтуют с другим, возникают соперничество и разногласие, которые тормозят развитие компании в целом. В такой ситуации успешное развитие одной структуры приводит к регрессу другой. Вот несколько примеров. Менеджер по закупкам стремится как можно больше сэкономить на доставке товара,

получить скидки от поставщика и, как правило, поставляет товар большими партиями с целью экономии, но с точки зрения складского логиста, большие объемы на складе, порождают большие издержки — это противоречит его целям. Аналогичная ситуация в маркетинге и логистике. Маркетологи разрабатывают оригинальный формат упаковки, который может повлечь серьезные логистические расходы значительно превышающие потенциальную прибыль нововведения. Для розничного продавца упаковка может быть ключевым фактором, влияющим на продажи, а со стороны логистических операций важны габаритные параметры и обеспечение сохранности товара от повреждений.

Для принятия взвешенных решений в развивающейся компании обязательно поддерживается прозрачность между её подразделениями, поскольку это играет очень важную роль в выработке оптимальных решений управления, а также избежание конфликтных ситуаций. Задача Топ-менеджмента в этой ситуации построить взаимовыгодные отношения, чтобы одно подразделение относилось к другому также как к своим потребителям. Если на предприятии, специализирующемся на производстве сложного промышленного оборудования, ставка делается на послепродажное обслуживание и сервис, то дистрибьюторы при продаже должны уделять особое внимание наличию на складах запасных частей и качеству работы обслуживающего персонала.

II. Информация и обслуживание как конкурентное преимущество.

На сегодняшний момент стратегия «проталкивания» (push), когда продукцию сначала производили, а затем продвигали на рынок, теряет позиции. На первое место выходит система «вытягивания» (pull) — производство по предварительному заказу. Основные преимущества этого подхода — минимальные складские издержки и быстрое реагирование на изменения потребительского рынка. Такой подход позволяет компании дифференцировать продукт и тем самым удовлетворять запросы потребителя [3].

Для успешного функционирования стратегии «вытягивания» требуется оперативное получение объективной информации как от потребителя, так и от поставщика. Базовой моделью такого подхода служит система - «точно в срок» (Just In Time), что позволяет значительно сократить запасы и производственные издержки, а также быстро реагировать на изменившиеся потребности рынка [8,9]. Описанный метод стал актуален с развитием высоких технологий и применяется во многих успешных компаниях по всему миру.

В эпоху высокой конкуренции время жизни продуктов уменьшается что, в свою очередь, стимулирует развитие новых разработок, уникальности и гибкости обслуживания. Важнейшими функциями логистики становятся своевременность и точность выполнения операций. Затраты на устранение возникших проблем (повреждение товара или задержка поставок) будут намного выше чем расходы на поддержание правильной и качественной работы [3,2]. Поэтому на сегодняшний день успешная реализация товара или выполнение услуг, не является окончанием взаимодействия логистики и потребителя. Например, обслуживание и продажа комплектующих в сегменте копировальной техники приносят существенный процент дохода в сравнении с её стоимостью [2]. В этом случае послепродажное обслуживание требует развития сервисной инфраструктуры логистики, с доступом к объективной и своевременной информации. Характерно, что недовольство потребителя или ещё хуже его потеря в связи с качеством сервиса обходится компании гораздо дороже, чем обеспечение обслуживания потребителя на высоком уровне.

Конечно, не все товары требуют послепродажного

обслуживания, примером может быть продажа продуктов массового потребления. Однако логистические издержки связанные с возвратом товара охватывают более широкий спектр продуктов и это оказывает большое влияние на потребителя. Операции связанные с возвратом продукта производителю, переработкой, утилизацией и ремонтом может обойтись в несколько раз дороже прямой поставки на рынок [3,2].

Качественный сервис и обслуживание потребителей также является серьезным фактором в конкурентной борьбе. Исходя из этого целесообразно основательно подходить при построении сервисной инфраструктуры логистики к вопросу послепродажного обслуживания при возврате товара, переработки упаковочного материала и утилизации. Уделять внимание этому следует уже при разработке и проектировании не только логистической цепи, но и самого товара, его оболочки, формы, дизайна и влияние этих факторов на транспортные и складские издержки. Следует оценивать условия возврата и возможность повторного использования.

Несомненно, существует разница между обслуживанием постоянных клиентов и частных лиц и эти группы клиентов требуют разного подхода к сервису и обслуживанию.

Основная группа потребителей, на которую должно ориентироваться производство и которая приносит прибыль компании, требует максимального внимания к качеству сервиса. Здесь уместно вспомнить правило Парето 20 к 80 согласно которому 20% покупателей приносят 80% прибыли [2]. Именно поэтому очень важно понять, как на наше обслуживание реагирует клиент, чем он доволен, а что вызывает сомнения и недоверие.

После того как становится ясно какая группа является основным потребителем, следует задать вопросы: «Как отреагирует клиент на временное отсутствие вашего товара на полке магазина? Будет ли он ждать поступления товара или предпочтет продукты субституты?» Получая ответы на эти вопросы, становится ясно, как воспринимает продукцию и сервис потребитель. Иногда клиент воспринимает его хуже, чем есть на самом деле. Отталкиваясь от этого можно сформировать базовые функции логистического сервиса, который бы удовлетворял основную группу потребителей. Как известно, уход одного клиента несет в себе потенциальные потери от возможных будущих потребителей, часто человек рассказывает о неудачной покупке другим.

Опять же стоит учитывать, что не оцененное избыточное качество обслуживания также чревато дополнительными логистическими издержками. Уровень обслуживания не должен являться неизменной величиной, необходимо следить за инновационными разработками

относящиеся к логистическим операциям, наблюдать как со временем меняются вкусы и предпочтения потребителя, его отношение к бренду компании и т.п. Изучение потребностей клиента обширный вопрос и касается больше маркетинга чем логистики, тем не менее совместное решение такого рода задач значительно продуктивнее.

Резюмируя вышеописанное, хочу отметить, что задачей автора было выделить перспективные факторы развития в сфере логистики на предприятии. Также хотелось вспомнить о значении миссии компании, её важности как для общего благополучия фирмы, так и каждого сотрудника в частности. Хотелось обратить внимание Топ-менеджеров и управленцев подразделений на внутрифирменные процессы компании. Дать полезную информацию для устранения межструктурных конфликтов и задуматься над возможностью активизации конкурентных преимуществ на своем предприятии. Уверен что решение проблем, описанных в статье, принесет не только развитие компании, но и удовлетворение потребителей.

Список литературы:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. — СПб: Питер Ком, 1999. — 416 с.
2. Бауэрсокс Доналд Дж., Клосс Дейвид Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок. 2-е изд. / [Пер. с англ. Н. Н. Барышниковой, Б. С. Пинскера]. — М.: ЗАО «Олимп—Бизнес», 2008. — 640 с.
3. Джеймс Р. Сток, Дуглас М. Ламберт. Стратегическое управление логистикой. г. Москва. изд. ИНФРА-М. 2005. — 797 с.
4. Майкл Е. Портер; Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 454 с.
5. Семенов А. Логистическая стратегия компании. Поэтапное творчество. [электронный ресурс] — Режим доступа. — http://www.iteam.ru/publications/logistics/section_80/article_3430
6. Стратегия логистики. - Режим доступа: <http://logistics-strategy.ru>
7. Суть логистической стратегии. [электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://logisticstime.com/logisticheskaya-strategiya/ponyatie-i-sut-logisticheskoy-strategii/>
8. Ташбаев Ырысбек Эгембердиевич. Актуальные вопросы и тенденции развития логистики. [электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/logistics/section_80/article_2701
9. Типы логистических стратегий. [электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://logisticstime.com/logisticheskaya-strategiya/typy-logisticheskix-strategij/>.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ БАЗИС СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ В ДОРОЖНОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Федорченко Мария Андреевна

соискатель кафедры менеджмента

Волгоградского государственного университета, г. Волгоград

THEORETICAL BASIS OF INNOVATION MANAGEMENT SYSTEM IN THE ROAD SECTOR

Fedorchenko Mariya Andreevna, a candidate for a PhD in Economics, the department of management of Volgograd State University, Volgograd,

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены теоретические основы построения и совершенствования системы управления инновациями в дорожном хозяйстве. Представлена схема управления инновационной деятельностью в дорожно-строительной отрасли. Выявлены факторы, препятствующие и способствующие развитию инноваций, оказывающие влияние на

управленческие решения. Раскрыт вопрос целеполагания и постановки задач в системе управления инновациями. Представлены возможные компоненты системы и управляющие подсистемы. Рассмотрены возможные методы управленческого воздействия, учитывающие особенности функционирования дорожной отрасли.

ABSTRACT

The article tells about theoretical bases of construction and improvement of the system of innovation management in the road sector. The article presents the scheme of innovation management in the road construction industry. The author identifies the factors, which impede or contribute the development of innovation and influence management solutions. In this article we uncover the question about the goal setting in the system of innovation management. The article names possible components of the system and control subsystem. The author tells about possible methods of administrative influence, taking into account the peculiarities of the road sector.

Ключевые слова: инновации, управление инновациями, система управления, дорожное хозяйство, методы управления, подсистемы управления, цели и задачи управления.

Keywords: innovation, management innovation, management system, roads, management, control subsystem, the goals and objectives of management.

Широкомасштабное изучение теории управления инновациями и развитие ее в рамках соответствующих исследований в нашей стране начались во второй половине 80-х гг., когда был взят курс на построение рыночной экономики. Тем более данная проблема стала актуальна в современных рыночных условиях. Сегодняшняя ситуация такова, что развитие дорожного хозяйства приоритетно для экономики нашей страны. Преодолеть существующие проблемы в дорожном строительстве возможно, в первую очередь, активным освоением инновационных технологий [5]. В течение последних пяти лет происходит выстраивание в отрасли системы управления инновациями и механизма внедрения инновационных разработок. Мы убеждены, что имеющийся теоретический базис инновационного менеджмента является крепкой основой для совершенствования дорожного хозяйства. В то же время существуют пробелы в научном знании, в части, касающейся

адаптации его к специфическим характеристикам дорожно-строительной отрасли. Целью нашего исследования является выбор теоретической базы для выстраивания и совершенствования системы управления инновациями в дорожном хозяйстве.

Управление инновациями в отрасли дорожного хозяйства, осуществляемое государственными органами власти, направлено на максимальное использование инновационного потенциала отрасли, формирующегося из имеющихся ресурсов, достижение поставленных целей инновационного развития посредством воздействия различными методами и рычагами, в результате чего происходит планирование, организация, регулирование, мотивация и контроль инновационной деятельности. Схема управления инновационной деятельностью в отрасли дорожного хозяйства представлена на рис. 1.



Рисунок 1. Модель процесса управления инновационной деятельностью в дорожном хозяйстве

Системный подход обеспечивает динамичный учет всего множества влияющих на управленческое решение факторов и рассмотрение их во взаимной связи с внешними и внутренними тенденциями развития инновационной среды. Анализ таких факторов позволил подразделить

их на негативные или сдерживающие инновационное развитие и позитивные или способствующие ускорению инновационных процессов в дорожно-строительной отрасли (табл. 1).

Таблица 1

Факторы, влияющие на инновационные процессы в дорожном хозяйстве

Группа факторов	Факторы, препятствующие инновационной деятельности	Факторы, способствующие инновационной деятельности
Экономические, технологические	Недостаток средств для финансирования инновационных проектов, слабость материальной и научно-технической базы.	Наличие резерва финансовых и материально-технических средств, прогрессивных технологий, необходимой хозяйственной и научно-технической инфраструктуры.
Политические, правовые	Ограничения со стороны налогового, амортизационного, патентно-лицензионного законодательства.	Законодательные меры (особенно льготы), поощряющие инновационную деятельность, государственная поддержка инноваций.
Социально-психологические, культурные	Сопrotивление переменам, перестройка устоявшихся способов деятельности, нарушение стереотипов поведения, опасение рисков.	Моральное поощрение участников инновационного процесса, общественное признание.
Организационно-управленческие	Излишняя централизация, преобладание вертикальных потоков информации, ведомственная замкнутость, трудность межотраслевых и межорганизационных взаимодействий, сложность согласования интересов участников инновационных процессов.	Гибкость оргструктуры, преобладание горизонтальных потоков информации, самопланирование, допущение корректировок, децентрализация, автономия, формирования целевых рабочих групп.

Источник: составлено по [1, стр. 23].

В процессе управления инновациями выполняются основные функции, такие как формирование целей, планирование, организация, контроль, мотивация, коммуникация [2, стр. 64]. Ключевым вопросом с позиции методологии управления инновациями в дорожном хозяйстве является вопрос целеполагания. Концепция стратегического управления предусматривает наличие одной цели, разбиваемой на комплекс задач, рассматриваемых как этапы достижения основной цели. Данный подход в наилучшей мере отвечает сущности управления инновациями в дорожном хозяйстве. Исходя из этого, основную цель управления инновациями в дорожном хозяйстве можно сформулировать как развитие и совершенствование сети автомобильных дорог РФ путем интенсивного внедрения инноваций. На основе данной цели можно выдвинуть следующий комплекс задач, позволяющих ее достигнуть:

- эффективная организация широкого освоения инноваций в отрасли;
- формирование инновационной инфраструктуры;
- создание благоприятного инновационного климата;
- координация действий научных, проектных и производственных организаций и предприятий дорожного хозяйства;
- создание действенного механизма учета, мониторинга и контроля за внедрением инноваций.

В свою очередь, сформулированные задачи управления инновациями дают возможность определить основные направления деятельности, а также эффективно распределить средства для их решения.

Развитие системы управления инновационным процессом означает развитие всех ее структурных компонентов, организационных форм и методов управления, технической и технологической структуры производства, ее энергетического базиса [4]. В этой связи применительно к управлению инновациями в дорожном хозяйстве можно выделить следующие компоненты системы:

- субъект (тот, кто управляет) – движущая сила, целенаправленно запускающая в действие соответствующий механизм управления;
- цели как программируемые желаемые результаты действия соответствующего механизма управления;

- совокупность ценностей, интересов, потребностей, установок и мотивов;
- количественный аналог целей – критерии и показатели эффективности инноваций;
- методы как инструментарий, способы и технологии процессов достижения поставленной цели;
- средства как совокупность видов и источников ресурсов, используемых для достижения целей;
- комплекс правовых форм и методов регулирования экономики;
- социальные факторы и отношения, обеспечивающие нормальное функционирование инновационного механизма;
- группа технических и технологических рычагов, обеспечивающих поддержание соответствующего уровня технического и технологического развития системы.

С позиций управления любую систему можно представить как комплекс составных частей, каждая из которых выполняет функции и решает соответствующие задачи в интересах всей системы. Причем каждая из таких частей сама может быть системой, являющейся подсистемой по отношению к основной системе. В системе управления инновациями в дорожном хозяйстве можно выделить целый комплекс подсистем, решающих свои специфические задачи:

- управленческая подсистема, решающая задачи организации, планирования, контроля за осуществлением инновационной деятельности, принимающая решения, ответственная за эффективность работы системы;
- правовая подсистема, обеспечивающая функционирование системы в пределах правового поля, осуществляющая законотворческую деятельность;
- подсистема информационного обеспечения, целью функционирования которой является предоставление и распространение полной, достоверной, объемной и обоснованной информацией в полном объеме, необходимой для функционирования всей системы;
- подсистема материально-технического обеспечения, осуществляющая управление ресурсами системы;

- подсистема научного обеспечения, работа которой заключается в проведении научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, направленных на разработку новых прогрессивных технологий;
- подсистема мониторинга за освоением инноваций представляющая собой комплекс организационных мероприятий, направленный на обеспечение эффективности освоения инноваций;
- финансовая подсистема, обеспечивающая и распределяющая финансовые средства для работы системы.

Сформировавшиеся на сегодняшний день в научных кругах точки зрения на управление инновационными процессами однозначно сходятся в том, что инновации являются достаточно сложным и разнообразным по своему содержанию объектом управления, требующем использования специальных форм и методов управленческого воздействия. В научной литературе при этом приводится целый арсенал подобных методов, каждый из которых может найти применение на различных стадиях и при решении различных вопросов в системе управления инновациями [3, стр. 113]. Для повышения эффективности управления инновациями в дорожном хозяйстве необходимо применять методы анализа, прогнозирования, оценки, оптимизации.

Метод моделирования, позволяющий на многовариантной основе рассмотреть возможности развития событий при соответствующих управленческих воздействиях.

Метод линейного программирования, дающий возможность оптимизации распределения ограниченного количества ресурсов между соответствующим количеством их потребителей.

Методы экстраполяции и интерполяции, основанные на изучении соответствующих тенденций и определении будущих параметров на основе их развития.

Графические методы, иллюстрирующие современное и будущее состояние объекта, например, на диаграммах и графиках.

Экспертные методы, определяющие решения на основе мнения специалистов.

Эмпирические методы, основанные на непосредственном изучении происходящих процессов, включающие наблюдение, сравнение, измерение.

Метод системного анализа и синтеза, суть которого в условной декомпозиции объекта, изучении его составляющих, что выявляет факторы синергетического характера.

Метод функционально-стоимостного анализа используется при выборе соответствующих планов действий с позиции минимизации затрат и получения максимального эффекта.

Параметрический метод основан на количественном и качественном описании планируемых заданий и контроля их выполнения.

Нормативный метод прогнозирования, предусматривающий использование совокупности определенных установленных нормативов.

В целом вышеназванные методы позволяют повысить научность управления инновациями в дорожном хозяйстве и придать ему обоснованный, структурированный характер.

Таким образом, в результате проведенного исследования можно сделать следующие обобщенные выводы:

- систему управления инновациями в дорожном хозяйстве можно условно разделить на ряд подсистем, решающих свои специфические задачи. Такие как, управленческая, правовая, финансовая, информационная и другие;
- на инновационные процессы в дорожном хозяйстве влияют экономические, технологические, правовые, политические, социально-психологические и организационно-управленческие факторы. Они могут как препятствовать развитию инноваций, так и способствовать;
- наиболее эффективные методы управленческого воздействия на инновационные процессы в дорожном хозяйстве, такие как метод моделирования, линейного программирования, эмпирические и экспертные методы, системный и функционально-стоимостной анализ, позволяют повысить научность управления инновациями в дорожном хозяйстве и придать ему обоснованный, структурированный характер.

В целом теоретические основы функционирования системы управления инновациями в дорожном хозяйстве можно использовать в качестве базиса для совершенствования действующего механизма управления инновационной деятельностью в отрасли.

Список литературы:

1. Гораева Т. Ю. Экономика и управление инновациями: пособие / Т. Ю. Гораева, С. А. Гречко. – Гродно: ГрГУ, 2010. – 113 с.
2. Инновационный менеджмент: Справ. пособие / Под ред. П.Н. Завлина, А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЦИСН, 1998. – 567 с.
3. Мишин В. М. Исследование систем управления: учебник для вузов / В. М. Мишин. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 527 с.
4. Самойлов А. В. Механизм управления инновационной деятельностью // Вопросы экономики и права. 2012. № 3. С. 177-181.
5. Федорченко М. А. Государственное регулирование инновационной деятельности в сфере развития дорожного хозяйства // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2013. № 2 (23). С. 61-65.

СПЕЦИФИКА ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДЫ РЫНКА КАПИТАЛА ДЛЯ ОЦЕНКИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

Фунтусов Александр Викторович

Финансовый Университет при Правительстве РФ

THE SPECIFICS OF THE APPLICATION OF METHODS OF CAPITAL MARKET VALUATION FOR RUSSIAN COMPANIES EVALUATION

Funtusov Alexandr, Financial University under the Government of the Russian Federation

АННОТАЦИЯ

В данной статье анализируется практика применения методов рынка капитала для оценки на российском рынке. Приводится сравнения данного метода с другими методами оценки. Обоснована целесообразность и эффективность применения метода рынка капитала для оценки российских компаний.

ABSTRACT

This article analyzes the practice of methods of capital market to assess on the Russian market. Provides a comparison of this method with other methods of assessment. The expediency and efficiency of application of the capital market valuation of Russian companies.

Ключевые слова: методы оценки, оценка бизнеса, метод рынка капитала, рыночная стоимость, доходный подход, затратный подход.

Keywords: methods of valuation, business valuation, the method of the capital market, market value, income approach, cost approach.

При расчете стоимости объекта оценки сравнительным подходом оценщики активно используют платные базы по мировым компаниям, такие как Factset Mergerstat LLC, Mergermarket, Zephyr, Deutsche Bank, Thomson ONE Banker, Bloomberg, по компаниями России и СНГ «Ренессанс Капитал», CitiBank, по рынкам акций второго эшелона «Антанта Капитал» Оценщики из компаний «Большой четверки» обычно применяют первые три базы из вышеуказанного списка.

Отметим, что финансовые аналитики информацию из баз данных используют только как первичную, часто нуждающуюся в существенных корректировках, а независимые оценщики обычно используют полученную информацию в своих расчетах напрямую.

Оценка стоимости публичных компаний это важный этап приватизации государственной собственности с целью пополнения бюджета страны, что особенно актуально для преодоления последствий мирового финансово-экономического кризиса. Существующие стандарты предусматривают несколько видов стоимости объектов оценки, которые используются в зависимости от целей оценки и конкретной производственной ситуации. Их применение сопряжено с преодолением значительного числа барьеров и рисков, не позволяющих получить объективную стоимость оцениваемой компании. Особо выделяются недостатки статистической информации о совершаемых на рынке сделках, неполнота бухгалтерской и прочей информации, необходимой для расчета показателей, проблемы российского фондового рынка, а также субъективизм оценщиков, которые в процессе профессиональной деятельности должны преодолеть указанные барьеры и нивелировать противоречия рекомендуемых методик.

При определении рыночной стоимости объекта оценки определяется наиболее вероятная цена, по которой данный объект может быть отчужден на дату оценки на открытом рынке в условиях конкуренции, когда стороны сделки действуют разумно, располагая всей необходимой информацией, а на величине цены сделки не отражаются какие-либо чрезвычайные обстоятельства.

Рыночная стоимость определяется оценщиком, в частности, в следующих случаях:

- при изъятии имущества для государственных нужд;
- при определении стоимости размещенных акций общества, приобретаемых обществом по решению общего собрания акционеров или по решению совета директоров (наблюдательного совета) общества;
- при определении стоимости объекта залога, в том числе при ипотеке;
- при определении стоимости неденежных вкладов в уставный капитал;
- при определении стоимости имущества должника в ходе процедур банкротства;
- при определении стоимости безвозмездно полученного имущества

При этом зачастую выделяются следующие проблемы при оценке стоимости публичных компаний:

- 1) определение возможных рисков, присущих данной компании, и применение в соответствии с этим наиболее объективных параметров для оценки;
- 2) соблюдение новых законодательных актов в области оценки;
- 3) выбор безрисковой нормы доходности;
- 4) недостаток статистической информации о совершаемых на рынке сделках;
- 5) недостаток бухгалтерской и прочей информации необходимой для расчета показателей;
- 6) проблемы российского фондового рынка.

Несмотря на кажущееся преобладание недостатков над преимуществами, чаще всего отечественные оценщики отдают предпочтение доходному и сравнительному подходам, а неиспользование затратного подхода обосновывается недостатком необходимой информации. При выведении среднего результата на основании полученных оценок, посчитанных с помощью оставшихся двух подходов, в качестве определения весовых коэффициентов часто используется вариант, предлагаемый в "Правилах определения нормативной цены подлежащего приватизации государственного или муниципального имущества", утвержденным правительственным Постановлением №369 от 31.05.2002, а именно, сравнительный — 0,7, доходный — 0,3 [1].

Недостаток статистической информации о совершаемых на рынке сделках. В частности, при использовании сравнительного подхода к оценке компании. По мнению автора, эту проблему необходимо выделить, так как пути ее решения нигде достаточным образом не проработаны и не могут быть решены оценщиком в индивидуальном порядке.

С началом XXI в. в России был зафиксирован быстрый рост сделок по слияниям и поглощениям, в особенности в 2005-2007 гг. В этот период стали появляться различные агентства, которые начали консолидировать такую информацию по сделкам. Но ввиду малого временного охвата, а также малой прозрачности данных сделок, сейчас в России сложно говорить о наличии репрезентативных баз данных, позволяющих корректно найти компанию аналог, а также выявить отраслевые риски. Существует мнение что, данные по таким сделкам должны в обязательном порядке в режиме "онлайн" консолидироваться в Государственной службе по статистике и быть доступными для всех заинтересованных групп лиц. Это повысит качество оценок различных активов, а также прозрачность самих сделок. В результате данных мер риск спекуляций слухами на фондовой бирже существенно сократится, а инвесторы будут охотнее участвовать в биржевых торгах. В итоге, это может привести к росту капитализации компаний [2].

Недостаток бухгалтерской и прочей информации необходимой для расчета показателей. Стандарты российского бухгалтерского учета имеют множество недостатков. К ним можно отнести существенные различия между национальной системой бухгалтерского учета и Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО),

что мешает использованию для сравнения компаний-аналогов на зарубежных рынках, а также отражению аналогичных сделок в отчетности. Но в отличие от предыдущей, данная проблема активно решается государством, и наша страна в ближайшие годы должна перейти на МСФО. Уже сейчас многие ПБУ переписываются в соответствии с действующими международными стандартами. Также стоит отметить, что оценщик должен обеспечить достоверность исходной информации, используемой для оценки, а для этого зачастую требуется мнение независимого эксперта-аудитора в отношении отчетности компании. В связи с этим необходимо, чтобы каждая публичная компания формировала свою отчетность в соответствии с МСФО и имела заключение квалифицированного аудитора по этой отчетности. Так же как уже говорилось стоит проблема российского фондового рынка.

Проанализировав обозначенные проблемы оценки стоимости публичных компаний в условиях российского рынка, можно предположить, что наиболее вероятным методом оценки будет либо доходный, либо сравнительный, но каждый из них должен быть модифицирован с учетом отраслевой специфики объекта исследования.

Одной из особенностей сформировавшейся в стране рыночной экономики является большое количество закрытых компаний, не имеющих публично размещаемых ценных бумаг. Основной задачей эффективного управления компанией является создание ее ликвидной стоимости, которая признана рынком и в любой момент может быть преобразована в денежные средства путем её продажи, а также создания системы управления стоимостью компании с целью её максимизации. Повышение стоимости акционерных обществ может быть отражено в увеличении уровня котировок акций компаний.

Формирование рыночной экономики в России породило огромное количество АО, акции которых не котируются на фондовом рынке. Большая часть российских компаний является непубличными, «закрытыми», то есть их акции не обращаются свободно на рынке ценных бумаг, находятся во владении ограниченного числа акционеров, и информация об их деятельности не раскрывается или раскрывается в неполном объеме. В то же время уровень информационной открытости компании чрезвычайно важен для инвесторов, поскольку своевременность и доступность информации позволяют им принимать наиболее обоснованные и правильные решения.

Следует отметить, что для выхода компании на фондовый рынок информация, в виде отчетности, должна представляться в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО), которые направлены на раскрытие информации всем заинтересованным лицам. Международные стандарты подразумевают высокую степень прозрачности компании, так как они в большей степени направлены на раскрытие информации всем заинтересованным лицам, в отличие от российских стандартов финансовой отчетности, основной задачей которых является раскрыть информацию, прежде всего, государственным службам.

Таким образом, состав информации, обязательной к раскрытию при формировании финансовой отчетности в соответствии с МСФО, в большей степени характеризует деятельность предприятия, чем данные, которые раскрывают компании согласно российскому законодательству. Даже в том случае, когда речь идет о правильной ориентации в выборе стратегии развития ОАО, акции которых обращаются на организованном рынке ценных бумаг, следует обязательно использовать отдельные процедуры

оценки стоимости бизнеса, специально разрабатываемые применительно к закрытым компаниям.

На это существует две причины.

1. Стоимость ОАО не достаточно точно фиксируется на рынке капитала, то есть рыночная капитализация может не совпадать с действительной стоимостью компании, что влечет за собой возникновение неточностей в результатах оценки. Действительная стоимость основывается на учете наиболее важных условий изменения положения конкретного вида деятельности в ближайшей перспективе.

Причем внутренняя стоимость компании зависит не только от оценки воздействия очевидных в конкретной ситуации факторов, влияющих на доходность бизнеса в данный момент. Важно определить, как изменится сила воздействия этих факторов в ближайшее время и какие могут появиться новые условия развития бизнеса.

В свою очередь, рыночная капитализация компании равна произведению цены одной акции на количество акций данной компании. Поэтому рыночная капитализация может отличаться от фундаментальной стоимости компании.

2. Реальная ценность компании не в полной мере может быть отражена в капитализации котировок их акций. Количественные характеристики их капитализации основываются на данных о купле – продаже небольших пакетов акций. Поэтому для определения стоимости всего ОАО для сделок, например, слияния и поглощения, нужны расчеты, основывающиеся на определении стоимости всей совокупности акций.

В процессе оценки учесть указанные особенности открытых акционерных обществ, необходимо использовать методы, разработанные специально для оценки стоимости закрытых АО. Главным образом ориентируется на оценку закрытых крупных компаний, а также АО, акции которых не котируются на организованном рынке ценных бумаг, применение сравнительного подхода, то есть подхода к определению стоимости компании на основе компаний-аналогов. Для оценки производится анализ мультипликаторов, относящихся к стоимости компании, которые представляют собой соотношение цены с различными показателями дохода (выручка, чистая прибыль, EBIT, EBITDA) по компаниям-аналогам.

Метод рынка капитала позволяет рассчитать стоимость миноритарной доли в открытой компании. Вопрос об обязательной сопоставимости долей оцениваемых компаний и внесении соответствующих корректировок часто игнорируется, и по умолчанию рассчитывается стоимость мажоритарного пакета. Таким образом, в подавляющем большинстве случаев при использовании стандартных методов оценки определяется стоимость доли участия в открытой компании. Однако нельзя полагать, что закрытость компании и обусловленная этим неликвидность являются дискретными величинами. Степень закрытости компании и степень её неликвидности можно рассматривать как свойства, имеющие непрерывный характер и оказывающие влияние на стоимость акций компании.

Подводя итог вышеизложенному, можно сделать вывод о том, что рыночная капитализация не всегда отражает действительную стоимость того или иного бизнеса, и при определении стоимости компании не всегда целиком можно полагаться на показатели, возникающие на рынке котировок акций открытых акционерных обществ.

При определении стоимости бизнеса необходимо использовать комплексный подход, который позволяет учесть не только рыночные показатели, но и результаты

методов оценки компаний как закрытых, то есть не имеющих публично размещенных ценных бумаг. Оценка стоимости непубличной компании должна осуществляться с учетом следующих особенностей:

- информация, на основе которой проводится оценка, ограничена по объему и степени подробности данных, поскольку закрытые компании не подчиняются требованиям о раскрытии информации, обязательным для открытых компаний;
- цель оценки закрытых компаний имеет большое значение и может в значительной степени оказывать влияние на стоимость компании, например, перед первичным размещением акций;
- размера закрытой компании и имеющейся структуры капитала (закрытые компании могут быть как большими, так и малыми, в то время как открытые, как правило, только большие);
- степени ликвидности компании и связанным с ней применением скидки за недостаточную ликвидность;
- особенностей ведения финансового учета (методы учета могут различаться в значительной степени);
- отсутствия сформированного фондового рынка для закрытых компаний и связанной с этим высокая стоимости продажи доли закрытой компании [3].

В свою очередь при определении рыночной стоимости закрытых компаний следует учитывать тот фактор, что все традиционные методы оценки в значительной степени были разработаны для оценки открытых компаний и основаны на использовании данных фондового рынка. Отличия закрытых и открытых компаний в отношении состава и объема раскрываемой информации при условии их не учета могут в значительной степени исказить результаты определения стоимости.

Список литературы:

1. Постановление правительства от 31.05.2002 г. «Об утверждении правил определения нормативной цены подлежащего приватизации гос. или мун. Имушества».
2. Тришин В.Н. О причинах и последствиях занижения стоимости основных средств российских предприятий по международным и российским стандартам бухгалтерского учета. Система ASIS® как инструмент решения этой проблемы // Московский оценщик. 2007. № 5(48).
3. Управление стоимостью компании как основная задача эффективного собственника / Управление корпоративными финансами, №2, 2006.

ВОЗМОЖНЫЕ ИСТОЧНИКИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ КРУПНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Габидуллина Лилия Хаксеновна

Кандидат экономических наук, старший преподаватель Набережночелнинского филиала Института экономики, управления и права (г. Казань), г. Набережные Челны

POSSIBLE SOURCES OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF LARGE TRADING NETWORKS AT THE REGIONAL FOOD MARKET

Gabidullina Lilia Haksenovna, Candidate of economic sciences, senior lecturer of Naberezhnye Chelny branch of the Institute of Economics, management and law (Kazan), Naberezhnye Chelny

АННОТАЦИЯ

Источники конкурентных преимуществ – неотъемлемый инструмент повышения конкурентоспособности предприятия. Умелое их определение и использование по назначению продовольственной сетью на этапе охвата регионального рынка позволит компании обеспечить себе долгосрочное существование.

ABSTRACT

The sources of competitive advantages are essential to improve the competitiveness of enterprises. Skillful definition and intended use of the food network on the step coverage of the regional market will allow the company to secure long-term existence.

Ключевые слова: источники конкурентных преимуществ; жизненный цикл предприятия; мероприятия; стратегия развития.

Keywords: the sources of competitive advantages; the corporate life cycle; activities; the strategy development.

Рынок продовольственной торговли в регионах – это основной источник

доходов крупных торговых сетей. Как показывает опыт, конкурентные позиции крупных торговых сетей в регионах различны. Это доказывает тот факт, что не существует единого способа достижения устойчивого конкурентного преимущества, которое бы подходило для всех и обеспечивало бы им успех. Данный вывод служит несомненным аргументом в пользу необходимости классификации конкурентных преимуществ сетевых торговцев на продовольственном рынке, что и было сделано автором данной статьи. При этом не стоит забывать, что на разных этапах развития предприятия источники и виды конкурентных преимуществ для него играют разную роль.

Мнение большинства специалистов сводится к тому, что способами получения конкурентных преимуществ могут быть: низкие издержки, дифференциация товаров, патенты, ноу-хау, инфраструктура региона, природный потенциал страны, известность марки.

По мнению автора статьи, конкурентное преимущество есть многогранная категория, содержащая в себе управленческие, маркетинговые, финансовые, технологические и иные составляющие, обеспечивающих успех предприятия на рынке.

Учитывая рассматриваемую проблематику анализа, нами предлагаются свои источники достижения кон-

курентных преимуществ, применительно к торговым сетям, действующим на региональных товарных рынках (см. рис.1.1.1.):

1. Стабильность связей с поставщиками – является одним из способов достижения конкурентного преимущества торгового предприятия. Как правило, постоянным

клиентам предлагаются более выгодные условия сотрудничества, которые отражаются в первую очередь на закупочной цене, а потом на условиях поставки, страховки продукции и т.д.

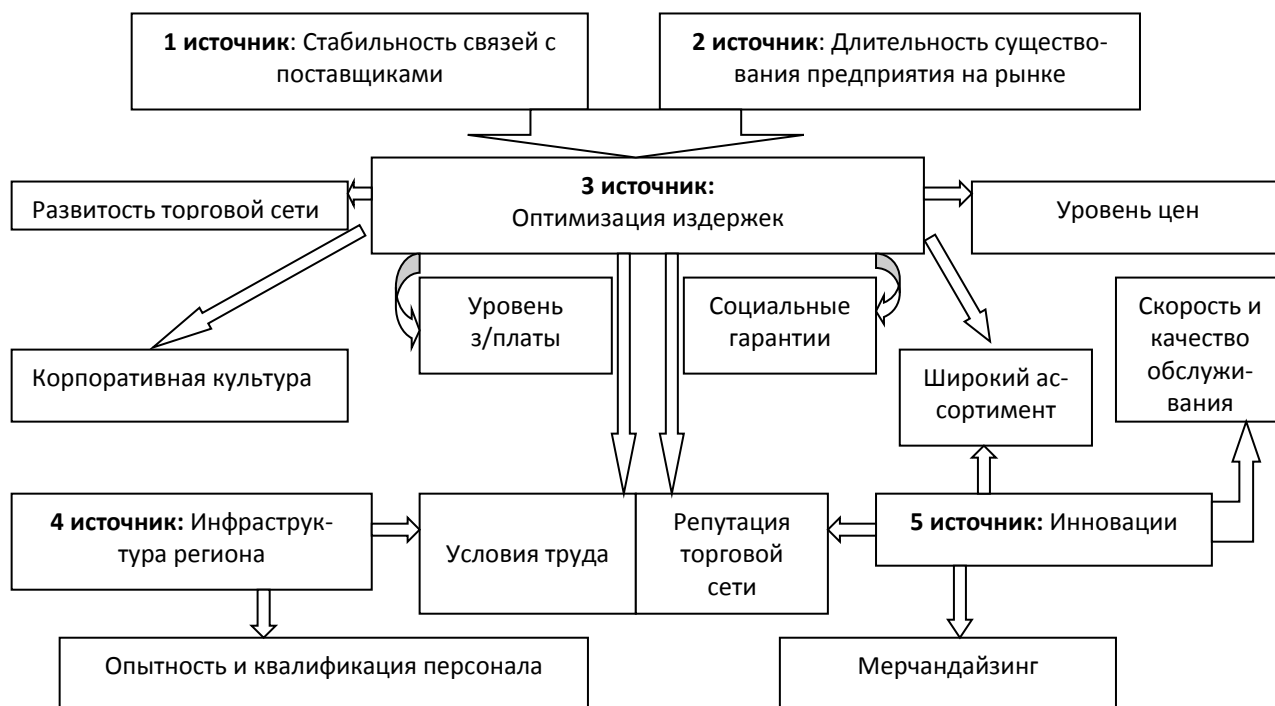


Рисунок 1. Источники и виды конкурентных преимуществ торговой сети

2. Длительность существования предприятия на рынке – данный способ выделен нами в силу того, что каждый хозяйствующий субъект в процессе своего развития проходит «кривую опыта», которая формирует определенные стратегии действий предприятия, умение прогнозировать рыночные явления, формировать свои цели и т.д. Соответственно, за весь период своего существования торговая сеть может найти оптимальные технологии производства, организации труда, торговой деятельности, найма персонала, снижения материальных затрат.

3. Оба представленных выше источника порождают третий способ формирования конкурентных преимуществ – оптимизация издержек.

4. Инфраструктура региона – потенциал, который обеспечивает хозяйствующий субъект квалифицированным и опытным персоналом, создает предпосылки для формирования условий труда [1, с. 29-30].

5. Инновации – результаты инновационной деятельности, представленные в виде усовершенствованного или нового товара, реализующегося на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности [3, с. 42].

Каждый источник в нашем случае формирует конкурентные преимущества. В основе авторской классификации данных преимуществ лежит идея в необходимости их деления на «внешние» и «внутренние». Основа их отличия состоит в том, что «внешние» конкурентные преимущества – это восприятие торгового предприятия покупателем, базирующееся на его чувствах: зрение, слух, обоняние, осязание, эмоции. Так как объектом анализа выступает крупная продовольственная торговая сеть, то к «внешним» конкурентным преимуществам можно отнести известность торгового знака (знака обслуживания),

развитость торговой сети, уровень цен, высокое качество товаров/услуг, широта и насыщенность ассортимента, скорость и качество обслуживания, мерчандайзинг. «Внутренние» конкурентные преимущества – это те свойства объекта, которые не видимы покупателю, но они отвечают за формирование внешних конкурентных преимуществ. В нашем случае сюда относятся: опытность и квалификация персонала, корпоративная культура, социальные гарантии, условия труда, уровень заработной платы.

Любая торговая компания, осваивая региональный рынок, использует все возможные источники конкурентных преимуществ для разработки инструментов стратегического развития продовольственной сети. Данный этап включает в себя несколько ступеней стратегического планирования: сегментация и позиционирование, программа маркетинговых коммуникаций, формирование имиджа хозяйствующего субъекта. Программа мероприятий на этом шаге во многом предопределяется предыдущим этапом и зависит от этапа жизненного цикла торгового предприятия (ЖЦП).

Традиционно первый этап ЖЦП характеризуется выходом предприятия на региональный рынок продовольственных продаж.

Второму этапу свойственно частичное укрепление позиций предприятия на региональном рынке.

Третий этап характеризуется стабилизацией положения торгового предприятия.

В зависимости от этапа жизненного цикла торговой сети должна быть выстроена своя политика по формированию «внешних» и «внутренних» конкурентных преимуществ. В таблице 1 автор предлагает основные мероприятия по формированию конкурентных преимуществ на каждом из этапов развития.

Таблица 1

Мероприятия, направленные на формирование внешних и внутренних конкурентных преимуществ продовольственного торгового предприятия на региональном рынке [2, с. 19].

Этапы жизненного цикла продовольственного предприятия	Мероприятия, формирующие	
	Внешние конкурентные преимущества	Внутренние конкурентные преимущества
	Источники конкурентных преимуществ: инфраструктура региона; инновации	
Выход на региональный рынок	<ul style="list-style-type: none"> – исследовательская работа по изучению рынка региона; – дизайн торговой зоны; – планировка торговой зоны; – программа продвижения торговой сети в регионе (рекламная кампания); – поиск региональных, местных производителей продовольственных товаров. 	<ul style="list-style-type: none"> – определение миссии, целей торгового предприятия; – планирование деятельности предприятия на ближайшее время; – конкурсный отбор персонала.
Укрепление позиций торгового предприятия на региональном рынке	<p align="center">Источники конкурентных преимуществ: инфраструктура региона; инновации; стабильность связей поставщиками</p> <ul style="list-style-type: none"> – стимулирующие мероприятия; – периодический анализ ассортимента; – перестановки в торговом зале; – разработка фирменных POS-материалов; – маркетинговые исследования; – внедрение новинок в использовании торгового оборудования. 	<ul style="list-style-type: none"> – пересмотр стратегических планов; – повышение квалификации персонала; – материальное и моральное стимулирование персонала; – формирование и развитие корпоративной культуры.
Стабилизация положения торгового предприятия в регионе	<p align="center">Источники конкурентных преимуществ: длительность существования предприятия на рынке; стабильность связей с поставщиками; лидерство по издержкам</p> <ul style="list-style-type: none"> – разработка и реализация программы лояльности для покупателей; – расширение торговой сети в регионе; – участие в программах государственного и частного партнерства; – заключение уникальных договоров с поставщиками; – производство собственной продукции (private label); – практиковать прием «тайный покупатель»; – напоминающая реклама; – использование мультиформатной стратегии развития. 	<ul style="list-style-type: none"> – стажировки персонала; – внедрение инноваций в производственный процесс; – материальное стимулирование персонала; – выпуск корпоративных газет или журналов.

Первый этап жизненного цикла торговой сети характеризуется большими затратами по организации процесса торговли. Как «внутренние», так и «внешние» конкурентные преимущества только формируются.

Основные мероприятия, направленные на формирование «внутренних» конкурентных преимуществ должны включать в себя:

1. определение миссии и цели своего существования на региональном рынке;
2. распланировать действия 1-2 года вперед;
3. конкурсный отбор персонала (не только административного, но и обслуживающего).

«Внешние» конкурентные преимущества требуют от торгового предприятия осуществления следующих мероприятий:

1. исследовательская работа – необходима для определения уровня конкуренции, потребительских предпочтений, социально-экономического развития региона;
2. работа над дизайном торговой зоны – первые 7-10 секунд нахождения покупателя в магазине формируют его мнение о торговом предприятии;
3. планировка торговой зоны – цветовая гамма стен, расстановка витрин, наличие указателей (мобайлов), выкладка продукции на прилавки.
4. программа продвижения – оптимальным будет проведение рекламной кампании, главная цель которой

– формирование известности торгового предприятия на осваиваемом регионе;

5. поиск региональных местных производителей, для включения их продукции в ассортимент торговой сети, не только для соблюдения рамок закона, но и установления доступных цен, привлечения покупателей с помощью реализации известных региональных марок.

Полагаясь на то, что первое впечатление покупателей об уровне обслуживания, ассортименте, качестве продукции и ряда других показателей окажется положительным, следует надеяться на то, что он станет приходить за покупками периодически. Только, когда торговое предприятие имеет сформировавшееся количество постоянных покупателей, можно говорить о том, что хозяйствующий субъект переходит на вторую стадию своего развития – укрепление позиций. Данный этап характеризуется увеличением количества покупателей, более частыми покупками.

«Внутренние» конкурентные преимущества на втором этапе жизненного цикла могут быть достигнуты благодаря:

1. пересмотру стратегических планов по углублению на рынок;
2. повышению квалификации персонала;
3. материальное и моральное стимулирование персонала – грамоты, поздравления, доска почета;

4. формирование и развитие корпоративной культуры – корпоративные вечера.
«Внешние» конкурентные преимущества торгового предприятия на региональном рынке можно формировать с помощью таких мероприятий как:

1. стимулирующие мероприятия – временные скидки, акции;
2. периодический пересмотр ассортиментной политики, включающий в себя анализ широты, глубины, насыщенности, гармоничности, наличие новинок в ассортименте;
3. практиковать перестановки в торговом зале;
4. разработка фирменных POS – материалов для формирования единого фирменного стиля;
5. маркетинговые исследования, направленные в первую очередь на оценку удовлетворенности покупателей деятельностью универсама;
6. внедрение новинок в использовании торгового оборудования, с целью оптимизации труда персонала и поддержки своей инновативности.

По мнению автора, особенно следует обратить внимание на стимулирующие мероприятия, так как на региональном рынке для потребителя первоочередным является цена при приобретении товара. Регионы сравнительно недавно стали привыкать и понимать выгодность покупки товара со скидкой, поэтому, совершая выгодное приобретение, клиент стремится приобрести больше (впрод).

На этапе стабилизации положения торгового предприятия в регионе «внутренние» конкурентные преимущества можно формировать с помощью следующих мероприятий:

1. стажировка персонала – позволит не только поддерживать качество продукции и услуг, но и расширять ассортимент универсама благодаря выпуску собственных товаров-новинок;
2. внедрение инноваций в производственный процесс с целью оптимизации труда и возможности модернизации собственной продукции;
3. материальное стимулирование – цель – повысить удовлетворенность сотрудника местом работы, повысить его работоспособность;
4. выпуск корпоративных газет или журналов – поддерживать внутренний имидж предприятия.

«Внешние» конкурентные преимущества могут быть достигнуты с помощью:

1. разработки программ лояльности для покупателей;
2. расширения торговой сети;
3. заключения уникальных договоров с поставщиками, что позволит снизить цены на реализуемый товар;
4. участия в программах государственного и частного партнерства;
5. производства собственной продукции (private label);
6. практиковать прием «тайный покупатель» для оценки качества ведения торговой деятельности универсама;
7. напоминающей рекламы;
8. реализации мультиформатной стратегии (дискаунт, гипермаркет, универсам, магазин у дома).

Из всех перечисленных мероприятий самым смелым по своим масштабам является развитие мультиформатной стратегии, которая предполагает открытие магазинов различных по своим типам, что даст торговой компании существенное преимущество в виде широкого охвата различных сегментов рынка [1, с. 110-112].

Современный рынок продовольственной торговли ведет ожесточенную борьбу за каждого потребителя, потому стратегические действия компаний по наращиванию своих конкурентных преимуществ являются необходимыми для дальнейшего развития и существования хозяйствующего субъекта.

Список литературы:

1. Габидуллина Л.Х. Управление конкурентоспособностью крупных торговых сетей на региональном рынке продовольственных товаров: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05/ Л.Х. Габидуллина. – Казань, 2012. – 175 с.
2. Габидуллина Л.Х. Управление конкурентоспособностью крупных торговых сетей на региональном рынке продовольственных товаров: автореферат на соискание ученой степени кандидата экономических наук/ Л.Х. Габидуллина. – Казань, 2012. – 24 с.
3. Экономика: модернизация, инвестиции, инновации: энциклопедический словарь/ авт.- сост. А.И. Буркин, А.Л. Кураков, А.В. Рождественский и др.; под ред. Л.П. Куравлева – М.: ЮниВестМедиа, 2010. – 960 с.

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ТРУДА И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗАНЯТОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ ДАГЕСТАН

Гаджиев Гаджи Гаджибрагимович

канд. э. наук, доцент, зав. кафедрой экономики и предпринимательства, Дагестанский государственный педагогический университет, г. Махачкала, Республика Дагестан, Россия

Кельбиханова Наида Гаджиевна

ассистент кафедры экономики и предпринимательства, Дагестанский государственный педагогический университет, г. Махачкала, Республика Дагестан, Россия

PECULIARITIES OF THE LABOUR MARKET AND THE MAIN DIRECTIONS OF INCREASING THE EFFECTIVENESS OF EMPLOYMENT IN THE REPUBLIC OF DAGESTAN

Gadjiev Gadji Gadjiibragimovich, Candidate of Science, docent, the head of the economics and business chair, Daghestan State Pedagogical University, Makhachkala, the Republic of Daghestan, Russia

Kelbbikhanova Naida Gadjievna an assistant lecturer of the economics and business chair, Daghestan State Pedagogical University, Makhachkala, the Republic of Daghestan, Russia

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются особенности рынка труда в республике, проведен анализ занятости, рассмотрены основные направления повышения эффективности занятости в Республике Дагестан.

ABSTRACT

The article deals with the peculiarities of the labour market in the Republic, the analysis of employment is performed, the basic directions of increasing the effectiveness of employment in the Republic of Dagestan are examined.

Ключевые слова: рынок труда; трудовые ресурсы; эффективная занятость населения.

Keywords: the labour market, labour resources, effective employment.

Макроэкономические показатели развития Республики Дагестан в последние годы имеют положительную динамику, улучшается, хотя и меньшими темпами как хотелось бы, финансово-экономическое положение предприятий, растет спрос на рабочую силу. Положительные сдвиги в экономическом развитии обусловили и рост занятости. За этот период наблюдается и рост малого и среднего бизнеса и, соответственно, увеличение числа занятых в этом секторе экономики. Однако республика все еще остается одним из наиболее трудоизбыточных регионов Российской Федерации, в котором существует значительный дисбаланс между наличием свободных рабочих мест и численностью трудоспособных граждан, ищущих работу.

В значительной степени это есть следствие того, что в результате конверсионных процессов на предприятиях республики оборонного комплекса, произошло резкое уменьшение численности работающих (более чем в 6 раз). За прошедшие годы были потеряны традиционные рынки сбыта сельскохозяйственной продукции, уменьшилась численность работающих на предприятиях пищевой и перерабатывающей промышленности. Резко сократилось число занятых традиционными народными промыслами.

Аграрный сектор экономики, играющий значительную роль в обеспечении занятости преобладающего по численности сельского населения республики, имеет низкий уровень развития даже по сравнению со среднероссийскими показателями. Он обусловлен такими негативными факторами, как слабая материально-техническая база, существенный износ (75-80%) действующего парка сельскохозяйственных машин, использование устаревших технологий, высокая доля ручного труда в сельскохозяйственном производстве из-за преобладающего объема производства сельхозпродукции республики в хозяйствах населения. Расположение значительной части этих хозяйств в горной и предгорной зоне республики также осложняет механизацию процессов производства. Это вытесняет из данного сектора экономики высококвалифицированных специалистов, владеющих современными методами организации сельскохозяйственного производства, подталкивает молодежь к поиску сферы трудовой деятельности в других отраслях экономики республики и страны. Такое положение в дальнейшем будет препятствовать повышению эффективности функционирования агропромышленного комплекса республики.

Следует также отметить, что традиционная для Республики Дагестан благоприятная демографическая ситуация с относительно высокими темпами естественного прироста населения обеспечивает ежегодный приток молодежи, вступающей трудоспособный возраст в количестве, превышающего спрос на рынке труда. Темпы ввода новых рабочих мест ниже темпов прироста трудоспособного населения. Результатом такого положения становится ежегодный прирост численности трудовых ресурсов, не обеспеченных рабочими местами в среднем на 20-23 тыс. человек.

Анализ ситуации в области занятости населения Республики Дагестан позволяет сделать вывод о том, что для современного состояния рынка труда в республике свойственны следующие особенности:

- сложился дисбаланс между численностью трудовых ресурсов и имеющимися в республике рабочими местами;
- благоприятная демографическая ситуация приводит к увеличению разницы между количеством вновь поступающих на рынок трудовых ресурсов и количеством создаваемых новых рабочих мест;
- имеет место деформация системы трудовых отношений, обусловленная значительными масштабами занятости в «нелегальном» секторе экономики;
- произошло существенное ухудшение качественных характеристик наличной системы рабочих мест, особенно в сельском хозяйстве, которые практически не обновлялись в течение 90-х годов, что неизбежно ограничивает возможности роста эффективности труда и использования трудового потенциала республики;
- недогрузка имеющихся производственных мощностей на действующих предприятиях и недоиспользование рабочего времени по большинству из них;
- резкое снижение мотивации работников в результатах своего труда и производства, ведущее к низкой производительности и эффективности труда, особенно в сельскохозяйственных производствах;
- закрытие ряда крупных в масштабах республики градообразующих предприятий и потеря действующими предприятиями большого числа работников высокой квалификации;
- низкая адаптация системы профессионального образования к рыночным условиям экономики;
- проблемы с обеспечением занятости отдельных социально-демографических групп населения (молодежи, женщин, инвалидов);
- существенные различия в напряженности рынка труда по городам и районам республики, наличие фактически депрессивных территорий с критической ситуацией в сфере занятости.

Рынок труда эффективно удовлетворяет потребности экономического развития лишь в том случае, если представленная на нем рабочая сила имеет высокие качественные характеристики, конкурентоспособна и её предложение соответствует спросу.

В этой связи, к основным задачам активной политики в области обеспечения эффективной занятости трудоспособного населения республики можно отнести:

- усиление государственного регулирования сферы занятости населения и в количественном, и в качественном отношениях;
- содействие созданию эффективного рынка труда, оперативно обеспечивающего удовлетворение спроса на рабочую силу по структуре профессий, связанных с развитием высокотехнологичных производств;
- совершенствование с учетом потребностей рынка труда системы профессионального обучения, повышения квалификации и переподготовки граждан, обращающихся в органы службы занятости в поисках работы;

- повышение инвестиционной привлекательности республики для привлечения инвестиций под реализацию крупных проектов на её территории, направленных на поддержание экономического роста, создание новых рабочих мест;
- оказание адресной социальной поддержки безработным в зависимости от причин потери работы и их готовности адаптироваться к требованиям рынка труда;
- содействие незанятым гражданам, в том числе учащимся выпускных классов общеобразовательных школ, в оптимальном выборе профессии путем осуществления их профессиональной ориентации и профессионального консультирования;
- повышение эффективности внутренней и внешней трудовой мотивации работающих граждан в дости-

жении роста собственных доходов, конечных результатов производства и целей социально-экономического развития республики;

- содействие избыточной на данный момент трудоспособной части населения республики в поиске рабочих мест и трудоустройстве в других регионах страны;
- квалифицированное использование возможностей государственной поддержки социально-экономического развития регионов России, признанных в соответствии с требованиями ВТО слаборазвитыми, к которым на сегодняшний день, к сожалению, относятся и Республика Дагестан. Государственная поддержка таких регионов правилами ВТО не ограничивается.

АНАЛИЗ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ МЕТОДОМ СЕГМЕНТИРОВАНИЯ

Гасанова Асият Сурхиевна

студентка 5 курс, специальности «Финансы и кредит» Дагестанского государственного университета, Россия, г. Махачкала

Исаева Шамсият Магомедовна

доцент кафедры «Аудит, статистика и экономический анализ», Дагестанского государственного университета, канд. эк. наук, доцент, Россия, г. Махачкала

ANALYSIS OF THE BANKING SYSTEM BY SEGMENTING

Gasanova Asiyat Surhievnna, Student of 5 course of Dagestan State University, Makhachkala

Isaeva Shamsiyat Magomedovna, Candidate of Science, associate professor of Dagestan State University, Makhachkala

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрено понятие сегментация банковской системы, даны этапы сегментирования банковского рынка, раскрыты задачи сегментного анализа банковской системы. Также в статье дана кластерная группировка банков.

ABSTRACT

In this article considered the concept of segmentation of the banking system, given the steps segmentirovaniya banking market segment analysis revealed the problem of the banking system. Also in the article the cluster group of banks.

Ключевые слова: банковская система, сегментация, анализ, кластеры.

Keywords: banking system, segmentation, analysis, clusters.

В условиях повышенной концентрации ресурсов и рисков в банковской системе РФ, ее активного «взросления» и усиления конкуренции со стороны иностранных банков, качественно управлять развитием банковской системы можно только при наличии объективной информации о реальном состоянии дел во всех составляющих данной системы. Эффективный способ получения такой информации – это применение метода сегментирования (или сегментации), который подразумевает выделение из общей массы банков обособленных их групп, обладающих аналогичными признаками, с последующим анализом каждой группы (сегмента) в отдельности. Нахождение и изучение развития подобных групп банков в динамике дает мощный инструмент, позволяющий с высокой степенью достоверности прогнозировать развитие банковской системы в целом.

Обе стратегии развития банковского сектора – Правительство РФ и Центральный банк РФ, а также Ассоциации российских банков – нацелены на развитие банковской системы России и совершенствование механизмов ее регулирования. Банк России находится в данном случае на грани конфликта интересов: с одной стороны он должен эффективно управлять поддержанием курса национальной валюты – рубля и кредитно-денежной системы страны в целом, с другой стороны, коммерческие банки

являются для Банка России не только механизмом управления ликвидностью экономики, но и объектом регулирования и «опеки». Получается, что Банк России балансирует между интересами коммерческих банков как объекта регулирования и потребностями использования этих же банков как одного из механизмов управления денежным обращением страны в целом. В этих условиях качественно управлять развитием банковской системы можно только в том случае, если есть объективная информация о реальном состоянии дел во всех составляющих системы, для чего нужно должным образом сегментировать банковский сектор, и каждый сегмент анализировать. Результаты сегментного анализа банковской системы могут быть использованы также самими банками для решения информационных и управленческих задач, а именно:

- для разработки стратегии развития банка в краткой и среднесрочной перспективе;
- для успешного позиционирования вновь разрабатываемых и внедряемых банковских продуктов;
- для совершенствования методик анализа финансового состояния банков и, как следствие, более успешного управления рисками при проведении различных межбанковских операций;
- для прогнозирования ситуации в банковской системе и отслеживания тенденций ее развития и т.д.

- содержащаяся в отчетах информация становится доступной с большим опозданием, когда она в значительной мере утрачивает актуальность;
- перегруженность отчетов цифрами;
- информация в значительной мере агрегирована и консолидирована, причем принципы консолидации не всегда корректны;
- ряд показателей представлен в формальном виде, т.е. без учета специфики ведения банковского бизнеса в РФ, в частности, того, что отчетность части банков может быть намеренно искаженной;
- несмотря на декларируемую аполитичность Банка России, их аналитические данные не могут влиять на политическую и социально-экономическую ситуацию в стране (например, как отражение степени успеха реформ, проводимых правительством). Фактически у исполнительной власти всегда существует соблазн оказания давления на ЦБ, с целью корректировки данных в желаемом направлении.

Основным же недостатком на наш взгляд является фактическое игнорирование в них крайне неравномерного распределения ресурсов в банковской системе РФ. То же самое наблюдается при анализе банковских секторов регионов. На сайте Банка России есть раздел региональной статистики – полный набор финансовых показателей банков в разрезе каждого региона за несколько лет. Однако при этом не учитывается, что более 60% всех банков (в том числе крупнейших) приходится на Москву, и в то же время существует много субъектов РФ, где число самостоятельных банков не превышает 3-5, показатели которых очень малы, по сравнению с показателями московских банков. Такой анализ не дает достаточной информации, на основе которой можно было бы принимать важные решения. Для исправления ситуации необходимы дополнительное сегментирование банковской системы РФ и углубленное изучение каждого сегмента с точки зрения его роли в банковском секторе, тенденций развития и т. д. (например разбиение по видам клиентов, занимаемым бизнес-нишам, размерам активов и др.) Таких исследований в России очень немного. [1 с. 16-17]

Сегментация играет особую роль при формировании конкурентной среды на банковском рынке. Банк для определения своих конкурентных преимуществ выявляет перспективный сегмент рынка, группу потребителей и технологию продвижения новых банковских продуктов. Благодаря сегментации неоднородно крупный банковский рынок делится на более мелкие однородные сегменты (депозиты, кредиты, переводы, ипотека и др.). Можно выделить следующие этапы сегментирования банковского рынка. Первый этап – это сегментирование рынка, т.е. разделение рынка на четко обозначенные группы клиентов, различающиеся по своим характеристикам, для обслуживания которых могут потребоваться определенные банковские продукты и услуги. Для сегментирования рынка и составления профиля каждого из полученных сегментов могут использоваться разные методы. Второй этап – выбор целевых сегментов рынка. На этом этапе банк оценивает привлекательность отдельных сегментов рынка и отбирает один или несколько сегментов для освоения. Третий этап – позиционирование продукта на рынке, включает формирование конкурентоспособной позиции конкретного банковского продукта. Позиционирование продукта имеет целью обеспечить ему определенное, отличающееся от конкурентных и желаемое для банка место в перспективных сегментах рынка и в сознании целевых групп клиентов. [2]

Наиболее удачной из аналитических работ по сегментации банков последнего времени является исследование, проведенное специалистами аналитического центра журнала «Эксперт». Исследование представляет собой попытку сегментирования банковской системы России, основанного на агрегированных балансовых показателях каждого банка, входящего в эту систему. Исследователи исходили из того, что традиционный взгляд на банковскую систему как на единообразную массу банков и НКО, различия между которыми ограничиваются размерами их активов и набором разрешенных им операций, неверен по сути. Цель анализа и расчетов заключалась в следующем: грамотно сегментировать банковскую систему на относительно обособленные сегменты (кластеры). По мнению авторов, каждый кластер (совокупность банков) является своеобразной и самостоятельной системой, которая в силу своей ограниченности и относительной простоты более легка в управлении, более способна к развитию и реформированию, чем неоднородная масса кредитных организаций, составляющая банковскую систему России. Так, в итоге получены следующие группы (кластеры) банков:

- кластер «розничные банки» - активно развивающийся кластер, темпы роста которого примерно вдвое превосходят темпы роста банковской системы в целом. Субкластер «специализированные розничные банки» растет за счет привлечения средств иностранных банков и инвесторов (также за счет выпуска еврооблигаций). Основной риск, связанный с банками кластера – риск массовых неплатежей населения по предоставленным кредитам, напрямую связанный с увеличением объема «плохих» розничных кредитов;
- кластер «универсальные супербанки» («пауки») – является активно развивающимся, однако темпы его роста почти не отличаются от общих темпов роста банковской системы РФ, так как на него приходится до 80% совокупных банковских активов. Банки кластера составляют ядро банковской системы РФ. Основные риски, характерные для банков кластера – политический, и в меньшей степени риск утраты ликвидности;
- кластер «коммерческие полибанки» является развивающимся, в том числе за счет поглощения банков других кластеров («банки-кошельки», «клиринговые банки», «болото»). Другой источник банков данного кластера – растущее привлечение средств иностранных банков (как кредиты, так и вливания в капитал). Основной риск, характерный для банков кластера – риск потери ликвидности (также, из-за высокой зависимости от межбанковских кредитов, некомпетентность или злой умысел менеджмента и др.);
- кластер «клиринговые банки» - является «затухающим» в долгосрочной перспективе, однако полностью он не исчезнет в течение многих лет. Часто клиринговые банки являются частью банковских холдингов. Необеспеченные сделки с банками кластера высокорискованные. Основные риски, характерные для банков кластера – риск утраты ликвидности и риск проведения серых операций;
- кластер «банки-кошельки» также является «затухающим» в долгосрочной перспективе. Банки – представители кластера обречены на перепродажу как непрофильные активы своих владельцев. Небольшое число банков кластера в процессе развития перейдет в кластеры универсальных «супербанков» и «полибанков». Основной риск, характерный для

банков кластера – риск потери ликвидности из-за оттока средств основной клиентской базы;

- кластер «государственные спецбанки» - «затухающий». Необеспеченные сделки, заключенные с банками кластера являются низкорискованными. Основной риск – политический;
- кластер «болото», состоящий из большого числа мелких баков, является «затухающим». Банки этой группы либо теряют лицензии за отмывание, либо становятся объектами поглощения со стороны более крупных банков других кластеров. Необеспеченные сделки, заключенные с банками кластера, являются высокорискованными в силу высокой «смертности» контрагентов. Основной риск – проведение банками кластера «серых» операций.

В разрезе банковской системы РФ в целом:

1. Существующая структура российской банковской системы является переходной. Уже имеется мощный пул банков, которые с определенными допущениями могут называться универсальными. Он включает в себя как государственные банки, так и вновь созданные частные банки.
2. Сохраняется значительное число мелких и мельчайших банков, которые не имеют развитого бизнеса и не располагают ресурсами для изменения своего места и роли в системе.
3. Сокращается рыночная доля и число так называемых монобанков – клиринговых, «банков-кошельков», спецбанков и др. Исключение составляют банки, специализирующиеся на розничных

программах, - рост их финансовых показателей значительно опережает рост показателей банковской системы в целом.

4. В банковском секторе наблюдаются тенденции консолидации финансовых активов: происходят как активная скупка крупными московскими банками ведущих региональных финансовых институтов, так и объединения крупных универсальных банков.
5. Банки с иностранным участием в значительной мере освободились от зависимости от своих материнских компаний и сформировали группу универсальных банков, все более активно работающих с клиентами в РФ.

Проведенный анализ еще раз показывает неоднородность сегментов банковской системы и необходимость дифференцированного подхода со стороны ЦБ РФ к каждому сегменту при управлении банковским сектором.

Список использованной литературы:

1. Путиловский В. А. Анализ банковской системы методом сегментации. // Банковское дело.- 2006 г. №11 с.- 16-24.
2. Монастырская Г. М. Сегментация банковского рынка // Вестник оренбургского государственного университета. – 2010 г. №8

РЕГИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Гоманюк Елена Константиновна

аспирант, Луцкий национальный технический университет

ASIAN REGIONAL MARKET ANALYSIS OF BANKING SERVICES

Gomanyuk Elena, Postgraduate, Lutsk National Technical University, Lutsk

АННОТАЦИЯ

На сегодняшний день развитие региональных рынков банковских услуг способствует повышению активности региональной экономики. Региональный анализ рынка банковских услуг дает возможность поиска путей развития регионов. В статье предоставлены аналитические аспекты анализа банковской деятельности регионов. Данный подход может быть использован участниками рынка банковских услуг в организации, управлении и планировании банковской деятельности регионов.

ABSTRACT

Nowadays the development of regional markets for banking services supplies updating of regional economic activity. Regional analysis the banking services market contributes to finding ways of developing regions. In the article presents the analytical aspects of the analysis of the banking activities of the regions. This approach can be used by participants market of banking services in the organization management and planning of banking activities regions.

Ключевые слова: регион; рынок; региональный рынок; региональный рынок банковских услуг; оценка развития, банковская деятельность.

Keywords: region; market; the regional market; the regional market for banking services; assessment of development; banking activity.

Потребление банковских услуг обуславливается географической зависимостью. Регион – это место, наделенное рыночной деятельностью, где осуществляются взаимоотношения по употреблению и предложению банковских услуг. Рыночное пространство характеризуется социально-экономическими различиями, которые проявляются в дифференциации уровня развития процессов на региональных рынках банковских услуг под влиянием территориально-географических особенностей. Целью проведенного исследования является поиск методик

оценки банковской деятельности на региональном уровне.

Изучением региональных аспектов банковской сферы занимались следующие ученые: Е. Бернштам, А. Лузанов, И. Бритченко, З. Герасымчук, О. Гладкова, Н. Корецкая, М. Люзьяк. Российские исследователи Е. Бернштам и А. Лузанов занимались географией банковской деятельности на уровне регионов, стран, группы стран и мира в целом [1]. Их достижения имели не только научное, но и прикладное значение для развития банковской сферы. Вместе

с тем ими не были затронуты экономические факторы функционирования рынка банковских услуг. Анализ территориальной организации банковской системы регионов Украины впервые расширено был изложен в работах З.Герасымчук и Н.Корецкой [3]. С.Гладкова изучала финансовую сторону регионального рынка банковских услуг [4], И. Бритченко - особенности банковских процессов для построения оптимальной модели региональной банковской системы [2]. М. Люзьяк анализировала конкурентоспособность рынка банковских услуг на региональном уровне [5]. Но учеными не была затронута комплексная оценка анализа региональных рынков банковских услуг. Учитывая вышеизложенное, следует более детально проанализировать методики оценки банковской деятельности на региональном уровне.

Прежде всего, следует отметить, что география в рыночных отношениях является сложным явлением, которое отображает систему различий, начиная от деления территории на административно-экономические единицы по целой гамме признаков и заканчивая дифференциацией социально-экономических процессов, которыми они характеризуются. Следует отметить, что региональный анализ рынка банковских услуг заключается в характеристике территориальных различий и особенностей состояния и развития купли-продажи банковских услуг, выявлении и моделировании основных закономерностей, взаимосвязей, структурных различий и тенденций. Региональный анализ также тесно связан с процессами, которые проявляются в различиях социально-экономических ситуаций регионов.

Регион – это подсистема социально-экономического комплекса страны, относительно самостоятельная его часть, которая наделена специфическими особенностями. Понятие "регион" трактуется неоднозначно. Таким образом, возникает необходимость определения границ региона, как места возникновения и функционирования региональных рынков.

В данном исследовании под регионом предлагаем понимать административно-территориальную единицу. В современных условиях в экономике каждого региона возникают рыночные отношения по поводу производства, распределения, предоставления и потребления. Регион с пространственного места экономической деятельности превращается не только в активного участника, но и становится непосредственным местом действия этих отношений, которые находят свое выражение в функционировании региональных рынков.

В территориальном исследовании рынка банковских услуг отмечаются две самостоятельные и взаимосвязанные составляющие. Первая – это характеристика рынка отдельного региона, а другая – это межрегиональный сравнительный анализ, выявление и оценка места каждого региона в общей системе. При этом можно выделить два направления анализа: оценка на определенный момент времени и динамический анализ (характеристика во времени).

Региональный анализ рынка банковских услуг предлагаем осуществить отталкиваясь от факторов, которые влияют на его развитие и функционирование (см. рис. 1.).



Рис. 1 Схема регионального анализа факторов, влияющих на рынок банковских услуг

Приведенные выше факторы непосредственно влияют и определяют состояние регионального рынка банковских услуг, именно их действия служат первоначальным материалом для всего последующего анализа. Учитывая данные направления строится фундамент анализа регионального рынка банковских услуг.

Приступая к аналитическому анализу, предлагаем, учитывая указанные факторы на первом этапе рассмотреть динамику ВРП регионов, данные объединим в таблицу (см. табл. 1.).

Таблица 1

Динамика валового регионального продукта регионов

Регион \ Год	2008	2009	...	k
1				
2				
.....				
n				

Позитивная динамика валового регионального продукта является основным условием развития банковского сектора региона. Следующим моментом для анализа мы предлагаем рассмотреть среднемесячную заработную плату по видам экономической деятельности регионов. Рост которой способствует росту доходов, что может послужить благоприятным фактором для увеличения ресурсной базы банков.

Большое влияние на развитие банковского рынка в регионах оказывает промышленное производство. Повышение хозяйственной активности предприятий регионального уровня проявляется ростом спроса на банковские услуги (кредитные, депозитные, платежные и др.).

Поскольку банковская сфера привязана к потребителю, то важное место следует отдать таким показателям как площадь территории, плотность населения, численность населения, половозрастная структура.

Анализируя региональный рынок банковских услуг, нами были рассмотрены демографические и социально-экономические составляющие комплексно, в непосредственной связи друг с другом. Такой шаг обусловлен тем, что указанные выше характеристики переплетаются между собой, действия одних накладываются на состояние других и между ними осуществляются тесные причинно-следственные связи.

Таким образом, была охарактеризована региональная зависимость между демографическими, социально-экономическими показателями и банковской деятельностью в разрезе регионов. В результате полученная информация позволит оценить региональные рынки банковских услуг. Изучение состояния и развития регионов является первым этапом регионального анализа банковской деятельности. Второй заключается в использовании данных первого этапа для характеристики и оценки банковской сферы регионов.

Для этого проводится оценка банковских показателей региона: институциональная насыщенность банковскими учреждениями регионов, общий объем активов

банковской системы региона, сумма предоставленных кредитов и привлеченных депозитов физических и юридических лиц.

Таким образом, имея в наличии информацию, полученную из двух источников, методом сравнения и систематизации существует возможность не только оценить уровень развития банковской деятельности в регионах, но и спланировать стратегические ориентиры последующей программы развития региональных рынков банковских услуг.

Список литературы:

1. Бернштам Е.С., Лузанов А.Н. Региональные аспекты организации и государственного регулирования банковской сферы: зарубежный и российский подходы / Е.С.Бернштам, А.Н.Лузанов. - М.: Эдиториал УРСС, 2001. - 104с.
2. Брітченко І.Г. Формування і функціонування регіонального банківського ринку "автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук: спец. 08.02.03 "Організація управління, планування і регулювання економікою"/І.Г.Брітченко. - Донецьк, 2005.-32с.
3. Герасимчук З.В., Корецька Н.І. Територіальна організація банківської системи регіонів України: оцінка та стратегія збагачення її раціональності: Монографія./ З.В.Герасимчук, Н.І.Корецька. - Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2010.-312с.
4. Гладкова С.Б. Региональный рынок розничных банковских услуг: тенденции и факторы развития: автореферат дис. на соискание уч.степ. канд. экон. наук: спец. 08.00.10 "Финансы, денежное обращение и кредит"/С.Б.Гладкова.- Санкт-Петербург, 2007.- 20с.
5. Люзник М.Е. Конкурентоспроможність банку на регіональному рівні: дис.на здобуття наук. ступеня канд.. екон. наук: 08.00.08 "Гроші, фінанси і кредит"/Люзник М.Е. - Суми, 2010.-206с.

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МОДЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

Хачатурян Михаил Владимирович

кандидат экономических наук, заведующий кафедрой управления, Негосударственного партнерства содействия развитию образования и науки, Институт Образования и Науки, г. Москва

THE DIRECTIONS OF IMPROVEMENT OF THE MODEL OF THE ECONOMIC SYSTEM OF RUSSIA IN THE CONDITIONS OF FORMATION OF POST-INDUSTRIAL SOCIETY

Khachaturian Mikhail Vladimirovich, candidate of economic Sciences, head of Department of management of Private partnership of promote the development of education and science, Institute of Education and Science, Moscow

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена анализу направлений формирования экономической системы России в условиях формирования постиндустриального общества. На основе авторского анализа сформулировано понимание этапов формирования и видов промышленных кластеров как основы перехода экономики России на постиндустриальный путь развития.

ABSTRACT

The article devoted to analysis of trends shaping the economic system of Russia in the conditions of the formation of post-industrial society. Based on the author's analysis formulated understanding of the stages of formation and types of industrial clusters as the basis of transition of the Russian economy in the post-industrial development.

Ключевые слова: постиндустриальное общество; экономическая система; Россия; направления; модели; условия; формирование

Keywords: post-industrial society; economic system; Russia; directions; models; conditions; formation

За прошедшие двадцать лет процесс формирования особых экономических зон, как механизма зарождения и развития малых и средних промышленных предприятий получил широкое распространение, как на уровне национальных экономик, так и в мировой экономике. Очевидно, что это стало возможным благодаря бурному росту информационных технологий и развитию систем коммуникации. Сети сотрудничества, цепочки и группы компаний стали существенными элементами развития национальных экономических систем и глобальной экономики в целом. Мировой экономической кризис 2008-2009 годов подтвердил, что подобные механизмы являются в современных условиях основными элементами обеспечения роста конкурентоспособности и процветания общества.

Однако, автор считает необходимым отметить, что процесс интеграции промышленных предприятий в особые экономические зоны не всегда проходит правильно, и не всегда приносит желаемый результат. Важно отметить, что создание особой экономической зоны или промышленной группы само по себе не является универсальным средством решения экономических проблем страны в целом и региона в частности.

В начале XX века английский экономист, А. Маршалл, в своей работе «Экономика промышленности» писал, что объединение промышленных предприятий в индустриальные зоны в рамках конкретных регионов приводит к усилению концентрации, что позволяет их владельцам получать существенно большую прибыль, благодаря таким факторам, как экономия за счет роста производства и эффекты избытков, а также гарантирует предприятиям меньшую зависимость от внешних факторов [7, p. 134].

Результатом описываемого процесса является:

- развитие сети индустриальных зон, деятельность которых обеспечивает расширение доступа промышленных предприятий к инвестиционным и информационным ресурсам, а также улучшение взаимодействия этих предприятий с партнерами в других отраслях;
- облегчение доступа промышленных предприятий к таким ресурсам, как квалифицированная рабочая сила, а также к научным разработкам и ноу-хау, являющимся необходимыми условиями конкурентоспособности;
- ускорение распространения идей, знаний и технических новшеств между компаниями-участниками зоны;
- создание внутренней «индустриальной среды» характеризующей наличием формальных и неформальных методов ведения дел, традиций, социальных ценностей и специализированных учреждений, обеспечивающих в данной зоне внедрение инноваций и поддерживающих эффективность работы [6, p. 145].

Из вышесказанного можно сделать вывод, что в современных условиях, как и в начале прошлого века, предприниматели ищут оптимальную модель взаимодействия - основу производства и подготовки к производству, а, следовательно, и модель приспособления к условиям рынка, что находит выражение в постоянном повышении

качества готовой продукции, эффективности производства, его гибкости и снижении издержек. Очевидно, что процесс объединения промышленных предприятий в индустриальные зоны, обусловлен рядом факторов:

- ускорением развития научно-технического прогресса,
- постоянно изменяющимися условиями рынка,
- ужесточением требований к качеству продукции со стороны клиентов,
- необходимостью внедрения инновационных подходов в процесс производства,
- трансформациями стратегий развития областей, регионов страны и мира,
- усложнением условий международного сотрудничества [8, p. 93].

Ускорение научно-технического прогресса подразумевает увеличение степени автоматизации производства, что изменяет основы производственного цикла, снижает затраты времени, а значит и цену конечного продукта.

Изменения, вызванные развитием систем управления, в основном определяются внедрением новых типов производств, трансформацию механизмов управления производственным процессом и совершенствование методов контроля качества производства. Автор считает необходимым отметить, что данные изменения являются результатом развития интеграционных процессов в рамках особых экономических зон и в частности промышленных зон.

Большое значение для развития промышленных зон приобретают в современных условиях изменения на отдельных рынках. К таковым относятся:

- насыщенность рынка,
- влияние глобализации,
- постоянно увеличивающиеся потребности производства в инновациях [1, p. 967].

Крупные компании, которые хотят повысить свою конкурентоспособность и преуспеть в посткризисной ситуации направляют значительные финансовые средства на модернизацию, перестройку, оживление и возможное изменение концепции собственного производства.

В свою очередь, малые и средние фирмы, для того чтобы конкурировать с большими фирмами и утвердиться на рынке, вынуждены искать возможности совместного развития, расширять взаимные связи, объединяться в промышленные цепи, сети и, в конечном счете, интегрироваться в особые экономические зоны.

Процесс формирования промышленной цепочки состоит в объединении усилий компаний в рамках определенной области или территории по оказанию взаимной помощи и сотрудничеству сфере производства. Цель создания подобного объединения состоит в том, чтобы укрепить положение участников на рынке посредством преимуществ, получаемых от участия в союзе [4, p. 959].

Выделяются несколько форм подобных объединений.

Первый уровень формирования промышленной цепочки состоит в создании условий и механизмов взаимной

помощи между двумя компаниями. Практически это означает, что на базе двух систем управления компании формируют единую систему, которая определяет уровень потребности в производственных мощностях или услугах, а именно машинах, рабочей силе, складских площадях и направлениях поставок готовой продукции, а также распределения ресурсов. Итогом первого уровня формирования цепочки состоит не в получении мгновенной выгоды обеими компаниями от совместной деятельности, а скорее в создании так называемого «хорошего опыта» взаимодействия, который важен для дальнейшего сотрудничества в рамках цепи [5, р. 56].

Помимо указанных достоинств исследуемый уровень характеризуется и рядом недостатков:

- низкая степень интеграции;
- высокая вероятность потери интереса со стороны фирмы-партнера в дальнейшем формировании цепочки;
- возможность получения прибыли лишь одной стороной [5, р. 60].

Второй уровень формирования цепочки - состоит в одноразовом сотрудничестве двух или более компаний в процессе реализации определенного заказа. В странах Восточной и Центральной Европы этот механизм создания промышленной цепочки используется в форме товариществ, ассоциаций организаций. Подобные группы компаний могли использовать подчиненную форму формирования цепочки даже без глубоких юридических условий, которые необходимы в процессе сотрудничества больших компаний. Преимущество этой формы - возможность расширения специализации компаний, укрепление конкурентных преимуществ [3, р. 2671].

Следует отметить, что данный уровень также не лишен ряда недостатков, к которым относятся:

- средняя степень интеграции;
- временность сотрудничества, приводящая к снижению или полному отсутствию эффекта от формирования цепочки [3, р. 2673].

Третий уровень формирования цепочки заключается в расширении сотрудничества и взаимопомощи. Компания осуществляет взаимодействие одновременно с несколькими компаниями-партнерами, что позволяет им партнеры полностью использовать преимущества, формируемые в результате создания интеграционной связи. На этой стадии формирования цепочки наблюдаются следующие эффекты:

- углубление взаимоотношений между компаниями-участниками;
- проявление интереса в более длинном длительном сотрудничестве;

- увеличение объемов текущей прибыли от членства в цепи;
- прогнозирование роста объемов будущей прибыли [2, р. 235].

Одним из преимуществ промышленной цепи является то, что компании, сотрудничающие в ее рамках, одновременно имеют возможность создать свои собственные цепи с компаниями, не входящими в число участников цепи. Данная форма взаимодействия приводит к укреплению долгосрочного сотрудничества компаний в рамках конкретного региона, конечным результатом которого является формирование особой экономической зоны.

Таким образом, можно сделать вывод, что формирование промышленной цепи начинается с общего формального сотрудничества отдельных компаний. При этом в процессе данного сотрудничества на первый план выходит его взаимовыгодность. Незначительная степень формализации сотрудничества приводит к укреплению отношений и позволяет участникам развивать конкуренцию с другими компаниями как внутри отрасли, так и в экономике в целом. Отрицательным фактором является возможность расширения промышленных цепей до картельных соглашений, которые являются тормозом конкуренции. Это опасность минимизируется благодаря местному характеру взаимодействия и малым размерам компаний-участников. Однако, по мере расширения числа участников цепи и их размера указанная опасность возрастает.

Список литературы

1. Aghion P., Durlauf S. N. Handbook of Economic Growth. North Holland: Elsevier Academic Press, 2011. P. 967
2. Aiginger K., Davies St. Industrial Specialization and Geographic Concentration: two sides of the same coin. Washington: World Bank, 2011. P. 235
3. Baldwin R., Martin Ph. Handbook of Regional and Urban Economics. London: Palgrave Macmillan, 2010. P. 2671
4. Krugman P., Venables A. J. Integration, specialization, and adjustment.//European Economic Review, No. 40, 2010. P. 959
5. Leeder E., Sysel Z., Lodl P. Cluster - Basic Information. Cambridge: Cambridge University Press, 2011. P. 56
6. Marshall A. Elements of the Economics of Industry. London: Palgrave Macmillan, 2011. p. 145
7. Marshall A. The Economics of Industry. London: Palgrave Macmillan, 2011. p. 134
8. McKee D., Dean R., Leahy W. Regional economics theory and practice. New York: Free Press, 2010. P. 93

ВЛИЯНИЕ КОНЪЮНКТУРНЫХ ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА РАЗРАБОТКУ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Калиберов Александр Геннадиевич

Аспирант, Харьковский гуманитарный университет «Народная Украинская академия»

INFLUENCE OF GENERAL TRANSFORMATION PROCESSES ON MARKETING STRATEGY DEVELOPMENT

Kaliberov Oleksandr, Postgraduate, Kharkiv University of Humanities "People's Ukrainian Academy"

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена влиянию актуальных трансформационных процессов в экономической и социальной сфере на разработку маркетинговой стратегии предприятия. Автор раскрывает ключевые составляющие основных конъюнк-

турных изменений в плоскости координат маркетинг-микса (продукт, цена, продвижение, рынок). На основании проведенного анализа, сделан вывод, что существует тесная взаимосвязь между изменениями процесса формирования маркетинговой стратегии и основными конъюнктурными изменениями.

ABSTRACT

Article assesses the impact of current transformation processes in the economic and social spheres on the marketing strategy development. The author analyzes key components of the main global trends through the marketing mix (product, price, promotion, place). Article contains a conclusion that there is high correlation between marketing strategy design procedure and conjunctures transformation.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, маркетинг-микс, экологическое производство, социальные медиа.

Keywords: marketing strategy, marketing mix, environmental production, social media.

Динамика производственных процессов и социальных отношений как на уровне отдельных стран, так и на глобальном уровне значительно увеличилась за последние двадцать лет. Это связано в первую очередь с технологическим развитием производственных сил (рост автоматизации производственных процессов и стоимости сырья) и расширением информационных каналов (рост скорости обмена данными между поставщиками, покупателями и пользователями). В связи с этим процесс позиционирования и продвижения продукции предприятия на отдельном рынке претерпевает трансформации, потенциал которых необходимо анализировать на уровне формирования маркетинговой стратегии предприятия. Это проблема в условиях ужесточения конкуренции и установления ряда ограничений деятельности предприятия, как внутренних (ограниченность ресурсов), так и внешних (контроль за экологической составляющей), становится актуальной для достижения устойчивого положения продукции производственного комплекса на рынке. В разрезе этого целью данной статьи является анализ взаимосвязи основных трансформационных тенденций в экономике в целом и особенностей разработки маркетинговой стратегии предприятия в частности.

Маркетинговая стратегия предприятия как один из ключевых механизмов функционирования субъекта хозяйствования представляет собой сложную структуру, эффективное взаимодействие всех элементов которой позволяет достигать устойчивого положения на отдельном рынке готового продукта, а также создавать дополнительную стоимость предприятию посредством формирования позитивной репутации производственного комплекса. При разработке маркетинговой стратегии необходимо провести анализ текущего положения предприятия на рынке (при создании субъекта хозяйствования: анализ рынка, на который планируется вывести готовый продукт), располагаемые ресурсы и маркетинговые цели (желаемое состояние предприятия в заданный промежуток времени в будущем) [3].

Для целей анализа динамики необходимо определить систему показателей или структуру элементов, в рамках которых будет проводиться сравнение. В данный момент существует несколько подходов к структуризации основ маркетинговой стратегии и единого подхода среди ученых не выявлено. Анализом данной проблемы занимались такие ученые как Котлер Ф. [4], Маккарти Э. [5], Буртон П., Пит Л., Плангер К., Шапиро Д. [1] и др. Некоторые используют для этих целей рычаги влияния маркетинговой стратегии на различные аспекты деятельности предприятия, другие рассматривают данный аспект с точки зрения особенностей продукта или отдельного рынка. Однако по нашему мнению наиболее эффективным будет анализ динамики изменения подходов формирования маркетинговой стратегии в плоскости четырех «координат» маркетинговое планирования предложенных Эдмундом Маккарти [5]. Согласно данной модели выделяются сле-

дующие аспекты маркетинговой деятельности предприятия: продукт, ценообразование, методы продвижения и особенности функционирования отдельного рынка. На данный момент имеется несколько результатов аналогичного анализа, которые рассматривают трансформационные процессы с точки зрения отдельных составляющих маркетинговой стратегии. В рамках этой статьи представлен вариант обобщенного анализа маркетинговой стратегии в соответствие с наиболее значительными тенденциями современных изменений в экономической конъюнктуре, которые оказывают непосредственное влияние на решения руководителей предприятий в отношении маркетинговой деятельности.

Большинство маркетологов в двадцатом веке основывали маркетинговые стратегии предприятий на основе предположения бесконечности ресурсов и нулевого влияния на окружающую среду. Последние 15 лет наблюдается значительное усиление влияния как международных институтов, так и государственных органов различных стран на экологическую составляющую деятельности отдельных предприятий. В рамках этого ежегодно законодательные органы развивают систему нормативно правовых актов в области экологического права [7]. В результате технологического развития производственных сил, спрос на сырье и материалы для производства готовой продукции значительно увеличился, при неспособности быстрого роста предложения, что согласно базовых законов экономики привело к увеличению цены. В результате признания факта ограниченности ресурсов и значительных экологические отчисления, маркетологи должны пересмотреть собственные подходы к разработке продукта, политике ценообразования, процессу доставки и продажи, формированию бренда готовой продукции. Рассмотрим подробнее какое влияние оказывает данный факт на деятельность предприятия в плоскости ранее определенных координат маркетинговой стратегии [4].

Продукт. Руководство предприятия должно принимать во внимание большее количество факторов по разработке новых продуктов. В процессе дизайна и определение ключевых характеристик продукта должны рассматриваться материалы не только с точки зрения максимизации выгоды для потребителя, но и в аспекте экологического влияния его производства. Сохранение экологической составляющей при разработке упаковочных материалов подразумевает, что последние должны сохранять способность к быстрому распаду в условиях хранения на полигонах бытовых отходов, быть легко растворимыми в воде или обладать потенциалом многократной переработки или повторного использования. Предприятия, основным продуктом которой является оказание услуг, должны стремиться к достижению экологической дружелюбности посредством бережного отношения к потребляемым энергиям и материальным ценностям.

Ценообразование. Предприятие имеет возможность в условиях внедрения экологического производства

и разработки различных продуктов из экологических материалов сформировать ассортимент продукции в зависимости от их эффекта на окружающую среду и установить цены соответственно. Данный подход позволяет удовлетворить более широкий круг потребителей, которые будут сегментированы по критерию экологической ответственности. Однако при этом необходимо провести анализ потенциального возникновения рисков дополнительных выбросов в окружающую среду в связи с возможным ростом продаж менее экологической продукции.

Методы продвижения. Предприятиям необходимо принимать во внимание при разработке метода продвижения готовой продукции возможность изменения методов рекламации с печатных на аналогичные размещенные в сети интернет материалы, основываясь на факте, что для печати брошюр, буклетов, каталогов и т.п. необходимы бумага, чернила и прочие ограниченные ресурсы. Руководство предприятия может сфокусируется во время продвижения товара на сообщении об экологической дружелюбности процесса производства и материалов, используемых для создания готового продукта, а также сокращении количества выбросов в процессе производства, что может параллельно оказывать позитивное влияние на репутацию предприятия. Рекламные материалы, размещенные онлайн, могут сфокусироваться на развитии объемов сбыта на отдельных рынках иными способами и увеличить качество сегментации потребителей на основе работы современных аналитических систем.

Рынок. Предприятию необходимо размещать производство с учетом пожеланий современного общества, которое в большинстве настаивает на размещении производства неподалеку от места его последующей реализации и потребления. Данный подход с точки зрения конечного потребителя позволяет сократить временной лаг между потреблением продукта и моментом его производства, что может трактоваться как рост качества. С точки зрения предприятия такое размещение производительных сил подразумевает децентрализацию и потерю дополнительных выгод от масштаба. Альтернативным решением для предприятия может быть организация сбыта через интернет, что позволяет потребителю не отправляться в ближайший магазин, а выходить на рынок и контактировать с продавцом непосредственно из собственного дома.

Второй ключевой тенденцией, которая оказывает непосредственное влияние на предприятие и маркетинговые решения, принимаемые руководством компании, является развитие информационных технологий, среди которых можно выделить наиболее ценные с точки зрения обмена информацией о товаре и процессе продвижения готовой продукции: появление социальных медиа и популяризация использования интернет магазинов. Таким образом, мы можем видеть, что данная трансформация оказывает непосредственное влияние на два из заявленных вектора анализа: методы продвижения и особенности деятельности отдельного рынка.

В большинстве случаев под социальным медиа подразумевается способ организации оперативного обмена разнообразными данными в формате сети, участники которой одновременно являются как потребителями, так и производителями информации о взаимодействии с окружающей средой. К последней в современном обществе можно отнести каждодневное использование товаров различных производителей и общение с представителями глобальных и локальных предприятий. Таким образом, в рамках социальных медиа происходит соединение индивидуальных мнений относительно компаний и продуктов в общественное, что оказывает влияние на репутацию

предприятия и меняет потенциал привлечения новых потребителей продукции. Поэтому необходимо проводить активную программу продвижения в социальных медиа с целью улучшения рейтинга предприятия и товара для увеличения как количественных показателей (объемы продаж), так и качественных (лояльность покупателей) [1].

Очевидным барьером внедрения плана развития каналов продвижения в социальных медиа является нехватка знаний сотрудников в области IT и коммуникационных навыков, а также отношения к ним руководства предприятий. Исследования аудиторской компании Deloitte показали, что в то время как 58% топ менеджеров согласны с необходимостью особого внимания к потенциальным угрозам для репутации компании, которые могут возникнуть в социальных сетях, только 15% признают эту угрозу реальной [2]. Менеджмент компании должен осознавать высокую эффективность социальных сетей и формировать стиль общения с потребителем как с партнером. Для помощи международным маркетологам, занимающимся формированием стратегического пути развития, использовать социальные медиа и конструктивно вовлекать потребителей Буртон П., Пит Л., Плангер К., Шапиро Д. предлагают 5 аксиом, которые указаны ниже [1].

Социальные медиа являются функцией от технологий, культуры, государственного регулирования в каждой отдельно стране.

Во времена социальных медиа, местное событие редко остается местным.

Во времена социальных медиа, общие вещи редко остаются глобальными, поскольку имеют тенденцию к локальной их интерпретации.

Действия и информационные продукты созданные потребителями зависят от технологий, культуры и государственного регулирования в отдельной стране.

Технологии зависят от исторического развития цивилизации, что в свою очередь может быть охарактеризовано следующим образом: технологии в различных странах эволюционируют по уникальной траектории, которая в силу инертности процессов отличается от оптимального подхода.

Когда продукт или услуга пытается проникнуть на рынок в различных странах, возникает естественный вопрос: выдвигать адаптированную под местную культуру версию или предлагать потребителям этой страны глобальное стандартизированное предложение. Однозначного ответа на этот вопрос нет, но тем не менее необходимо понимать, что это решение должно базироваться исключительно в условиях полного понимания и анализа местной культуры. В связи с тем, что схема сегментации разделяет потребителей на несколько групп (сегментов), оценочные критерии должны соединять в себе информацию о разнообразии этих групп и информацию о всей системе взаимодействия и поведения в целом.

Не смотря на то что традиционные каналы сбыта продолжают существовать даже, нельзя отрицать трансформационных процессов, которые не только изменяют уже существующие каналы, но и создают новые. Среди наиболее распространенных каналов продвижения товара на современном этапе развития экономических взаимоотношений можно выделить: сети розничных магазинов, заказ товара через почтовые каталоги, оптовые сети дистрибьюторов, сети торговых представителей (сетевой маркетинг), полевые силы (команда продаж), сеть торговых аппаратов, собственная розничная сеть. Для достижения максимального эффекта многоканальной стратегии продвижения товара формирование последней должно проходить в четыре этапа [6]:

- поиск оптимальной комбинации каналов;
- достижение синергетического эффекта от выбранных каналов;
- анализ и предотвращение потенциальных конфликтов каналов;
- достижение устойчивого конкурентного преимущества.

Требования современных потребителей как на уровне бизнес-для-потребителей, так и бизнес-для-бизнеса, в условиях функционирования нескольких каналов сбыта, гибкости и доступности продукции предприятия для покупателя, вряд ли могут быть удовлетворены единой стандартной схемой не зависящей от особенностей продукта и рынка. Для оптимального продвижения товара необходимо анализировать все доступные форматы каналов сбыта, которые могут максимально эффективно обеспечить реализацию продукции предприятия.

Трансформации, которые в данный момент преобладают в мировой экономике, открывают новые возможности для предприятия, однако вместе с тем формируют сложности в процессе формирования маркетинговой стратегии так как создают большое количество альтернатив, эффективность каждой из которых необходимо оценивать и принимать решение относительно её внедрения. В результате проведенного анализа мы можем заметить, что взаимосвязь между основными элементами данных изменений экономической конъюнктуры и характером решений в области продвижения и сбыта готовой продукции

высоко коррелирует. Принятие эффективных решения, относительно подходов к производству продукции, внедрения экологически безопасного оборудования, формирования репутации предприятия в социальных медиа и организации многоканальной схемы продвижения готовой продукции, в современном обществе непосредственно оказывают влияние на конкурентоспособность производственного комплекса.

Список литературы:

1. Berthon P. R., et al. Marketing meets Web 2.0, social media, and creative consumers: Implications for international marketing strategy //Business Horizons. – 2012. – Т. 55. – №. 3. – С. 261-271.
2. Deloitte L. L. P. Social networking and reputational risk in the workplace //Ethics & Workplace Survey Results. – 2009.
3. Калиберов А. Г. Семантический анализ категории «Маркетинговая стратегия предприятия» //Бизнес информ (Харьков). – 2013. – №. 5. – С. 268 - 272
4. Kotler P. Reinventing marketing to manage the environmental imperative //Journal of Marketing. – 2011. – Т. 75. – №. 4. – С. 132-135.
5. McCarthy E. J., Perreault W. D. Basic marketing: A management approach //Irwin, Homewood, Ill. – 1960.
6. Rosenbloom B. Marketing channels. – Cengage Learning, 2011.
7. Yang G. Environmental NGOs and institutional dynamics in China //The China Quarterly. – 2005. – Т. 181. – №. 1. – С. 44-66.

ОСОБЕННОСТИ НОРМАТИВНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ГОРОДЕ СОЧИ, КАК ТУРИСТКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА

Казарян Агарон Вагинакович

аспирант Сочинского Государственного Университета

PECULIARITIES OF LEGAL REGULATION OF INVESTMENT ACTIVITY IN THE CITY - SOCHI AS A TOURIST AND RECREATIONAL COMPLEX

Kazaryan Agaron, graduate student of Sochi State University, Sochi

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена вопросам нормативного регулирования инвестиционной деятельности в Краснодарском крае и в частности городе - курорте Сочи, как туристско-рекреационном комплексе. Проанализирована структура нормативно - правовой базы, которая определяет правовые и экономические основы инвестиционной деятельности, осуществляемой в форме капитальных вложений, на территории Российской Федерации. Особое внимание автор уделяет рассмотрению принципов инвестиционной политики города-курорта Сочи, обеспечивающих благоприятный инвестиционный климат для привлечения отечественных и зарубежных инвестиций.

ABSTRACT

The article is devoted to the concepts of regulatory investment activity in the Krasnodar region and in the city Sochi in particular as a tourist and recreational complex. The structure of the regulatory - legal base was analysed as it defines the legal and economic fundamentals of investment activity which is set in the form of capital investments in Russian Federation. Particular attention is paid to the principles of the investment policy of the resort city - Sochi, providing a favorable investment climate to attract domestic and foreign investment.

Ключевые слова: инвестор, инвестиционная политика, нормативно-правовая база, инвестиционная деятельность, инвестиционный проект

Keywords: investor; investment policy; legal and regulatory base; investment activity; investment project

Одним из ключевых условий развития Краснодарского края и города -курорта Сочи как туристско-рекреационного центра является привлечение отечественных и зарубежных инвестиций. Для этого необходимо создать в регионе благоприятный инвестиционный климат. И, несомненно, нормативное правовое регулирование инвестиционной деятельности является одним из ключевых факторов, определяющих условия привлекательности региона

или страны для будущих отечественных и зарубежных инвесторов.

На сегодняшний день нормативно-правовая база, регулирующая отношения в области инвестиционной деятельности на территории России, довольно обширная. Начиная от норм международного права и Конституции Российской Федерации, и заканчивая муниципальными правовыми актами. Данная нормативная база определяет

правовые и экономические основы инвестиционной деятельности, осуществляемой в форме капитальных вложений,

на территории Российской Федерации, а также устанавливает гарантии равной защиты прав, интересов и имущества субъектов инвестиционной деятельности.



Рис.1. Структура нормативного регулирования инвестиционной деятельности в городе Сочи

Федеральный закон №39-ФЗ от 25 февраля 1999 года « Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений», является основополагающим нормативно-правовым актом, на основе которого были разработаны Закон Краснодарского края №731- КЗ от 2 июля 2004года « О стимулировании инвестиционной деятельности в Краснодарском крае» и положение «Об осуществлении инвестиционной деятельности в городе Сочи» (рис.1).

Они направлены на развитие инвестиционной деятельности в Краснодарском крае, создание для инвесто-

ров, реализующих инвестиционные проекты на территории края и в городе Сочи, в частности, режима наибольшего благоприятствования и позволяют получить дополнительные финансовые ресурсы для реализации социальных и экономических программ.

Положение «Об осуществлении инвестиционной деятельности в городе Сочи», утвержденное решением городского собрания Сочи №213 от 22.12.2013, выделяет пять основных принципов, на которых основывается инвестиционная политика города[3] (рис.2):



Рис.2. Принципы инвестиционной политики муниципального образования город-курорт Сочи

Принцип соответствия стратегии инвестиционного развития муниципального образования город-курорт Сочи, предусматривает то, что органы местного самоуправления должны проводить экспертизу инвестиционных проектов до их утверждения и представлять соответствующее заключение, в целях предотвращения создания

объектов, не соответствующих стратегии инвестиционного развития города, нарушающих права физических и юридических лиц.

Принцип создания благоприятных условий для развития инвестиционной деятельности, означает:

- установление субъектам инвестиционной деятельности льгот по уплате местных налогов;
- защита интересов инвесторов;
- предоставление субъектам инвестиционной деятельности не противоречащих законодательству Российской Федерации льготных условий пользования землей и другими природными ресурсами, находящимися в муниципальной собственности;
- расширение использования средств населения и иных внебюджетных источников финансирования жилищного строительства и строительства объектов социально-культурного назначения.

Муниципальная поддержка предоставляется инвесторам на срок окупаемости проекта, но не более трех лет. При этом следует выделить два вида срока окупаемости:

- расчетный срок окупаемости инвестиционного проекта, который рассчитывается на основании данных инвестиционного проекта по методике, утвержденной администрацией города Сочи для инвесторов, осуществляющих инвестиционные проекты в городе Сочи.
- фактический срок окупаемости инвестиционного проекта, который рассчитывается на основании фактических показателей хозяйственной деятельности инвестора, осуществляющего инвестиционный проект.

Говоря, о принципе обеспечения равных прав субъектов инвестиционной деятельности, следует сказать, что Положение «Об осуществлении инвестиционной деятельности в городе Сочи» раскрывает следующие права инвесторов:

- муниципальные гарантии прав инвесторов и защита инвестиций осуществляются в городе Сочи в соответствии с действующим законодательством;
- инвестор вправе передать по договору (инвестиционному соглашению, дополнительному соглашению) свои полномочия и обязательства по инвестициям и их результатам гражданам, организациям, органам государственной власти Краснодарского края и органам местного самоуправления исключительно с письменного согласия администрации города Сочи.

В свою очередь иностранным инвесторам также предоставляется полная и безусловная защита прав и интересов в соответствии с международными договорами и законодательством Российской Федерации. Т.е. органы местного самоуправления города Сочи гарантируют всем субъектам инвестиционной деятельности независимо от форм собственности обеспечение равных прав при осуществлении инвестиционной деятельности и защиту капитальных вложений. А также они не вправе ограничивать права инвесторов в выборе объектов инвестирования, за исключением случаев, предусмотренных законодательством Российской Федерации.

Принцип гласности и обоснованности, планируемых к реализации инвестиционных проектов, означает опубликование в СМИ информации о проекте и ее доступности. Следует сказать, что реализации любого инвестиционного проекта должно предшествовать его экономическое обоснование, т.е. разработка бизнес-плана.

Эффективность проекта в целом оценивается для того, чтобы определить потенциальную привлекатель-

ность проекта, целесообразность его принятия возможными участниками[4].

Прежде всего, определяется общественная значимость проекта, а затем в два этапа проводится оценка его эффективности. На первом этапе рассчитываются показатели эффективности проекта в целом.

Второй этап осуществляется после выработки схемы финансирования. На этом этапе уточняют состав участников, определяют финансовую реализуемость и эффективность участия в проекте каждого из них.

Принцип открытости и доступности информации для всех инвесторов, необходимой для инвестиционной деятельности, означает выбор таких способов распространения информации, использование которых будет для инвесторов свободным и необременительным, а также обеспечение максимальной прозрачности информации, за исключением случаев, предусмотренных законодательством Российской Федерации в отношении государственной, служебной или коммерческой тайны.

Следует также отметить, что Краснодарский край отличается экономической и политической стабильностью региона, что обусловлено отсутствием внутренних противоречий между законодательными и исполнительными органами власти края. Ярким примером инвестиционной привлекательности и благоприятного инвестиционного климата данного региона является проведение в городе Сочи ежегодного Международного инвестиционного форума.

В 2014 году в мероприятии приняли участие 9 700 человек, среди которых 265 инвесторов из 47 государств. Лидерами по численности стали делегации из Германии и Китая (по 28 человек), также было много представителей из Швейцарии, Турции, Японии и Франции. 79 субъектов РФ имели на форуме своих представителей. Всего на мероприятии край представил около 1.8 тыс. инвестиционных проектов, которые представляли почти все области экономики. [5]

РИА Новости со ссылкой на А. Саурина, вице-губернатора Кубани, сообщили, что Краснодарским краем было заключено 311 контрактов на сумму в 353 млрд. руб., что на 7% больше, чем в 2013 году.

Таким образом, можно сказать, что Международный инвестиционный форум стал фундаментом инвестиционной политики туристско-рекреационного комплекса города-курорта Сочи и Краснодарского края в целом.

Список литературы:

1. Федеральный закон №39-ФЗ от 25 февраля 1999 года « Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений»
2. Закон Краснодарского края №731- КЗ от 2 июля 2004года « О стимулировании инвестиционной деятельности в Краснодарском крае»
3. Положение «Об осуществлении инвестиционной деятельности в городе Сочи», утвержденное решением городского собрания Сочи №213 от 22.12.2013
4. http://uchebniki.ws/179805286858/investirovanie/ekonomicheskoe_obosnovanie_effektivnost_investitsionnyh_proektov#792
5. <http://investtalk.ru/invest-news/id24469-investitsionnyj-forum-sochi-2014-podvodim-itogi>

МИГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В СТАВРОПОЛЬСКОМ КРАЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ В РЕГИОНЕ ТУРИЗМА С ЦЕЛЬЮ ПОСЕЩЕНИЯ ДРУЗЕЙ И РОДСТВЕННИКОВ

*Кобец Маргарита Вячеславовна,
аспирант Пятигорского Государственного
Лингвистического Университета*

Ефимова Екатерина Владимировна,

канд. экон. наук, доцент, Пятигорского Государственного Лингвистического Университета

MIGRATION PROCESS IN STAVROPOL REGION AS A PREREQUISITE FOR THE DEVELOPMENT OF VISITING FRIENDS AND RELATIVES TOURISM

АННОТАЦИЯ

В статье обосновывается возможность развития отечественной туристской индустрии посредством создания условий для расширения потоков туристов, путешествующих с целью посещения друзей и родственников (ПДР туристов). Автор демонстрирует наличие прямой зависимости между размерами и интенсивностью миграционных процессов, протекающих на территории, и объемами и интенсивностью потоков ПДР туристов. Изучение миграционной истории Ставропольского края позволило выявить перспективные группы ПДР туристов, целенаправленное воздействие на которые, может обеспечить поступательное развитие туризма в регионе.

Ключевые слова: туризм с целью посещения друзей и родственников, миграционные процессы, миграционный прирост, мигранты.

ABSTRACT

The article explains the possibility of the development of the domestic tourism industry by the creation of conditions for the expansion of VFR tourists' flows. Relying on foreign statistics data, the author demonstrates the existence of a direct link between the size and the intensity of migration processes occurring on the territory, and the scale and the intensity of VFR tourists' flows. The study of the migration history of the Stavropol region revealed perspective VFR tourists' groups. In case special attention is paid to these groups, the ongoing development of tourism in the region will be ensured.

Keywords: VFR tourism, migration, migration gain, migrants.

Туризм с целью посещения друзей и родственников представляет собой один из видов путешествий, выделяемых в рамках целевой типологии туристских поездок. Многочисленные зарубежные исследования свидетельствуют о том, вопреки распространенному в среде ученых и практиков мнению о нем как о второстепенном и мало доходном, он является весьма перспективным, в том числе ввиду общемировых тенденций в миграционной сфере. Статистика свидетельствует, что чем шире масштабы и география миграции, тем интенсивнее и объемнее потоки туристов, посещающих своих друзей и родственников.

Так, согласно данным Бюро по статистике труда Великобритании, количество занятого населения в стране в период с января по март 2013 по сравнению с аналогич-

ным периодом 2012 года выросло на 423000 человек и составило 29,6 миллионов работников. Из них 365000 человек – это граждане Великобритании и 58000 тысяч – не граждане страны. При этом количество занятых, рожденных не в Великобритании, выросло на 225000, а количество работников, рожденных в этой стране, увеличилось только на 192000[1].

Иначе говоря, темпы прироста занятых в экономике Великобритании людей, родившихся в других странах, заметно выше, чем темпы прироста занятых, из числа местного населения. Как следствие, увеличение доли занятых в экономике страны иностранцев повлекло за собой расширение потоков туристов, путешествующих с целью посещения друзей и родственников (см. рис. 1 а и 1 б).



Рис. 1а - Общее количество проживающих в Великобритании людей трудоспособного возраста, родившихся за рубежом, с целью посетить друзей и родственников в 1993-2012 гг., в млн. чел. [2].

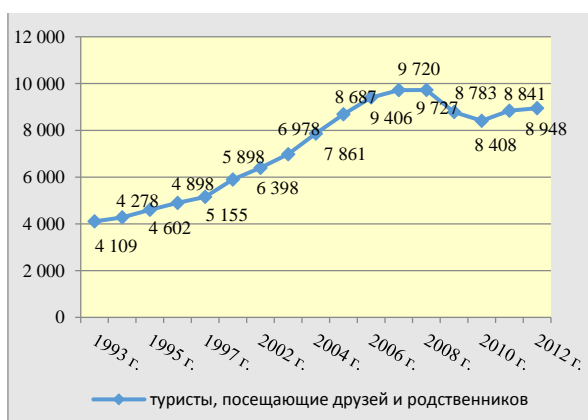


Рис. 1 б - Общее количество туристов, в Великобритании людей трудоспособного возраста, родившихся за рубежом, в 1993-2012 гг., в тыс. чел. [3].

Из рисунков 1а и 1б видно, что общее количество туристов, прибывших в Великобританию из-за рубежа с целью посетить друзей и родственников, коррелирует с

кривой, отражающей изменение общего количества проживающих в Великобритании людей трудоспособного возраста, родившихся за рубежом. Еще один яркий при-

мер взаимосвязи потоков миграции с потоками ПДР туристов – Канада. Согласно данным канадского Центра по труду и бизнесу, поток мигрантов в страну в 2012 году составил **257,515** человек, из них 160,617 человек – экономические иммигранты (высококвалифицированные) обладающие навыками, знаниями и опытом работы, которые требуются на рынке рабочей силы Канады, 64,901 – люди, иммигрирующие с целью воссоединения семьи и 23,056 человек составляют беженцы[4]. При этом высококвалифицированные мигранты создают волну мигрантов с целью воссоединения семьи, а те, в свою очередь стимулируют поездки к ним родственников и друзей [5].

В связи с представленными выше статистическими данными актуальным в исследовательском плане представляется проанализировать миграционные процессы, протекающие в отдельных субъектах Российской Федерации, в частности Ставропольском крае, в аспекте заложен-

ного в них потенциала по генерированию потоков ПДР туристов. Ставропольский край, будучи связующим звеном между Россией и странами Закавказья, Ближнего и Среднего Востока, а также с Черноморо-Азовским и Каспийским водными бассейнами, всегда был районом значительного миграционного притока населения. Во времена Советского Союза, значительные перемещения людей на территорию Ставропольского края и из него обуславливались передвижением молодежи на учебу и после учебы, миграцией по экономическим причинам и по семейным обстоятельствам.

В первой половине 90-х годов, когда в России началась смена факторов, определяющих характер миграционных процессов, перемещения людей в регион и из региона стали носить более интенсивный характер, причем вплоть до 2003 г. их интенсивность была выше, чем в большинстве регионов России (см. рис. 2).

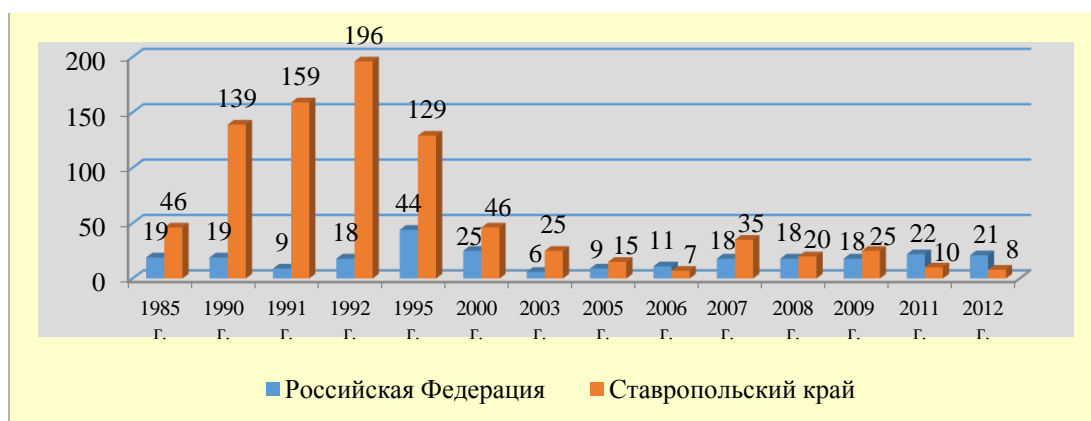


Рисунок 2 - Динамика коэффициента миграционного прироста по России и Ставропольскому краю (миграционный прирост за год в расчете на 10000 населения) [6]

Если в 1985 году коэффициент миграционного прироста по краю составлял 46, то в 1990 году - 139 (в 7,3 раза больше, чем общероссийский), своего максимума он достиг в 1992 году (в 10,9 раз выше среднего по России) и в 2006 году снизился до 7%, впервые оказавшись ниже среднероссийского уровня. Аналогичная ситуация наблюдалась в 2011-2012 гг.: коэффициент миграционного прироста по Ставропольскому краю составил 10% и 8% соответственно, в два и более раз снизившись относительно среднего показателя по России.

Количество прибывающих на территорию Ставропольского края из других регионов России на протяжении практически всего исследуемого периода было больше, чем количество выбывающих из него (см. рис. 3а и 3 б).

Количество прибывающих на территорию Ставропольского края из других регионов России на протяжении практически всего исследуемого периода было больше, чем количество выбывающих из него (см. рис. 3а и 3 б).

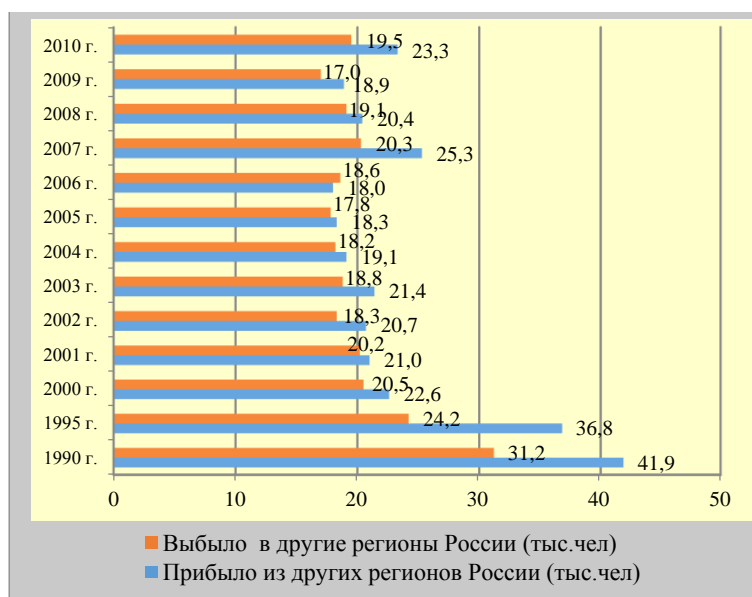


Рисунок - 3 а - Количество прибывших в Ставропольский край и выбывших из него в 1990-2010 гг. в тыс. чел. [7]

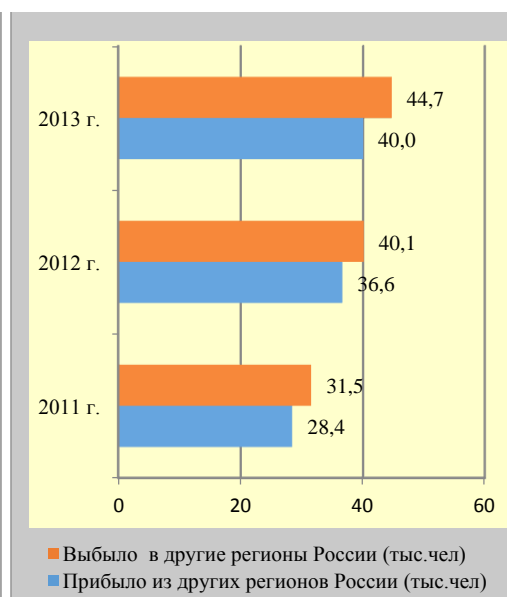


Рисунок - 3 б - Количество прибывших в Ставропольский край и выбывших из него в 2011-2013 гг., в тыс. чел. [8]

Из рисунка 3а видно, что в период с 1990 г. по 2010 г. только в 2006 г. количество выбывавших превысило количество прибывших: 18,6 тыс. чел. и 18,0 тыс. чел. соответственно. С 2011 г., согласно рис. 3б, наметилась противоположная ситуация: количество выбывающих стабильно превышает количество прибывающих. Обращает

на себя внимание и тот факт, что абсолютные показатели выбывших и прибывших заметно выросли.

Статистические данные относительно количества прибывающих и выбывающих жителей Ставропольского края в страны дальнего зарубежья в 2011-2013 гг. представлены на рисунке 4.



Рисунок 4 - Количество прибывших и выбывших жителей Ставропольского края в страны дальнего зарубежья в 2011-2013 гг. [9]

Как следует из данных рисунка, количество выбывающих из Ставропольского края в страны дальнего зарубежья неуклонно возрастает, но при этом в последнее время растет и количество прибывающих, в то время как в 90-х годах XX века массовые масштабы приобрела эмиграция. Количество эмигрантов в страны дальнего зарубежья в 90-е годы составляло около 2-2,8 тысяч человек ежегодно. Преимущественно эмигрировали этнические немцы и евреи. Не случайно 55% всех эмигрантов направлялись в Германию, 19% - в Израиль, 16% - в США [10].

Распределение мигрантов по территории Ставрополья неоднородно. Основная часть прибывающих расселяется в городской местности (около 60%), большая часть – в краевом центре и городах Кавказских Минеральных Вод (соответственно 14,5% и 28,7% от всех прибывших). Еще одно обстоятельство, на которое нельзя не обратить внимание – превалирование во внутрикраевой миграции передвижений населения из сельских поселений в городские. В 2009 г., например, численность прибывших в городскую местность из сельской в 1,5 раза превысила число мигрантов обратного потока [11]. При этом наибольшее количество внутренних мигрантов приходится на возрастные группы 20-24 года и 25-30 лет: в 2010 г. на них приходилось 7тыс. человек и 7,1тыс. человек соответственно [12].

Проведенный анализ позволяет констатировать наличие миграционных потоков в следующих направлениях: 1) внутри края (из села в город); 2) внутри СКФО (из республик Северо-Кавказского федерального округа в Ставропольский край и, реже, из Ставропольского края в республики Северного Кавказа); 3) внутри России (из дальних регионов РФ в Ставропольский край и из Ставропольского края в дальние регионы РФ); 4) из стран СНГ и Балтии в Ставропольский край и обратно; 5) из стран дальнего зарубежья в Ставропольский край и из Ставропольского края в страны дальнего зарубежья.

Соответственно, каждый из обозначенных миграционных потоков обладает потенциалом продуцирования потоков ПДР туристов в Ставропольский край и внутри него. Представляется, что Ставропольский край, благодаря богатой миграционной истории, обладает достаточно высоким потенциалом развития ПДР туризма в следующих сегментах:

- ПДР туристы из стран дальнего зарубежья;
- ПДР туристы из стран ближнего зарубежья;
- ПДР туристы из других регионов России (здесь особо следует выделить друзей и родственников молодых людей, обучающихся в высших учебных заведениях Ставропольского края).

Указанные категории ПДР туристов следует принимать во внимание при разработке внутрирегиональных программ развития туризма, для них целесообразно разрабатывать маркетинговые мероприятия, предполагающие использование таких общих и специальных инструментов их стимулирования, как: рассылка почтовых и электронных пригласительных открыток, реклама, бесплатное распространение путеводителей, проведение конкурсов, лотерей и розыгрышей призов, открытие тематических сайтов [13].

Список литературы:

1. Ганеева Е.И. Миграция как основной источник роста численности населения Ставропольского края. [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: <http://stavrop.gks.ru/service/smi/MNzap-2009.htm> / (дата обращения 20.06.2014).
2. Динамика миграции населения Ставропольского края 1990-2010. [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: http://old.stavstat.ru/region_v_cifrah/demografiya/DocLib/MN_dinamika.htm / (дата обращения 13.06.2014).
3. Кобец, М.В. Опыт Великобритании и Австралии по развитию внутреннего и въездного туризма с целью посещения друзей и родственников [Текст] // М.В. Кобец // Международный журнал «ЭПОС» № 2 (58) Москва, 2014 С.89-95.
4. Коэффициенты миграционного прироста. [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: <http://www.mojgorod.ru/stat/region/tab1200061.htm> / (дата обращения 2.07.2014).
5. Мезина, Е.В. Демографические процессы в сельской местности Ставропольского края в контексте региональной безопасности: Автореферат дис... канд. экон. наук: Спец. 08.00.05/ Е.В. Мезина; ИСПИ РАН. Москва., 2011. С.11. URL:

- <http://isprras.ru/pics/File/avtoref-11/Mezina.pdf> (дата обращения 20.06.2014).
6. Основные потоки миграции населения территорий Ставропольского края 2011-2013г. [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL: http://stavstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/stavstat.ru/statistics/population/ (дата обращения 13.06.2014).
 7. Рязанцев С.В. Демографическая ситуация на Ставрополье в новых геополитических условиях приграничья. [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL: http://csr.spbu.ru/pub/RFBR_publications/articles/social%20sciences/2001/demograficheskaya_situaciya_na_stavropol'e_01_hum.pdf (дата обращения 5.07.2014).
 8. Canada – Permanent residents by category and source area, 2011. [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL: <http://www.cic.gc.ca/english/resources/statistics/facts2011/permanent/08.asp>. (дата обращения 23.02.2012)
 9. Labour Market Statistics May 2013. [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL: http://www.ons.gov.uk/ons/dcp171778_307508.pdf. (дата обращения 7.04.2013).
 10. Migrants in the UK: An Overview. [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL: <http://www.migrationobservatory.ox.ac.uk/sites/files/migobs/Briefing%20-%20Migrants%20in%20the%20UK%20Labour%20Market.pdf>. (дата обращения 21.06.2013).
 11. Migrants in the UK: An Overview. [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL: <http://www.migrationobservatory.ox.ac.uk/sites/files/migobs/Briefing%20-%20Migrants%20in%20the%20UK%20Labour%20Market.pdf>. (дата обращения 21.06.2013).
 12. Permanent and temporary residents, 2012. [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL: <http://www.cic.gc.ca/english/resources/statistics/facts2011/permanent/01.asp>. (дата обращения 23.02.2012)
 13. Tourism Snapshot 2012. [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL: http://en-corporate.canada.travel/sites/default/files/pdf/Research/Stats-figures/Tourism%20Snapshot%20-%20Year%20in%20review/2012_year-in-review_en.pdf.

КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЕ: ПОНЯТИЕ, ФАКТОРЫ, МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

А.Ю. Кобзева

Аспирант Института социально-экономических исследований УНЦ РАН

Д.С. Чернуха

Аспирант Института социально-экономических исследований УНЦ РАН

HUMAN RESOURCES IN THE TOURIST AND RECREATIONAL INDUSTRY: CONCEPT, FACTORS, EVALUATION METHODS

A.Y. Kobzeva, Graduate of Institute of Social and Economic Research at the USC of the RAS

D.S. Chernukha, Graduate of Institute of Social and Economic Research at the USC of the RAS

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматривается необходимость изучения кадрового потенциала в туристско-рекреационной сфере в связи с формированием инновационного туризма. Представлена сложная система туристско-рекреационного хозяйства, состоящая из взаимосвязанных элементов, выполняющих определенные функции. Сформулировано понятие кадровый потенциал в туристско-рекреационной сфере, рассмотрены факторы влияющие на состав кадров в туризме, а также выбраны наиболее подходящие методы его оценки.

ABSTRACT

This article discusses the need to study the human capacity in the field of tourism and recreation in connection with the formation of an innovative tourism. Represented by a complex system of tourist and recreational facilities, consisting of interconnected elements that perform specific functions. The notion of human potential in the tourism and recreation sector, examined the factors affecting the composition of staff in tourism, as well as select the most appropriate methods for its assessment.

Ключевые слова: Туризм, туристско-рекреационной хозяйство, кадры, кадровый потенциал.

Key words: Tourism, tourist and recreational facilities, personnel, human resources.

На сегодняшний день, в условиях развития инновационного туризма, важную роль играет кадровый потенциал туристско-рекреационной сферы. В условиях демографического и экономического кризиса важнейшую роль играет человек, со своими количественными и качественными характеристиками, именно он способен развивать тот или иной вид деятельности, и решать ряд проблем касающихся его развития.

Туризм в России в настоящее время признается одной из приоритетных отраслей экономики, государство уделяет пристальное внимание его состоянию и развитию.

Для выхода в ведущий вид деятельности туризма необходимо создание современной конкурентоспособной системы подготовки кадров для его индустрии. Очевиден тот факт, что за предыдущие годы рыночных преобразований в России не создана эффективная система подготовки кадров для туристско-рекреационной сферы, выполняющая основную задачу подготовки конкурентоспособного специалиста мирового уровня. Игнорирование потребностей отраслевых предприятий и организаций, как конечного потребителя услуг отраслевых образовательных учреждений, влечет за собой нехватку или перепро-

изводство специалистов необходимой квалификации, дисбаланс между рынком образовательных услуг и отраслевым рынком труда.

Туристская индустрия является важным сектором экономики, как для развитых, так и для развивающихся стран. Развитие туристско-рекреационного хозяйства способствует созданию новых рабочих мест, увеличению национального дохода, формированию благоприятного

имиджа страны и развитию инфраструктуры регионов, развивающих туризм.

Туристско-рекреационное хозяйство представляет собой сложную систему, состоящую из взаимосвязанных элементов, выполняющих определенные функции. На рисунке 1 показана взаимосвязь между составляющими элементами туристско-рекреационного хозяйства.

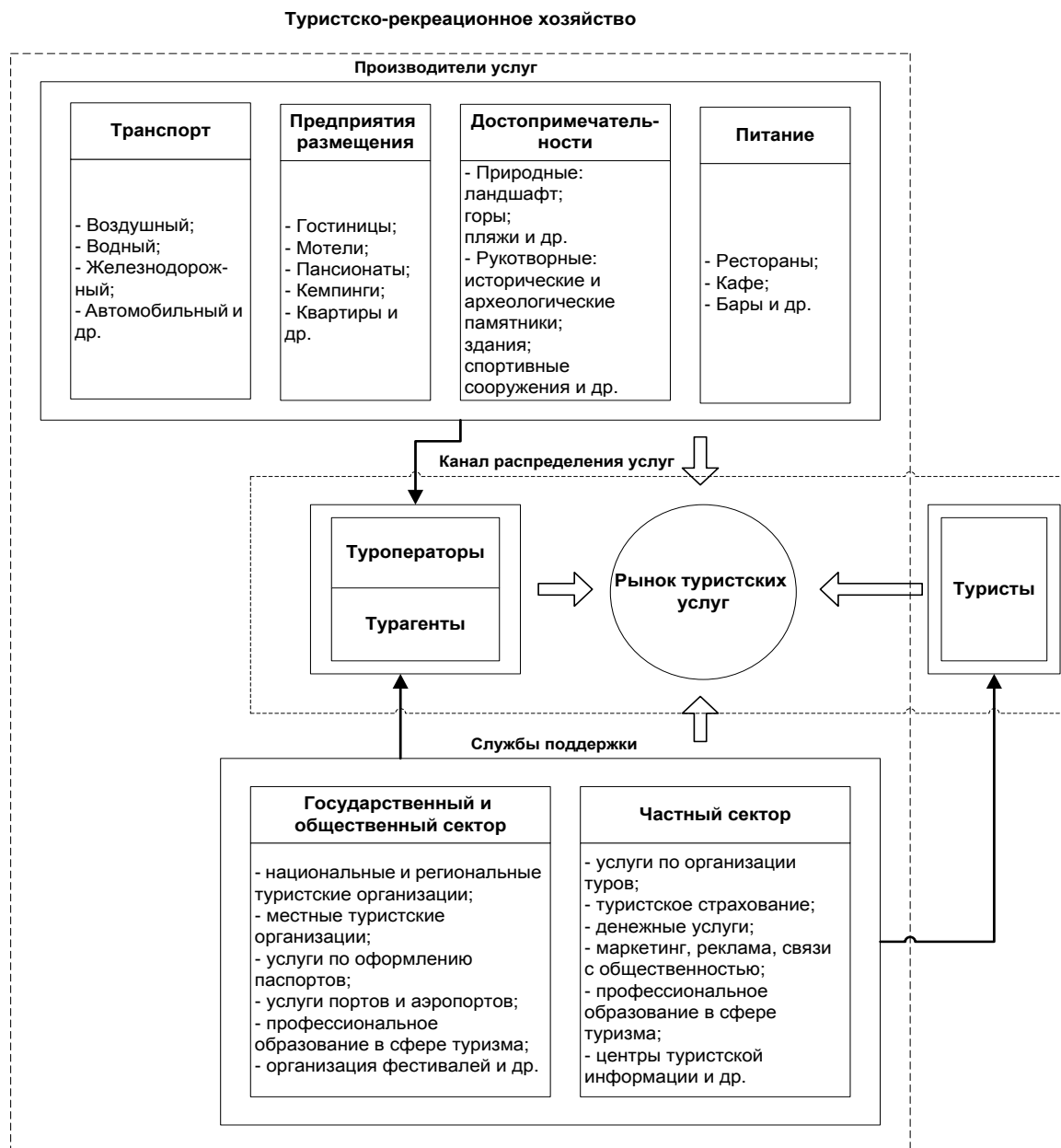


Рисунок 1. Структурная модель туристско-рекреационного хозяйства

Условно все элементы туристско-рекреационного хозяйства можно разбить на три группы. В первую группу объединяются элементы, производящие услуги, к ним относятся предприятия транспорта, размещения, питания и достопримечательности. Во вторую группу входят элементы, занимающиеся комплектацией и продажей туров из услуг производимых первой группой элементов, к ним относятся туроператоры и турагенты. В третью группу относятся частный, общественный и государственный сектор, выполняющие второстепенные услуги в туристско-рекреационной деятельности.

В основе каждого элемента поставлены люди, которые организуют деятельность туристско-рекреационной

сферы, именно от их стремления к росту творческих способностей и профессионализма зависит эффективное развитие отрасли.

Россия, обладая огромными природными и культурными ресурсами в туристско-рекреационной сфере, недостаточно эффективно использует их для развития индустрии туризма. Поэтому сегодня необходимо объединить возможности культурно-природного потенциала туризма с человеческими ресурсами.

В мировой туристско-рекреационной отрасли занят каждый десятый работник, в России каждое восьмое новое рабочее место создается в туристской сфере. Превраще-

ние туристско-рекреационного хозяйства в высокодоходную и конкурентоспособную отрасль не возможно без формирования кадрового потенциала.

Для определения сущности понятия «кадровый потенциал в туристско-рекреационной сфере» необходимо определить его место среди схожих понятий. Наиболее общим понятием является «человеческий потенциал», являющийся частью общего потенциала развития территории, имеет множество подходов к определению, и его трактовка еще более расширяется за счет включения скрытых возможностей и качеств, не всегда реализованных в данный момент времени в данных условиях, но проявляющихся в более высоком качестве жизни иными способами у человеческих ресурсов [2].

Используемый человеческий потенциал выражается в «человеческом капитале» – совокупности знаний, умений, навыков, используемых для удовлетворения многообразных потребностей человека и общества в целом. Впервые термин использовал Теодор Шульц, а его последователь – Гэри Беккер развил эту идею, обосновав эффективность вложений в человеческий капитал и сформулировав экономический подход к человеческому поведению.

С другой стороны одним из базовых элементов человеческого потенциала является трудовой потенциал социально-экономической системы, включающий в себя

трудовые ресурсы, которые в свою очередь являются частью человеческого капитала территории. Трудовой потенциал – широкое понятие, включающее располагаемые в настоящее время и предвидимые в будущем трудовые возможности всего региона. Если же говорить о трудовых возможностях определенной сферы деятельности региона, в частности туризма, то употребляется понятие кадровый потенциал, который включает в себя кадровые ресурсы, обладающие качественными и количественными характеристиками необходимыми для туристско-рекреационной сферы.

Исходя из всего вышесказанного, можно дать определение кадровому потенциалу в туристско-рекреационной сфере – это общая (количественная и качественная) характеристика людей как одного из видов ресурсов, связанная с выполнением возложенных на него функций и достижением целей перспективного развития туристско-рекреационной сферы, включающая в себя имеющиеся и потенциальные возможности людей, как целостной системы, которые используются, или могут быть использованы, в определённый необходимый момент времени.

Для определения особенностей кадрового потенциала в туристско-рекреационной сфере необходимо определить какие факторы на него влияют (рис. 2.).

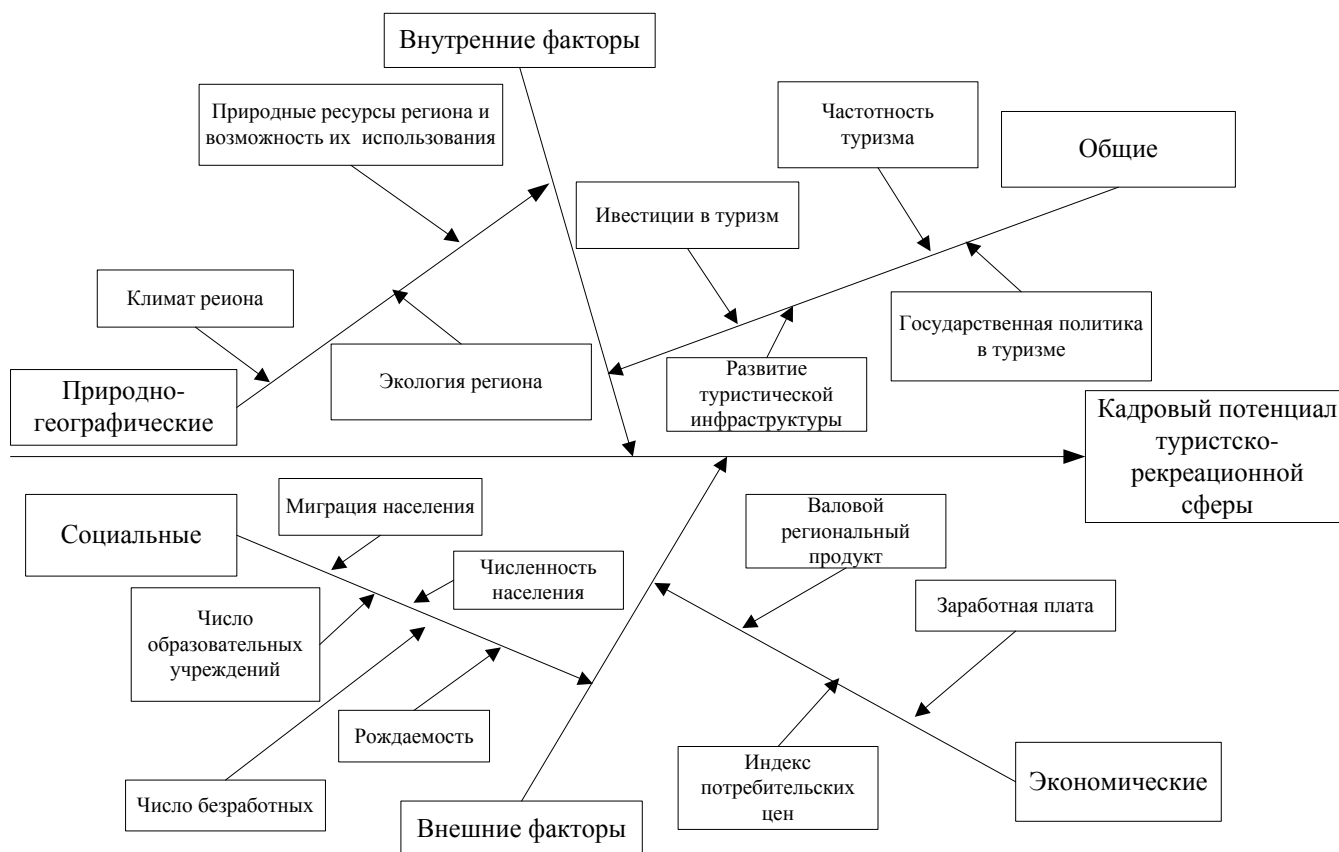


Рисунок 2. Факторы влияющие на кадровый потенциал туристско-рекреационной сферы

Факторы можно разделить на внешние и внутренние. Внешние факторы не зависят от деятельности туристско-рекреационной сферы и учитывают изменения общеэкономических и -социальных процессов. В данном случае к ним относятся: численность, рождаемость, миграция населения, так как количество кадров в рассматриваемой сфере не может превышать численность трудоспособного населения в регионе. Также к внешним относятся такие факторы как заработная плата как в среднем по региону,

там и в сфере туризма, валовой региональный продукт и доля туризма в нем, а также индекс потребительских цен, так как он отражает изменение общественного богатства.

Определяющими являются внутренние факторы развития кадрового потенциала в туристско-рекреационной сфере. Среди них – природно-географические особенности региона, включающие в себя климат территории, экологию и природные ресурсы и возможность их удоб-

ного использовать, так как без наличия природно-географических условий способствующих туризму не будет формировать кадровый потенциал, а наоборот будет затухать. Также к внутренним относятся общие факторы такие, как инвестиции в туризм, развитие туристической инфраструктуры, государственная политики в туризме, частотность туризма. Связь между данными показателями и кадровым потенциалом в индустрии туризма прямая, так как все представленные факторы относятся к развитию туристско-рекреационной сферы и без ее развития ненужно формировать кадровый потенциал.

Для создания мероприятий по формированию эффективного кадрового потенциала туристско-рекреационной сферы необходимо правильно его оценивать. Рассмотрим основные методы оценки кадрового потенциала.

Высокое качество кадрового потенциала – одно из главных условий успешного развития предприятий и всей экономики в целом. С момента вовлечения человека в трудовую деятельность, к нему предъявляются определенные требования, как со стороны работодателя, так и со стороны самого общества. Работники любой сферы должны обладать определенными навыками и характеристиками, такими как: квалификация, профпригодность, инновационность, креативность, физиологическими, социально-психологическими и нравственными особенностями, интеллектом, высокой адаптацией, мобильностью, гибкостью и мотивацией к труду.

Создание унифицированных систем оценки кадрового потенциала персонала затрудняется специфичностью и особенностями труда для каждой отрасли экономики в отдельности. Для объективной оценки персонала необходимо использование социальных методов, суть которых заключается в выявлении обобщенного показателя комплексной оценки индивида и трудового коллектива, на основе совокупной информации. На сегодняшний день в отечественной экономической литературе не разработана единая методика оценки кадрового потенциала. Наиболее популярной является система присвоения тарифно-квалификационных разрядов. Базой присуждения разрядов служит оценка знаний, умений и навыков персонала по выполнению своих профессиональных обязанностей. Способность человека к труду важное, но недостаточное условие при оценивании качества трудового потенциала. Оценка, при аттестации персонала, также имеет большое значение. В зарубежной литературе имеется больше средств и подходов к оценке качества рабочей силы. В целом все методы, которые описываются в иностранной литературе можно разделить на две большие группы: методы с использованием формализованных подходов (анкетирование, тестирование и другие) и методы, в основе которых лежат неформальные подходы (собеседование, наблюдения). В Германии используется метод бальной оценки, при которой каждый сотрудник оценивается по 6 критериям (знания и опыт, мышление, принятие решения, ответственность, информационные связи и контакты, индивидуальные характеристики), состоящим из 30 признаков качества рабочей силы, имеющих 6 уровней оценки. В

США специально разработана система профессиональных требований к персоналу. Целью данной системы является выявление и наиболее полное использование природных и приобретенных способностей к труду. Система включает семь основных характеристик, по которым и оценивается трудовой персонал:

- обучение;
- направленность способностей;
- уровень способностей;
- личностные характеристики;
- физические возможности;
- условия труда;
- организация труда.

На основе проведенного исследования методов оценки кадрового потенциала можно разделить на три основных метода оценки кадрового потенциала.

Первый метод включает в себя количественные характеристики оцениваемого объекта. При данном методе используются статистические данные, рассматриваются такие показатели, как количество работников сферы индустрии туризма, количество выпускников высших и средних учебных заведений по специальностям, связанных с туристской отраслью и другие.

Второй метод оценки кадрового потенциала основывается на оценивании качественных характеристиках работников туристско-рекреационной сферы. Оценивается профессионализм, квалификация, опыт работы в данной сфере.

Третий подход основывается на социологических опросах работников предприятий туристско-рекреационного хозяйства, учитывается самооценка кадрового потенциала.

Формирование эффективного кадрового потенциала туристско-рекреационной сферы позволит решить существующие проблемы сегодня и в будущем. Действующие механизмы в данной сфере нуждаются в новых направлениях развития, которые реализуются государственной политикой в данной области.

Таким образом, актуальными на сегодняшний день остаются вопросы создания и развития системы кадрового обеспечения туристско-рекреационной сферы, необходимо уделять больше внимания на формирование именно кадрового потенциала для решения существующих проблем и предотвращения их возникновения в будущем.

Список литературы

1. Сахаровский, С.Н. Институциональные факторы формирования человеческого потенциала [Электронный ресурс] / С.Н. Сахаровский // Журнал институциональных исследований. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/data/2012/08/10/1265219852/jis4.2-7.pdf>.
2. Дьяков М.М. Основные направления развития менеджмента, маркетинга, кадрового потенциала предприятий туристической России [Текст] / М.М. Дьяков // Научный вестник МГИИТ. – Москва, 2011, – № 2. – С. 75-78.

МОЛОДЕЖНАЯ БЕЗРАБОТИЦА: НЕКОТОРЫЕ РОССИЙСКИЕ РЕАЛИИ

Колесник Елена Андреевна,

канд. э. наук, доцент Тюменского государственного нефтегазового университета

YOUTH UNEMPLOYMENT: SOME RUSSIAN REALITIES

Kolesnik Elena, candidate of Science, associate professor of Tyumen state oil and gas University

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена анализу основных тенденций в молодежной политике занятости России. Определены ключевые проблемы занятости молодежи, основной из которых является высокий уровень безработицы в молодежном сегменте рынка. Выделены основные направления политики обеспечения занятости в формировании и развитии этого сегмента рынка труда.

ABSTRACT

The article is devoted to the analysis of the main trends in youth employment policies in Russia. Identify the core problem of youth employment, the main of which is the high level of unemployment in the youth market segment. Highlights the main areas of employment policy in the formation and development of this segment of the labour market.

Ключевые слова: молодежь, занятость, политика занятости, безработица, молодежная безработица, уровень безработицы, тенденции.

Keywords: youth, employment, employment policy, unemployment, youth unemployment, unemployment trends.

Актуальность исследования. Начало XXI века ознаменовано резким обострением социальных проблем, связанных с молодежной занятостью в разных странах мира в том числе и в России. Одной из острейших проблем стала проблема молодежной безработицы. Несмотря на то, что молодежь составляет отдельную часть рынка труда, относится к экономически активному населению, но молодежный сегмент имеет отличительные черты и развивается не так как весь рынок труда, хотя и является его неотъемлемой составляющей.

Выделим некоторые из них:

1. к резкому росту безработицы среди молодежи как в мире, так и в России привел финансовый кризис, который перерос в социально-экономический кризис. Это увеличило недоверие молодежи к институтам, правительствам, корпорациям, предприятиям и др.;
2. молодежь является основой трудового потенциала страны, но несмотря на высокий интеллектуальный потенциал, стремление к работе, гибкость, мобильность, и т.д. ей не хватает трудовых навыков и жизненного опыта, что и является одной из причин молодежной нетрудоустроенности;
3. неэффективная политика содействия молодежной занятости влияет на нереализацию молодежью трудового потенциала, что является важным условием экономического роста России. Она не решает проблемы трудоустройства молодежи, не гарантирует первое рабочее место и социальную ответственность предприятий различной формы собственности в обеспечении для молодых специалистов первого рабочего места.

Сложившиеся тенденции на молодежном рынке труда и причины молодежной безработицы являются одними из главных проблем управления трудовыми ресурсами не только на федеральном, но и на уровне регионов, т.к. именно молодежь является основным носителем интеллектуального потенциала общества, она обладает наибольшими способностями к труду и творчеству во всех сферах жизнедеятельности. В вышеизложенном и заключается **актуальность** выбранной темы исследования.

Целью является изучение молодежной политики в области занятости, выделения основных тенденций рынка труда РФ и его молодежного сегмента, разработка путей содействия молодежной занятости.

Анализ основных исследований и публикаций.

Методологической основой исследования являются фундаментальные научные достижения отечественных и зарубежных исследователей, таких как: А. Смит, К. Маркс, М. Фридман, Дж. М. Кейнс, Д. Белл, Р. Дж. Эренберг и др. Вопросы занятости вообще и трудоустройства молодежи в

частности, рассматриваются такими признанными российскими специалистами по проблемам экономики труда, трудовых отношений: Адамчуком В.В., Бреевым Б.Д., Волгиным Н.А., Заславским И.Е., Збышко Б.Г., Капелюшниковой Р.И. и др. Проблематика молодежной безработицы затронута в трудах Дунаевой Н., Зубок Ю.А., Карпухина О.Н., Мироновой Л.К., Омельченко Е. и др. Однако, несмотря на многообразие направлений исследований, до сих пор остаются мало изученными проблемы молодежной политики в области занятости на уровне региона.

Изложение основного материала. В России безработными считаются трудоспособные граждане не имеющие работы и заработка (трудового дохода), проживающие на территории страны, зарегистрированные в органах занятости по месту жительства в целях поиска подходящей работы, ищущие ее и готовые приступить к ней. Ст.3 Закона Российской Федерации «О занятости населения в РФ» (от 19.04.1991г.) определено, что безработица – это сложное социально-экономическое явление, не позволяющее части экономически активного населения, желающего работать на условиях найма или создания собственного дела, реализовать (применить) свою рабочую силу из-за отсутствия подходящих рабочих мест (предложений) и лишенной вследствие этого основного дохода (зарплаты) [1].

Согласно заявления генерального директора Международной организации труда (далее - МОТ) Гайя Райдера: «бездействие в отношении занятости среди молодежи может привести к социальным волнениям и разрушить надежды на устойчивый экономический рост» [3]. По данным МОТ, напряженность на молодежном рынке возникла с 2008 года, что привело к ежегодной потере странами ЕС 1,2% своего ВВП из-за нигде не работающих и не обучающихся молодых людей. Ежегодно эта категория населения обходится экономике Евросоюза в 3 млрд. евро (расходы на государственные пособия плюс потери от снижения уровня производства) [3].

На сегодняшний день уровень молодежной безработицы в мире (люди в возрасте 15-24 лет) составляет более 12,5% (около 75 млн. молодых людей), в Европе это число достигло 5,5 млн. человек. Согласно прогнозам, этот показатель продолжит расти и к 2018 г. достигнет отметки 13% [4]. По данным МОТ, в настоящее время молодежная безработица составляет 22%, что в два раза превышает долю безработных среди взрослых.

В России, по данным Федеральной службы государственной статистики, уровень безработицы постепенно снижается (рис.1) [2]. На протяжении последних лет в России безработица имеет тенденции к снижению. Так, на начало 2011 года она составляла 7,8%, по данным Федеральной службы государственной статистики на январь 2014 года она составляет 5,6%.

Уровень безработицы по методологии МОТ¹⁾

в % от экономически активного населения

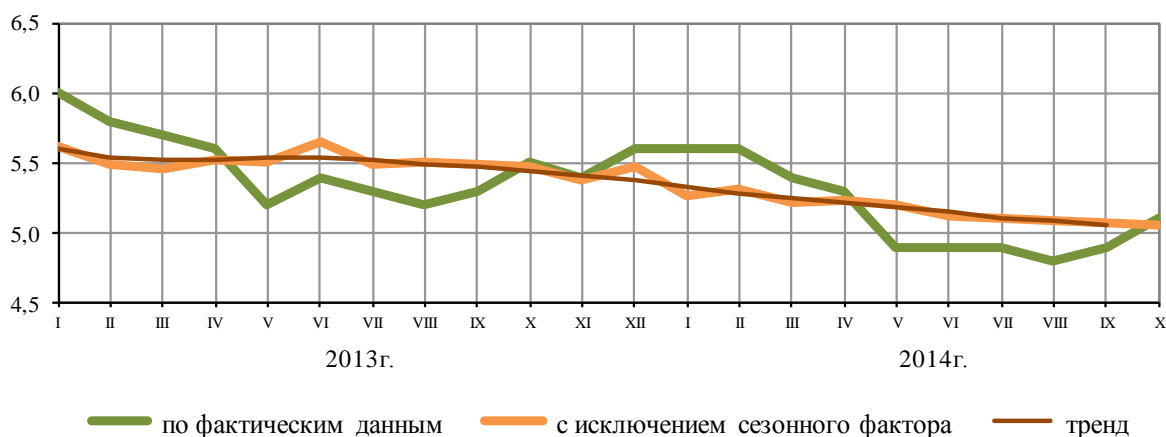


Рисунок 1 Уровень безработицы по методологии МОТ, в % к экономически активного населения

Согласно данным, средний возраст безработных в сентябре 2014г. составил 35,6 года. Безработица в значительной степени является застойной. Из 1,4 млн. безработных сельских жителей 34,2% находились в ситуации застойной безработицы (искали работу 12 месяцев и более), из 2,4 млн. безработных городских жителей - 24,7%.

В таблице 1 представлена экономическая активность населения в возрасте 15-72 лет в процентах на конец каждого года [2]. Таким образом, самый низкий уровень безработицы на протяжении последнего десятилетия остается в Москве, на конец 2012 года менее 1%. Высокая безработица остается в Северо-Кавказском федеральном округе — Чечне (27-32%) и Ингушетии (45-50%).

Таблица 1

Экономическая активность населения в возрасте 15-72 лет, в % на конец каждого года

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Российская Федерация	10,6	9,0	7,9	8,2	7,8	7,1	7,1	6,0	6,2	8,3	7,3	6,5	5,5
Центральный федеральный округ	7,8	6,0	5,1	5,1	4,7	4,3	4,0	3,1	3,6	5,8	4,6	4,1	3,1
Северо-Западный федеральный округ	9,6	7,6	6,2	7,0	6,0	5,5	5,0	4,2	5,2	7,0	6,2	5,3	4,0
Южный федеральный округ	12,9	11,5	9,6	11,4	9,6	8,4	8,2	7,0	6,5	8,6	7,6	7,0	6,2
Северо-Кавказский федеральный округ	20,4	18,7	17,4	17,2	19,2	17,5	22,9	19,5	16,2	16,5	16,9	15,0	13,1
Приволжский федеральный округ	9,8	8,4	7,7	7,6	7,8	7,3	6,5	6,1	6,3	8,6	7,6	6,6	4,8
Уральский федеральный округ	10,1	9,2	8,1	7,5	7,5	6,7	6,8	4,9	5,5	8,1	8,0	6,9	6,1
Сибирский федеральный округ	12,8	11,3	10,1	11,7	10,0	9,4	9,0	7,9	8,3	10,5	8,7	8,2	7,5
Дальневосточный федеральный округ	12,6	10,2	8,7	8,5	8,8	7,9	7,5	6,7	7,9	9,4	8,7	7,4	6,4

На сентябрь 2014 года самыми благополучными регионами страны с точки зрения официальной безработицы являются Калужская область – уровень всего 0,2%. Далее следует Москва, Липецкая и Костромская область – по 0,3%. Третье место делят Рязанская, Орловская, Московская, Ульяновская области, Ханты-Мансийский автономный округ – 0,4% [5].

Молодежь до 25 лет среди безработных составляет 25,7%, в том числе в возрасте 15-19 лет - 4,1%, 20-24 лет - 21,5% (рис.2) [2]. Таким образом, высокий уровень безработицы отмечался в возрастной группе 15-19 лет (26,6%) и 20-24 лет (12,4%). По сравнению с сентябрем 2013г. уровень безработицы в возрасте 15-19 лет увеличился на 2,7 процентного пункта, в возрасте 20-24 лет уменьшился на 0,6 процентного пункта.



Рисунок 2. Уровень безработицы по возрастным группам и виду поселения (в сентябре 2014 г.)

В среднем среди молодежи в возрасте 15-24 лет уровень безработицы в сентябре 2014г. составил 13,6%, в том числе среди городского населения - 12,6%, среди сельского населения - 16,4%. Коэффициент превышения уровня безработицы среди молодежи в среднем по возрастной группе 15-24 лет по сравнению с уровнем безработицы населения в возрасте 30-49 лет составляет 3,3 раза, в том числе среди городского населения - 3,9 раза, сельского населения - 2,4 раза. Средняя продолжительность поиска безработными работы в октябре 2014г. у женщин составила 7,0 месяца, у мужчин - 7,3 месяца.

По данным проведенного обследования, в октябре 2014 г. 26,5% безработных из общего числа использовали в качестве способа поиска работы обращение в государственные учреждения службы занятости населения, 64,3%

безработных - обращение к друзьям, родственникам и знакомым. В октябре 2014 г. нагрузка не занятого трудовой деятельностью населения, зарегистрированного в государственных учреждениях службы занятости населения, на 100 заявленных вакансий составила 51,8 человека.

Таким образом, анализ молодежного сегмента показал, что на рынке труда России сохраняется такая тенденция: темпы роста молодежной безработицы превышают темпы роста безработицы среди населения в целом. Сохраняется тенденция нетрудоустроенности среди выпускников средних и высших учебных заведений (таблица 2) [2] и, как следствие, происходит отток молодежи. На рынке труда происходит значительный перелив рабочей силы из государственного в негосударственный сектор экономики, из деятельности, требующей высокую квалификацию, в деятельность менее квалифицированную и т.д.

Таблица 2

Экономическая активность выпускников, окончивших учреждения профессионального образования в 2013 г., тыс.чел

	Экономически активное население	в том числе		Уровень экономической активности населения, в %	Уровень занятости, в %	Уровень безработицы, в %
		занятые	безработные			
III квартал 2014 г.						
Всего	1565	1417	148	86,9	78,6	9,5
в том числе по уровню образования:						
-высшее профессиональное образование	966	895	70	89,0	82,5	7,3
-среднее профессиональное образование	408	357	51	84,0	73,5	12,5
-начальное профессиональное образование	191	164	27	82,8	71,1	14,2
Городское население - всего	1228	1131	98	87,4	80,4	8,0
в том числе по уровню образования:						
высшее профессиональное образование	792	744	48	88,9	83,5	6,1
среднее профессиональное образование	304	272	32	84,5	75,5	10,7
начальное профессиональное образование	132	115	17	85,0	74,1	12,9
Сельское население - всего	337	286	51	85,1	72,3	15,0
в том числе по уровню образования:						
высшее профессиональное образование	173	152	22	89,3	78,0	12,7
среднее профессиональное образование	104	86	19	82,6	67,9	17,8
начальное профессиональное образование	59	49	10	78,2	64,9	17,1

Как отмечает Щенина Г.О., «перемещаясь в сферу негосударственной экономики, на должности, не требующие серьезных профессиональных знаний, молодые люди рискуют своим будущим благосостоянием, не обеспечивая накопление интеллектуальной собственности, профессионализма» [6]. Эту же тенденцию подтверждают данные МОТ. Согласно которым, в развивающихся странах последствия экономического и финансового кризиса, могут «еще больше усугубить уже существующий дефицит достойной работы среди молодежи».

С точки зрения макроэкономического развития незанятость молодежи вообще, и неэффективная занятость в частности, может привести, во-первых, к существенным нарушениям в процессах смены поколений в экономике, во - вторых, повлиять на экономический рост, в-третьих, снизить эффективность производства. Незанятость молодежи и неэффективная занятость существенно влияет на мотивационную составляющую поведение молодых людей, приводит к потере мотивов выбора и овладения профессией, трудовых навыков и потребность в их развитии, способствует отказу от труда, что побуждает социальное напряжение и рост преступности, и т.д.

Таким образом, политика в сфере молодежной занятости и на уровне региона, и на уровне страны должно основываться на развитии:

1. инфраструктуры, что предусматривает создание и поддержку специализированных организаций, которые осуществляют деятельность по содействию молодежной занятости, действенной профессиональной ориентации, профессиональной подготовки и переподготовки;
2. проведение мониторинга молодежного рынка труда через усовершенствование системы анализа и прогноза спроса на профессии и специальности, адекватного регулирования содержания образования в соответствии со спросом;
3. законодательное закрепление гарантии первого рабочего места, адаптация и повышение конкурентоспособности молодежи на рынке труда;

4. содействие социальному партнерству между властью и бизнесом для обеспечения занятости молодежи;
5. реализация специальных программ трудоустройства уязвимых групп молодежи, требующих социальной защиты и испытывающих трудности в поиске работы;
6. содействие самозанятости молодежи, формирование государственных механизмов поддержки молодежного предпринимательства

Выводы. Следовательно, определенная нами негативная тенденция молодежной политики занятости исходит из социально - политической и экономической ситуации, сложившейся в последнее время в некоторых регионах РФ, ведь она непосредственно влияет на молодежный рынок труда.

Список литературы:

1. Закон РФ от 19 апреля 1991 г. № 1032-1 «О занятости населения в Российской Федерации» [Электронный ресурс]// режим доступа: http://www.czn-tambov.ru/zakon_o_zanjatosti_naselenija.html
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]// режим доступа: <http://www.gks.ru>
3. Молодёжная безработица в России составила более 28 [Электронный ресурс]// режим доступа: <http://www.hr-journal.ru/news>
4. Молодежная безработица: "потерянное поколение" век спустя [Электронный ресурс] // режим доступа: <http://top.rbc.ru/economics>
5. В России ищут работу 3,7 млн человек [Электронный ресурс]// режим доступа: <http://72.ru/text/russia/845891.html>
6. Щенина О.Г. Молодежная политика в современной России [Электронный ресурс]// режим доступа: <http://viperson.ru/>

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

Колотырин Евгений Алексеевич

*аспирант Саратовского социально-экономического института
ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»*

THEORETICAL BASIS OF IMPORT SUBSTITUTION STRATEGY

Kolotyryin Evgeniy, post-graduate student, Saratov social-economic institute Plekhanov Russian University of Economics

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются различные стратегии промышленной политики, выделенные исходя из целей взаимодействия с глобальными рынками. Особое внимание уделено стратегии импортозамещения, принимающей значительную актуальность в настоящий момент. Рассмотрены подходы ученых к проблеме импортозамещения. Приведено сравнение экономических категорий – «импортозамещение» и «протекционизм». Раскрыто понятие «инновационного импортозамещения».

ABSTRACT

The article considers different strategies of industrial policy pointed out on the basis of the purposes of cooperation with global markets. Special attention is paid to the import substitution strategy which becomes more important at the present moment. The article describes approaches to the problem of import substitution. The comparison of the economic categories "import substitution" and "protectionism" is made. The concept of "innovative import substitution" is identified.

*Ключевые слова: импортозамещение; промышленная политика; конкурентоспособность; национальная безопасность.
Key words: import substitution; industrial policy; competitiveness; national security*

В условиях глобализации, роста открытости границ экономик мира возрастает международная конкуренция. Нарастивание конкурентных преимуществ становится одной из приоритетных задач развития государств, возрастает роль конкурентоспособности экономики страны.

За последние три десятилетия, в течение которых страна находится в процессе трансформации, переходе от плановой к рыночной экономике, были утеряны многие ключевые позиции по производству стратегически важной продукции. В годы плановой экономики страна намного меньше зависела от импортной продукции, нежели в текущий период. Однако, в связи со сложившейся мировой политической конъюнктурой, государству приходится перестраиваться под новые условия ведения международных экономических отношений. В условиях введения западными странами санкций российским руководством была провозглашена политика импортозамещения.

Однако пока в объявленной программе импортозамещения реальной экономики мало, она во многом продиктована политическими причинами, а это может вызвать значительные расходы денежных средств государства и недостижение желаемого результата.

Промышленная политика – это один из инструментов регулирования развития национальной экономики. В условиях интернационализации хозяйственной деятельности промышленная политика уже не может рассматриваться только в рамках национальной экономики, она должна отвечать требованиям мирового рынка и обеспечивать конкурентоспособность многих отраслей.

С точки зрения взаимодействия с глобальными рынками и обеспечения мирового технологического уровня можно выделить три типа стратегии промышленной политики: экспортоориентированная, инновационная и импортозамещения. Каждая из данных стратегий имеет свои преимущества и ограничения. (таблица 1).

Таблица 1

Стратегии промышленной политики

	Описание стратегии	Преимущества	Недостатки
Экспортоориентированная стратегия	<ul style="list-style-type: none"> Создание благоприятных условий для отраслей, ориентированных на экспорт продукции. Основная задача - производство продукции, конкурентоспособной на международном рынке, завоевание наибольшей доли мирового рынка. 	<ul style="list-style-type: none"> Включение страны в мировое хозяйство и доступ к мировым ресурсам и технологиям. Развитие конкурентных отраслей экономики, обеспечивающих развитие других отраслей и являющихся главными источниками денежных средств в бюджет. Создание условий для привлечения иностранных инвестиций в развитие производства и сферы услуг. 	<ul style="list-style-type: none"> Опасность сырьевого экспорта, чрезмерная доля которого в общей структуре экспортируемой продукции может привести к негативным последствиям (увеличение коррупции, переход человеческих и финансовых ресурсов из обрабатывающей промышленности, снижение темпов экономического роста).
Стратегия импортозамещения	<ul style="list-style-type: none"> Обеспечение внутреннего рынка на основе развития национального производства, путем проведения протекционистской политики. 	<ul style="list-style-type: none"> Улучшение структуры платёжного баланса. Увеличение внутреннего спроса. Обеспечение занятости. Развитие производства. Развитие научного потенциала. 	<ul style="list-style-type: none"> Возможность технологического отставания от передовых стран Опасность создания слишком комфортных условий для национальных производителей, когда они будут не заинтересованы в производстве качественной продукции в силу отсутствия конкуренции Изоляция от передовых тенденций в мировой экономике Необходимость, выстраивать полностью производственные цепочки, которые могут быть более капиталоемкими, чем уже существующие в других странах.
Инновационная стратегия	<ul style="list-style-type: none"> Создание и использование новейших технологий, их производственно-экономического и социально-организационного потенциала. Развития страны на основе новейших тенденций технологического развития с использованием высокотехнологичного и капиталоемкого производства. 	<ul style="list-style-type: none"> Поддержание научно-технического потенциала страны. Стимулирование развития образовательных институтов, что в свою очередь, позволяет обеспечить экономику квалифицированными специалистами. Создание новых рабочих мест внутри страны. Поддержание стабильного и высокого курса национальной валюты. Нацеленность на развитие производств с высокой добавленной стоимостью производимой продукции. 	<ul style="list-style-type: none"> Значительные инвестиции на развитие инновационной инфраструктуры и обновление материально-технической базы. Необходимость большого количества высококвалифицированных кадров.

Ни одна из стратегий из-за наличия недостатков и ограничений не может использоваться в чистом виде, поэтому синтез стратегий должен лежать в основе любой промышленной политики.

В настоящее время особенно актуальной становится стратегия импортозамещения в виду высокой импортозависимости национального рынка, кризисных явлений в мировой и национальной экономиках, а также в виду усиления роли политического фактора в международных экономических отношениях.

Однако как экономическая категория импортозамещение имеет двойственное определение: оно рассматривается, с одной стороны, как модель интеграции страны в систему мирохозяйственных связей, ориентированная на экономический рост государства, но с другой стороны, как один из инструментов реализации политики экономического протекционизма, свойственного в основном развивающимся и переходным экономикам, национальные рынки которых еще недостаточно стабильны, и что в конечном итоге противоречит принципам свободного рынка и конкуренции.

Понимание современной роли стратегии импортозамещения, современная трактовка как экономической категории и определение границ применимости в реализации промышленной политики являются целями данной статьи.

В настоящее время большую долю в производстве отечественного продукта составляет импортные комплектующие. Это объясняется возрастающей конкуренцией, вследствие чего предприятия стремятся использовать все мировые достижения для завоевания рынка. Поэтому, применение политики импортозамещения снимает определенную напряженность, возникающую из-за необходимости использования зарубежных составляющих при производстве отечественного продукта. Таким образом, изучение возможностей применения импортозамещающей стратегии при проведении промышленной политики является очень важным вопросом для российской экономической науки, особенно в современных условиях.

Также необходимо отметить, что внедрение стратегии импортозамещения зачастую обусловлено вопросом национальной безопасности. Во многих стратегических отраслях промышленности, таких как сектор ВПК, аграрный сектор, фармацевтическая отрасль и т.д., должны преобладать продукты отечественного производства. Поэтому важным для сохранения национальной безопасности является полный цикл изготовления стратегически важной продукции из отечественного сырья и на своей территории. Именно для подобных товаров особенно важно проводить стратегию импортозамещения. Среди тех отраслей, где за последние десятилетия значительно увеличилась доля импорта – это сфера продовольствия и фармацевтическая отрасль.

Необходимо отметить, что важную роль в реализации стратегии импортозамещения играет государство. Можно привести несколько примеров мер, которые следует вводить для получения большего эффекта от стратегии импортозамещения: введение стандартизации, что обеспечит взаимозаменяемость отдельных элементов, повысит надежность и уровень безопасности; осуществление государственных закупок, которые будут обеспечивать первоначальный спрос на продукты отечественных производителей; введение ограничительных мер или запрет на закупку продукции, произведенной за рубежом. Здесь ключевым примером является рынок медицинских

изделий, где государственные закупки занимают значительную долю – около 85%. Введение ограничений послужит серьезным толчком для развития отрасли.

Процессы импортозамещения играют большую роль для развивающихся и трансформирующихся экономик. Этим и объясняется внимание к ним зарубежных и российских ученых-экономистов.

Среди фундаментальных трудов, в которых рассматриваются теория и практика импортозамещения в индустриальном обществе необходимо отметить работы Н. Картера, П. Линдберта, Х. Ченери.

Также сейчас проблемам импортозамещения уделяется внимание и российскими учеными. За последнее время появилось несколько исследований, где авторы ищут новые подходы к определению понятия «импортозамещения».

Импортозамещение можно рассматривать с нескольких позиций: как экономическая категория, как экономический процесс и как государственная экономическая политика.

Так, Е.Н. Назарчук указывает на то, «под импортозамещением следует понимать, прежде всего, увеличение производства отечественной продукции при снижении потребления импортных товаров (только для товаров, по которым такое замещение возможно и экономически целесообразно)» [4].

По мнению Л.Н. Перегородиевой, «импортозамещение представляет собой тип экономической стратегии и промышленной политики государства, направленный на защиту внутреннего производителя, путем замещения импортируемых промышленных товаров товарами национального производства [5].

П.А. Кадочников под процессом импортозамещения понимает «увеличение производства и внутреннего потребления отечественных товаров при снижении потребления импортных товаров (в физическом выражении)» [2]

Автор Н.А. Сучкова справедливо выделяет два подхода к понятию «импортозамещение». Первый подход рассматривает импортозамещение как некий нерегулируемый, в целом положительный для страны, часто ограниченный временными рамками, процесс, в результате которого происходит поэтапная замена зарубежной продукции и товаров их отечественными аналогами. Во втором подходе используется широкий функциональный взгляд, рассматривающий импортозамещение как определенный тип экономической стратегии и политики государства, направленных на замену импорта товаров, пользующихся спросом на внутреннем рынке, товарами национального производства. Высокие импортные пошлины сочетаются с налоговыми льготами местным производителям. Разрабатывается и реализуется программа развития необходимой производственной инфраструктуры. Проведение импортозамещающей стратегии характерно для импортозамещающего этапа индустриализации. [6]

В статье А.Н. Макарова можно найти трактовку импортозамещения с позиций потребностей региональной экономики: «... под импортозамещением традиционно понимается рассчитанная на перспективу система мер, обеспечивающая достижение намеченных регионом целей по объемам и структуре производства отечественной продукции при одновременном снижении потребления импортных товаров. В условиях проведения политики импортозамещения доминирует концентрация собственных усилий и ресурсов на формирование конкурентоспособного рыночного хозяйства». [3]

Однако говоря о понятии «импортозамещения», необходимо его отделять от понятия «государственного протекционизма». В современной экономической научной литературе до сих пор нет четкого понимания и разграничения этих двух важных и совершенно разных экономических категорий. Эти два процесса имеют как общие признаки, так и отличия.

Отметим два основных признака импортозамещения: конкурентоспособность и экономическая эффективность.

Эти признаки позволяют определить основные различия импортозамещения и политики протекционизма. Во-первых, протекционизм осуществляется только государством, а при применении политики импортозамещения, процесс направлен на совершенствование системы международных отношений. Процесс импортозамещения возможен как при поддержке государства, так и без нее. Во-вторых, различаются цели этих двух процессов. Если протекционизм ограничивается защитой отечественных производителей от внешней конкуренции, то целью импортозамещения является создание эффективной продукции соответствующего качества с возможностью ее последующего импорта. [1]

Противоречие этих двух процессов заключается в том, что импортозамещение зачастую используется в качестве прикрытия государственного протекционизма, включается в систему экономической безопасности. В краткосрочной перспективе импортозамещение совпадает с национальными задачами. Если смотреть со стороны государственных интересов, то импортозамещение равносильно увеличению экспорта. Однако многие государственные проекты призванные регулировать международные торговые отношения следует учитывать не как импортозамещение, а как меры протекционистской политики, которые не всегда идут на пользу оздоровления экономики.

Проанализировав уже существующие подходы к импортозамещению, автор может предложить собственное видение на проблему. Под импортозамещением понимается политика государства, направленная на увеличение внутреннего спроса на отечественную продукцию, путем введения определенных мер по снижению потребления аналогичной продукции зарубежного происхождения.

С точки зрения современной промышленной политики и роли в ней стратегии импортозамещения синонимом слова «импортозамещение» является термин «конкурентоспособность». Для эффективного решения задач, стоящих перед стратегией импортозамещения, необходимо достичь высокого уровня качества продукции, причем, не хуже, а лучше зарубежных аналогов, при этом издержки и цена продукции должны быть конкурентоспособны. Поэтому единственным верным путем реализации стратегии импортозамещения является ориентация на глобальный рынок, а не на национальный. Соответствующий вывод можно сделать на примере таких стран, как Индия и Бразилия, которые, пытаясь создать конкурентоспособные продукты на местном рынке, потерпели фиаско. Но, ориентируясь на глобальный рынок – добились успеха. Индия – в области ИТ-аутсорсинга, Бразилия — в создании самолетов Embraer. Таким образом, не нужно забывать о том, что создаваемый на импортозамещающих производствах товар должен быть ориентирован не только на внутренний рынок, но и на внешний, поскольку только в этом случае уровень конкурентоспособности продукции будет приемлемым и достигнутые в результате успеха не будут бесславно потеряны при возвращении к привычному для данной страны курсу. То есть нужно развивать

не только производство определенных отраслей внутри страны, но и повышать уровень развития экономики, социальной сферы, инфраструктуры, делая саму страну способной на равных конкурировать с развитыми промышленными странами. [7]

Также необходимо понимать, что использование стратегии должно приводить к становлению более высокотехнологичного производства, чем у конкурентов. Развитие наукоемких отраслей позволит выйти на мировой рынок. Однако, необходимо аккуратно подходить к внедрению стратегии, чтобы избежать застоя промышленности, поскольку снижение конкуренции с зарубежными производителями может привести к снижению стремлений развития инноваций, и к полной зависимости предприятий от государственных субсидий.

Одним из современных направлений развития экономической теории является появление категории «инновационное импортозамещение». Целью инновационного импортозамещения является создание и продвижение высокотехнологической импортозамещающей продукции на мировые рынки. Инновационное импортозамещение следует рассматривать параллельно с ресурсосбережением и повышением энергоэффективности. Представляется, что задача промышленной политики государства состоит в формировании национальной модели инновационного импортозамещения и создании системы стимулов, которые помогут сбалансировать относительную эффективность различных видов импортозамещающих производств и, таким образом, поддержать национальное производство инновационной продукции, одновременно стимулируя инновационное производство на экспорт.

Кроме того, в силу ресурсных ограничений невозможно применить стратегию импортозамещения ко всем отраслям промышленности одновременно. Поэтому, следует ориентироваться на те отрасли, где страна обладает определенным отраслевым преимуществом. Необходимо подчеркнуть, что гораздо эффективнее выбирать несколько отраслей, распыление на множество может не дать желаемого результата.

Можно выделить несколько подходов к выбору подходящих отраслей для применения стратегии импортозамещения. Во-первых, выбрать те сферы, где имеется большой потенциал роста, и именно там развивать производство. Во-вторых, найти наиболее развитые технологии, и на их основе развивать определенные отрасли промышленности.

Результатом внедрения стратегии импортозамещения должно быть усиление позиций отечественных товаров на рынках сбыта посредством применения технологической модернизации производства, стимулирования его эффективности. В результате предполагается переход от производства простой продукции к высокотехнологичной путем повышения уровня развития технологий и производства.

Список литературы:

1. Зарянкин В.В. Роль импортозамещения в системе международных торговых отношениях / Беларусь и мировые экономические процессы: сборник научных статей. Выпуск 7 - 2010. - 191 с.
2. Кадочников П.А. Влияние импортозамещения на процессы экономического роста в переходной экономике: автореферат диссертации на соискание ученой степени канд. экон. наук. М., 2005
3. Макаров А.Н. Импортозамещение как инструмент индустриализации экономики региона: инноваци-

- онный аспект (на примере Нижегородской области)/ Российский внешнеэкономический вестник. 2011, № 5. С.36-40.
4. Назарчук Е.Н. Теоретические и методические основы эффективного импортозамещения на российских промышленных предприятиях: автореферат диссертации на соискание ученой степени канд. экон. наук. Самара 2007
 5. Перегородиева Л.Н. Развитие управления импортозамещением на отечественных промышленных предприятиях: автореф. дис. на соискание ученой степени канд. экон. наук – Саратов, 2013.
 6. Сучкова Н.А. Импортозамещение в продовольственном секторе России: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. М., 2009
 7. Басина Н. Что такое импортозамещение и каким ему быть в России 07.07.2014
<http://www.crn.ru/news/detail.php?ID=93523>

РАЗВИТИЕ СЕГМЕНТА АРЕНДНОГО ЖИЛЬЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ КАК НАПРАВЛЕНИЕ УВЕЛИЧЕНИЯ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ДОСТУПНЫМ ЖИЛЬЕМ

Королькова Дарья Игоревна

Ассистент, Белгородского государственного национального исследовательского университета, Белгород

Денисова Екатерина Александровна

студент Белгородского государственного национального исследовательского университета, Белгород

THE DEVELOPMENT OF THE SEGMENT OF RENTAL HOUSING IN THE RUSSIAN FEDERATION AS THE DIRECTION OF INCREASING THE PROVISION OF AFFORDABLE HOUSING

Korolkova Darya Igorevna, Assistant, Belgorod National Research University, Belgorod

Denisova Ekaterina Aleksandrovna, Student, Belgorod National Research University, Belgorod

АННОТАЦИЯ

Жилищная политика в последние годы приобрела новый вектор развития, актуальность которого обусловлена необходимостью развития наемного жилья. В статье проанализированы действия государства, направленные на создание условий для развития нового сегмента на рынке жилья, что позволит повысить мобильность трудовых ресурсов и качество жизни населения.

ABSTRACT

Housing policy in recent years has acquired a new vector of development, the relevance of which is due to the need for the development of rental housing. The article analyzes the actions of the state, aimed at creating conditions for the development of a new segment in the housing market, which will increase labor mobility and quality of life of the population.

Ключевые слова: доступность жилья, улучшение жилищных условий, арендное жилье, рынок арендного жилья, жилищное строительство

Keywords: housing affordability, housing improvement, rental housing, rental housing market, housing

Решение обеспеченности доступности жильем является одной из существенных проблем в настоящее время. С началом экономических трансформаций прежний распределительный механизм обеспечения населения жильем был разрушен, сегодня эта задача решается в основном путем приобретения или строительства жилья за счет собственных сбережений. Актуальность решения проблем в сфере развития жилищного строительства подчеркивается тем, что, несмотря на создание в Российской Федерации основ функционирования рынка жилой недвижимости, приобрести жилье с использованием рыночных механизмов на сегодняшний день способен ограниченный круг семей с уровнем доходов выше среднего [6, с. 56].

Руководство нашей страны принимает необходимые меры по улучшению жилищных условий граждан: на встрече Президента Российской Федерации В. В. Путина с правительством, парламентом и главами регионов в рамках Программы приоритетных национальных проектов был объявлен Национальный проект «Жильё» (проект «Доступное и комфортное жильё - гражданам России»). Национальный проект «Доступное и комфортное жильё - гражданам России» позволил достаточно успешно решить лишь часть задач - формирование рынка жилья, приобретаемого в частную собственность гражданами, создание и

развитие института ипотечного кредитования. Однако значительная часть домохозяйств (более 60%) не удовлетворены своими жилищными условиями, многие вынуждены жить в ветхом и аварийном жилье.

Развитие рынка жилой недвижимости в мировой практике характеризуется наличием высокой доли сегмента арендного жилья. Российским же законодательством институт арендного жилья все еще практически не регулируется [3, с. 36].

Исследование рынка жилья развитых зарубежных стран показывает наличие в них значительной доли арендуемого жилья. По соотношению доли недвижимости, находящейся в собственности и аренде, большинство стран имеют похожие показатели. Доля арендного жилья у них составляет более 30 процентов (рис. 1). В странах, имеющих более развитый рынок жилья, минимальное государственное регулирование рынка недвижимости, высокий уровень развития экономики и, как следствие, свободное ценообразование и высокую мобильность трудовых ресурсов, доля жилого фонда, находящегося в аренде, выше. То же касается и темпов экономического развития региона: чем они выше, тем больше процент жилья, предоставляемого в аренду.

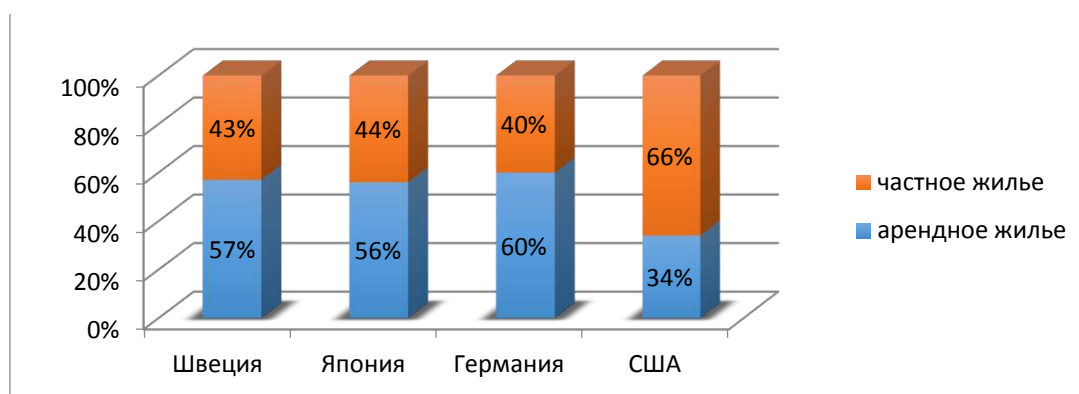


Рис.1. Доля арендного жилья в развитых странах

В России доля многоквартирных домов составляет приблизительно 70 процентов из общего количества жилья. Официально сдается менее 20 процентов жилых помещений. Сегодня рынок арендного жилья - это поле деятельности для частных и полуправовых структур. Такой сравнительно невысокий процент арендуемого жилья возник в результате бесплатной приватизации, когда квартиры оказались в собственности жильцов, а государственные субсидии на квартплату никак не стимулируют людей

с невысокими доходами менять жилую площадь. Это приводит к дефициту на рынке аренды и, таким образом, к высоким ценам на съемное жилье [6, с. 57].

Развитие рынка арендного жилья позволит государству:

1. легализовать и упорядочить рынок аренды;
2. решить жилищную проблему;
3. снять с себя бремя по эксплуатации и управления данного жилья, а также избавиться от проблемы собираемости коммунальных платежей;
4. повысить общую мобильность трудовых ресурсов.

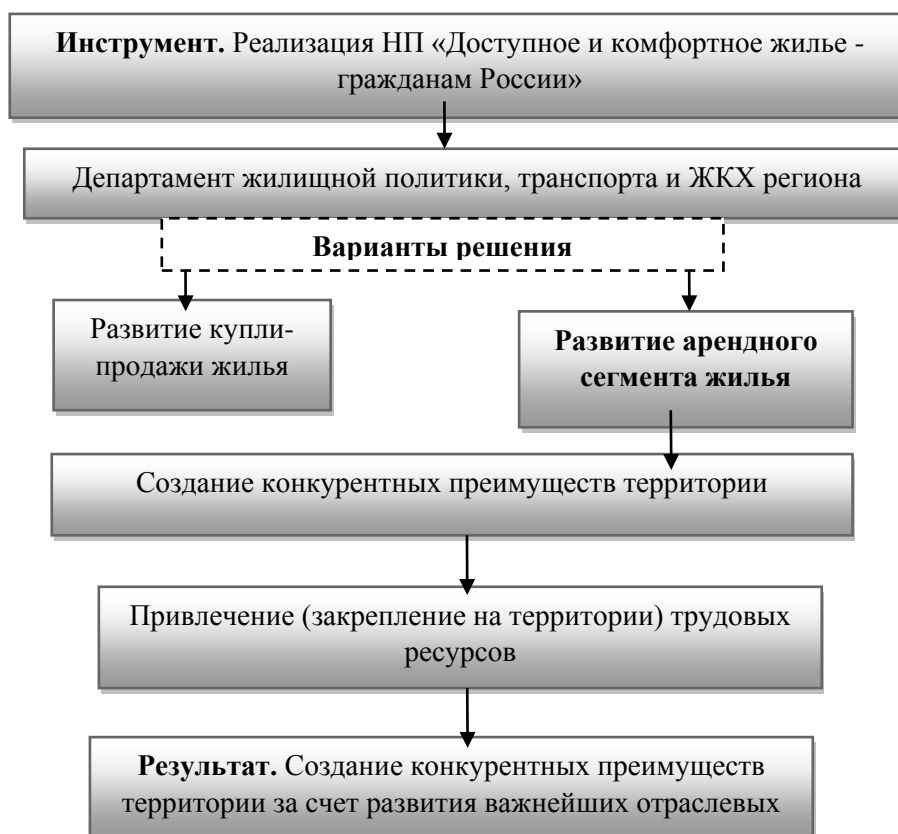


Рис.2. Перспективы строительства арендного жилья

В связи с чем, формирование и развитие рынка арендной жилой недвижимости признано приоритетным направлением в социально-экономическом развитии страны в ближайшей перспективе. В России ограничением для формирования и развития института арендных жилищных фондов является несоответствие норм Жилищного кодекса положениям Конституции. В соответствии с главой 35 ГК РФ жилые помещения могут предоставляться их собственниками на условиях договора найма:

социального и найма жилого помещения, который в научной литературе получил название коммерческого найма жилого помещения.

По договору социального найма жилые помещения предоставляются только малоимущим и иным категориям граждан, признанным по установленным Жилищным кодексом РФ основаниям нуждающимися в жилых помещениях. Жилищный фонд социального использования фор-

мируется из государственного и муниципального жилищного фонда, хотя Конституция РФ в ст. 40 допускает его формирование и из иных жилищных фондов, например частного жилого фонда [4, с. 65].

По договору коммерческого найма жилые помещения предоставляются любым категориям граждан. Жилищный фонд коммерческого использования формируется из государственного, муниципального и частного жилищных фондов.

Необходимость государственной поддержки граждан с умеренными доходами, недостатки договора социального найма и договора коммерческого найма жилого помещения послужили причинами внесения изменений в действующее законодательство.

Так, Президент РФ Владимир Путин указом N 600 от 07.05.2012 «О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно-коммунальных услуг» поставил задачу до января 2013 г. обеспечить формирование рынка доступного арендного жилья и развитие некоммерческого жилищного фонда для граждан, имеющих невысокий уровень дохода [1].

Однако только 4 июля 2014 года Государственная дума РФ приняла в третьем чтении закон о некоммерческом найме жилья. Новый закон призван создать в стране условия для формирования рынка доступного наемного жилья и развития жилищного фонда некоммерческого использования, даст возможность застройщикам с выгодой вкладывать средства в этот сегмент недвижимости [5, с. 145].

Новый закон предусматривает возможность строительства наемных домов субъектами Российской Федерации, муниципальными образованиями и частными застройщиками, для которых возведение доходных (арендных) домов, наконец, станет интересным с инвестиционной точки зрения. Так, частные застройщики, которые предложат на аукционах более низкий размер арендной платы за наем жилых помещений в таких домах, получат от государства земельные участки в аренду без торгов по цене земельного налога. Вместе с тем, документ предусматривает и дополнительную поддержку застройщикам, например, в виде обеспечения участков инженерной инфраструктурой.

Кроме того, закон устанавливает, что не менее 50% от общего количества жилых помещений наемного дома должны предоставляться по договорам социального найма, а остальные жилые помещения - на рыночных условиях. Данное положение позволит с большим успехом реализовать проекты по созданию некоммерческого наемного жилья в городах России с дефицитными бюджетами, привлекая таким образом средства инвесторов. Для девелоперов значение этого законопроекта объясняется следующей зависимостью: регионы с развивающимися предприятиями, высокими показателями качества жизни людей, а значит, и хорошими демографическими показателями, безусловно, будут инвестиционно привлекательны, поскольку население будет стремиться улучшить свои жилищные условия [2, с. 25].

В настоящее время в эксперименте по строительству объектов жилья некоммерческого найма уже дали согласие власти Ленинградской, Московской, Самарской, Оренбургской, Орловской, Новосибирской, Калужской и Тульской областей, а также Москвы. Муниципалитеты регионов, которые будут участвовать в эксперименте, должны сформировать объем заявок на некоммерческий найм и опробовать процесс передачи девелоперу земель-

ного участка под застройку. Также в регионах пройдут переговоры с банками о выдаче кредитов девелоперам на срок не менее 15 лет со ставкой не более 9%.

Строительство арендного жилья будет проходить за счет девелопера, который будет освобожден от затрат на подключение объекта к коммуникациям. Аренда однокомнатной квартиры ориентировочно оценивается в 8012 руб. в месяц, а срок окупаемости проектов предположительно составит около 13 лет.

Максимальный размер платы за наем 1 кв. м должен быть на федеральном уровне закреплён за органами власти субъекта РФ, при этом возможность регулярного повышения этой платы должна быть установлена не более одного раза в год, с учетом показателей инфляции в данном регионе. Муниципальные же органы власти должны осуществлять учет граждан, нуждающихся в некоммерческом наемном арендном жилье, и вести учет наемных домов. Полученные сведения должны раз в год предоставляться в орган федеральной исполнительной власти. И, главное, из законопроекта исключается оговорка о возможности изменения или прекращения целевого назначения наемного дома и соответствующего земельного участка [3, с. 35].

Подводя итоги, еще раз следует отметить, что повышение доступности жилья является одной из приоритетных задач Правительства Российской Федерации. Развитие нового для России сегмента рынка жилья – арендного, будет являться новым вектором в развитии жилищного строительства, а также в улучшении жилищных условий граждан. А добиться желаемых результатов в данном направлении возможно лишь объединяя и координируя усилия всех заинтересованных сторон и органов исполнительной власти всех уровней.

Список литературы

1. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2012 №600 «О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно-коммунальных услуг».
2. Алпацкая И.Е. Совершенствование организационно-экономического механизма строительства и реализации доходных домов в московском регионе на основе государственно-частного партнерства как фактор увеличения обеспеченности населения доступным жильем // Российское предпринимательство. – 2011. – №11. Вып. 1 (195). – С. 21-26. – [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.creativeconomy.ru/articles/14163/>.
3. Гареев И.Ф. Вопросы развития наемного жилья в современных условиях // Экономика, предпринимательство и право. – 2011. – № 7. – С. 37–44. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: — <http://epp.enjournal.net/article/356>.
4. Иванкина Е.В., Косарева Е.Н., Федотов И.В. Мировой опыт создания и развития рынка доступного жилья и методов его экономического регулирования // Механизация строительства. – 2013. – №5(827). – С. 61-64.
5. Орлов В.Я., Гареев И.Ф. Инвестиционная привлекательность наемного жилья в современных условиях // Российское предпринимательство. – 2012. – № 5(203). – С. 148-154. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: — <http://www.creativeconomy.ru/articles/21397/>.
6. Спиридонова К.А. Формирование рынка арендного жилья как способ решения жилищной проблемы в России // Вестник поволжской академии государственной службы 2011. № 4. С. 56-62.

ЗНАЧЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА

Ковшикова Галина Александровна

канд. фил. наук, зав. кафедрой экономических дисциплин, НОУ ВПО УРАО, Череповецкий филиал

THE VALUE OF INNOVATION IN A STABLE REGION DEVELOPMENT

Kovshikova Galina Aleksandrovna

PhD, director of economics department, The University of the Russian Academy of Education, Cherepovets branch

АННОТАЦИЯ

В статье идет речь о влиянии инноваций на устойчивое развитие региона. На примере Вологодской области рассматривается влияние различных факторов на процесс формирования инновационной системы.

ABSTRACT

The article describes the influence of innovations on a stable region development. The influence of different factors on the process of innovation system formation is considered on the example of Vologda Region.

Ключевые слова: устойчивое развитие, инновация, инновационная система, инновационный потенциал

Keywords: stable development, innovation, innovation system, innovation potential

В настоящее время понятие «устойчивое развитие» является одной из актуальных тем для исследования. Мировое сообщество всех стран стремится к формированию экономически устойчивого развития государства.

На современном этапе не существует однозначного определения понятия «устойчивое развитие». Однако можно выделить следующие направления, которые характерны для большинства определений данного понятия:

- устойчивое развитие это целенаправленный процесс на экономический рост;
- устойчивое развитие тесно связано с социальным развитием;
- устойчивое развитие ориентировано на обеспечение экологической безопасности и рациональное использование природных ресурсов.

Согласно Трактовке Международной комиссии по окружающей среде и развитию под «устойчивым развитием» понимается развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, не подрывая способности будущих поколений удовлетворять свои возможности.

В целом, можно говорить о том, что категория «устойчивое развитие» обеспечивает с одной стороны не-

обходимую устойчивость и стабильность текущей деятельности, с другой своевременность изменений и достижение необходимых темпов развития на перспективу.

Уровень устойчивого развития региона может быть представлен как результат сочетания факторов среды региона, положительно или отрицательно воздействующих на его состояние. Все факторы, влияющие на региональную устойчивость развития, можно подразделить на внешние и внутренние. К внешним факторам относятся политические, правовые, хозяйственные, социальные и другие силы влияния внешних систем, имеющих существенное значение для эффективного функционирования региона. К факторам внутреннего характера следует отнести: природно-ресурсные, земельно-климатические, рыночные, демографические ресурсы и кадровый потенциал, уровень научно-технического прогресса, характер конкуренции и инновационная политика. Именно такому фактору как инновации уделяется в настоящее время значительное внимание, а переход к инновационному развитию является наиболее важной характеристикой современного этапа в промышленно развитых странах. Различные трактовки термина «инновация» представлены в таблице 1.

Таблица 1

Различные определения категории «инновация»

Автор	Понятие
Й. Шумпетер	Инновация – это изменение с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных и транспортных средств, рынков и форм организации в промышленности [2]
П. Друкер	Инновация - особый инструмент предпринимателей, средство, с помощью которого они используют изменения как шанс осуществить новый вид бизнеса или услуг [1]
Б. Твисс	Нововведение - это применение процесса, в котором изобретение или идея приобретает экономическое содержание, то есть «изобретение становится нововведением», если получает успех на рынке [2]
Федеральный закон “Об инновационной деятельности и государственной инновационной политике”	Инновация - это конечный результат творческого труда, получивший реализацию в виде новой или усовершенствованной продукции, либо нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в экономическом обороте

Таким образом, исходя из представленных определений, можно говорить о том, что инновация - это такое новшество или нововведение, которое серьезно повышает эффективность действующей системы.

В основе инновационного развития региона лежит формирование региональной инновационной системы. Она должна быть способна к увеличению инновационного потенциала региона и его реализации путём организации

высокотехнологичных производств и социальных институтов, основанных на использовании интеллектуального труда и продуктов, создающих высокую добавленную стоимость и, соответственно, обеспечивают социально-экономический рост. Инновационный потенциал региона составляет совокупность факторов и условий, характеризующих способность региона к инновационному развитию, изменениям, прогрессу (рис.1).

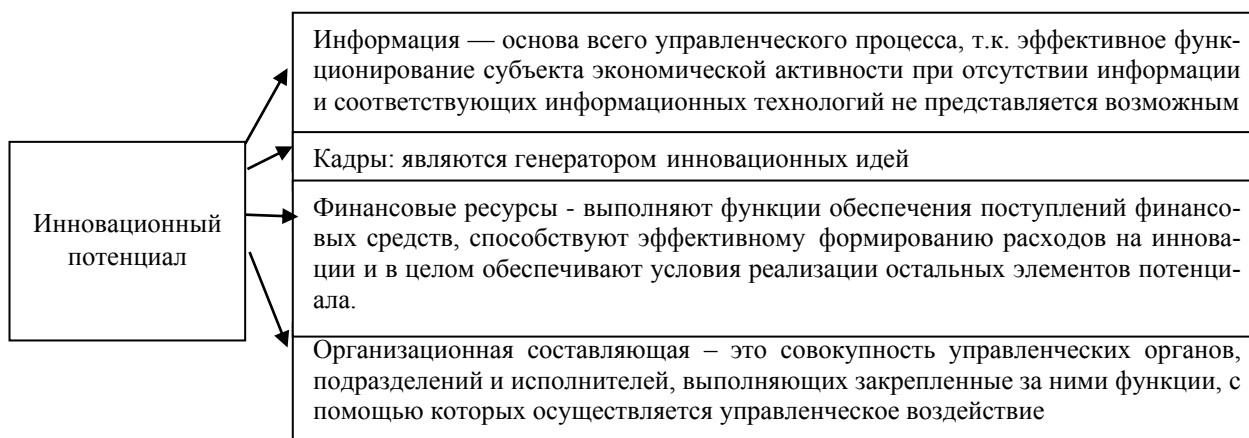


Рисунок 1. Составляющие инновационного потенциала региона

Для развития региональной инновационной системы необходимо ориентироваться на региональный фактор, который заключается в таких показателях как численность населения, географическое положение и т.д. На

примере Вологодской области можно рассмотреть влияние различных факторов на процесс формирования инновационной системы (табл. 2).

Таблица 2

Некоторые показатели развития Вологодской области

Показатели	Данные по Вологодской области на 2013г.
Площадь, тыс. км ²	144,5
Численность населения, тыс. чел.	1213,6
Среднегодовая численность населения, занятого в экономике	23933
Объем валового продукта, млн. руб.	252063

1. Географическое положение региона. Такой фактор как территория, на которой находится регион, играет не малое значение для экономического развития области. Рассматривая географическую составляющую Вологодской области, можно говорить о том, что она имеет выгодное местоположение, приближенность к крупным промышленным городам, транспортным магистралям, соединяющим Центральную Россию с Уралом и Сибирью, что, в свою очередь, создает потенциал для экономического развития региона.

2. Уровень развития промышленности. Вологодская область является крупным промышленным центром, где развиты такие виды деятельности, как металлургия, химическое производство, лесное производство, агропромышленный комплекс.

3. Инновационная политика региональной власти. Именно законодательная сторона является основой того, будет ли регион развиваться в инновационном направлении. Так, например, законом Вологодской области от 10 февраля 2008 г. № 1749 "О премиях Вологодской области" предусмотрено ежегодное стимулирование научно-технического потенциала Вологодской области. Между Правительством области и Фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере заключено Соглашение о взаимодействии, суть которого заключается в развитии в области малого предпринимательства в научно-технической сфере и реализации научно-инновационных проектов молодых ученых региона. В 2011 году по итогам ежегодного конкурсного отбора по Программе "Участник молодежного научно-инновационного конкурса" ("У.М.Н.И.К.") из федерального бюджета было привлечено 2800,0 тысяч рублей на поддержку научно-инновационных проектов ученых Вологодской области. Также к инновационному законодательству можно отнести постановление Правительства области от 04.07.2011 г. № 777 "О концепции создания и развития технопарков в

Вологодской области до 2020 года", суть которого заключается в создании и развитии технопарков в Вологодской области. Еще одним постановлением Губернатора области от 14.11.2011 г. № 646 создан Совет по научно-технической и инновационной деятельности Вологодской области, в задачи которого входит содействие развитию и эффективному использованию научно-технического и инновационного потенциала области для решения задач социально-экономического и инновационного развития области. Таким образом, законодательство Вологодской области ориентировано на развитие и поддержку инновационной составляющей области [3].

4. Уровень развития территориальной инновационной инфраструктуры. Для успешного инновационного развития необходимо, чтобы в регионе проводились мероприятия, направленные на стимулирование общественности к изучаемому вопросу. В Вологодской области раз в два года проводится Международная научно-практическая конференция "Стратегия и тактика реализации социально-экономических реформ: региональный аспект", где принимают участие представители зарубежных академий общественных наук и известные отечественные ученые, представители органов исполнительной власти и общественность.

Также ежегодно проводится научно-практический семинар "Инновационная деятельность: вопросы коммерциализации технологий".

В целом, необходимо учитывать все вышеперечисленные факторы региональной инновационной системы, которые определяют большую или меньшую развитость региона.

Наконец, для успешного внедрения инноваций как элемента регионального устойчивого развития, необходимо, на наш взгляд, придерживаться ряда мероприятий, которые представлены в таблице 3.

Таблица 3

Факторы устойчивого развития региона	
Фактор	Характеристика фактора
Активизация инновационной деятельности	1) Создание новой конкурентоспособной продукции лучшего качества, приносящей экономический эффект. 2) Развитие бизнес планов инновационной деятельности на субъектах территории. 3) Повышение направленности регионального заказа на научную, научно-техническую и инновационную продукцию на решение проблем регионального значения
Формирование научных программ	1) Создание региональных научно-технических и инновационных проектов, целью которых является обеспечение устойчивого развития области. 2) Введение контрактной системы в сфере научно-технических разработок. 3) Финансирование научных исследований.
Федеральные инвестиции	Привлечение инвестиций из федеральных и внебюджетных источников для реализации научно-технических и инновационных программ и проектов регионального значения.
Мотивация кадров	1) Стимулирование и мотивация изобретательской деятельности. 2) Защита интересов авторов промышленной собственности.
Защита инноваций	1) Повышение уровня патентной защищенности новой продукции и технологий. 2) Защита патентного рынка области от притока на них зарубежных патентов.
Создание кластеров	Кластер – это сообщество экономически тесно связанных и близко расположенных фирм смежного профиля, взаимно способствующих общему развитию и росту конкурентоспособности друг друга. Примером кластерного подхода является выделение в регионе следующих кластеров: агропромышленный, нефтехимический, лесопромышленный и т.д. При создании инновационных кластеров учитываются такие показатели, как уровень инновационного потенциала региона, уровень промышленного развития предприятий региона, уровень финансовой обеспеченности регионального бюджета.

Список литературы:

1. Друкер, П. Бизнес и инновации / Пер. с англ. – М.: ИД «Вильямс», 2007. -432с.
2. Ускова, Т.В. Управление устойчивым развитием региона: Монография / Т.В. Ускова. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2009. - 159с.
3. Департамент промышленности, науки и инновационной политики Правительства Вологодской области. Инновационная деятельность, г. Вологда, 2012г. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://vologda-oblast.ru/ru/region/economics/innovative_activities/

ФРАНЧАЙЗИНГ В РОССИИ: ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ**Лещенко Ирина Юрьевна**

студентка Северо-Кавказского Федерального Университета

Сенюгина Ирина Алексеевна

канд. э. наук, доцент Северо-Кавказского Федерального Университета

FRANCHISING IN RUSSIA: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES*Leshchenko Irina, Student of the North-Caucasian Federal University**Senyugina Irina A., Candidate of Sciences, associate professor of the North Caucasian Federal University***АННОТАЦИЯ***Рассмотрены сущность франчайзинга, его достоинства и недостатки в условиях экономики России.***ABSTRACT***The essence of franchising, its advantages and disadvantages in terms of Russia's Economy**Ключевые слова: франчайзинг, франшиза, правообладание, договору коммерческой концессии.**Keywords: Franchising, franchise, ownership of the right, contract of commercial concession.*

По темпам развития франчайзинга Россия входит в число мировых лидеров. По данным РАФ, на территории страны работает более 20 000 франчайзинговых точек и около 485 франчайзеров. Для рынка франчайзинга в 2011 году характерен рост предприятий в ритейле (57%) и сфере общественного питания (16%).

В связи с ростом интереса к франчайзингу в России в 1997 году была образована Российская Ассоциация Франчайзинга – некоммерческая организация, взявшая на себя функции информационного форума, юридического консультанта, центра проведения семинаров и конференций.

Первые франшизы в России были проданы компаниями «Дока-Пицца» и «Дока-Хлеб» в конце 90-х годов прошлого века, первая иностранная франшиза – корпорацией «Баскин Роббинс».

На сегодняшний день к наиболее популярным франшизам России относятся «Лукойл», «Планета Фитнес», «Ароматный мир», «Пятерочка», «Инвитро», «Шоколадница» и ряд других.

Примечательно, что франшизы России занимают 62% отечественного рынка франчайзинга, среди них порядка 45% - это молодые предприятия, работающие в этой сфере менее 5 лет, что говорит о растущем интересе к дан-

ному способу организации бизнес-отношений. Российские компании предлагают франшизы в различных отраслях – от общественного питания и ритейла до банкинга и риэлтерской деятельности.

Франчайзинг – это форма ведения бизнеса, при которой одно предприятие (франчайзор), за вознаграждение предоставляет другим самостоятельным предприятиям (франчайзи) право на использование его товарного знака и технологии ведения бизнеса для продажи товаров и услуг.

«Бизнес-форматный» франчайзинг означает, что франчайзор подготавливает полный пакет документов по управлению предприятием. Франчайзинговый пакет состоит из процедур, относящихся практически ко всем аспектам бизнеса, и работает как полноценная матрица управления для франчайзи.

Прежде чем предлагать свою франшизу на рынке, франчайзер должен «довести до ума» свою бизнес-систему, отработать все бизнес-процессы и доказать эффективность своего бизнеса. Более того, франчайзер для эффективного развития франчайзинговой сети должен иметь флагманское предприятие, на основании которого и происходит клонирование бизнеса. Поэтому, приобретая франшизу, предприниматель приобретает уже проверенную и отработанную бизнес-модель, которая доказала свою эффективность.

В российском законодательстве отношения франчайзинга регулируются договором коммерческой концессии.

По договору коммерческой концессии одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав, включающий право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав, в частности на коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау).

Договор коммерческой концессии предусматривает использование комплекса исключительных прав, деловой репутации и коммерческого опыта правообладателя в определённом объёме (в частности, с установлением минимального и (или) максимального объёма использования) с указанием или без указания территории использования применительно к определённой сфере предпринимательской деятельности.

Сторонами по договору коммерческой концессии могут быть коммерческие организации и граждане, зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей.

Недостатки франчайзинга:

1. Франчайзи вынуждены следовать правилам и ограничениям, установленным франчайзером, даже если они не приносят максимальной пользы бизнесу.
2. Франчайзи часто обязаны закупать сырьё и продукцию у поставщиков, назначенных франчайзером, что может ограничивать их доступ к свободному рынку и вынуждать покупать сырьё и продукцию по завышенным ценам.
3. Для франчайзи могут быть установлены жёсткие ограничения на выход из бизнеса, включая запрет на открытие конкурирующих организаций в течение определённого срока или на определённой территории.

4. Франчайзи редко могут оказать влияние на вопросы централизованного маркетинга и рекламы, но при этом могут быть вынуждены оплачивать централизованные маркетинговые и рекламные кампании. Таким образом, их средства могут использоваться не в их интересах.

Так же, франчайзи придется выполнять как минимум семь условий:

- полностью принять точку зрения франчайзера, его цели и ценности в бизнесе;
- уважать и доверять франчайзеру, в свою очередь формируя уважение к себе;
- принимать четко установленные правила и обязанности, описанные в договоре;
- постоянно общаться с франчайзером;
- быть верным франчайзеру не только в хорошие, но и в плохие времена;
- следовать операционным процедурам, установленным франчайзером;
- стремиться стать частью системы путем внедрения в бизнес новых идей с согласия франчайзера. При этом согласование - процесс крайне долгий и утомительный.

Так что предпринимателю, подумав о франчайзинге, следует, не только оценить содержимое своего кошелька, но и решить, считает ли он такие тесные взаимоотношения приемлемыми.

Не смотря на это, по статистике из всех вновь образованных предприятий 85 % прекращают свою деятельность в течение первых пяти лет, а из фирм, созданных в рамках франчайзинга – только 14 %.

Так происходит потому, что у франчайзинга есть ряд существенных преимуществ:

Франчайзинговая система дает информацию, которая помогает франчайзи найти подходящее местоположение для предприятия, сделать его дизайн и убедиться в том, что бизнес правильно функционирует. Франчайзи не нужно беспокоиться о проблемах, возникающих на начальной стадии, потому, что он имеет опыт своего франчайзора.

При выполнении франчайзингового договора, франчайзи получает полномочия от франчайзора на использование торгового знака франчайзора. Только франчайзи, работающие в системе данной франшизы, имеют эксклюзивное право использовать товарный знак франчайзора. Поэтому, если вы владеете франшизой McDonald-s, вы пользуетесь правом на владение названием фирмы, которое дает вам мгновенное узнавание на рынке как бизнеса, работающего на международной арене с международным франчайзором. К моменту открытия ресторана, все в округе уже знают, что он будет предоставлять услуги на высоко профессиональном уровне. В отличие от вас индивидуальный предприниматель должен с самого начала думать не только о продажах, но прежде всего о том, чтобы создать хорошую репутацию никому неизвестной фирмы.

Поддержка франчайзи в период перед открытием бизнеса. Франчайзи всегда имеет возможность стать специалистом в новом бизнесе, не затрачивая годы на обучение в школе бизнеса или просто работая в этой области. Эти знания приходят непосредственно из специальных программ обучения и программ по развитию системы управления, которые франчайзор передает всем новым франчайзи и ключевым работникам. Еще задолго до открытия нового бизнеса, франчайзор и франчайзи должны проработать друг с другом некоторое время. Вместе они

должны достаточно поработать над формированием навыков франчайзи с тем, что бы иметь все шансы на успешное ведение бизнеса.

Помощь в преодолении проблем и рисков. Когда франчайзи дает свое согласие вкладывать деньги во франчайзинговое предприятие, он все равно остается независимым владельцем бизнеса. Эта независимость означает, что его никогда не уволят с этой работы. Франчайзи получает профессиональную поддержку от франчайзора. Такая поддержка помогает ему избежать тех ошибок, которые обычно делают другие предприниматели.

Франчайзинг устанавливает четкие территориальные границы ведения бизнеса. Франчайзор определяет своему франчайзи территорию ведения бизнеса. Границы этой территории определены условиями франчайзингового договора. Получая территорию, франчайзи может эффективно развивать свой бизнес на определенной территории. Это снимает угрозу соперничества со стороны других владельцев этой же франшизы.

Минимальные затраты на рекламу и маркетинг. В связи с тем, что франчайзи начинает вести свою деятельность как часть известной сети, его затраты на первоначальную рекламу сводятся к обеспечению рекламы открытия франчайзингового предприятия на локальном рынке.

Все материалы и поддержка, предоставляемая франчайзи, предназначены для поддержки и усиления значимости франшизы. В списке таких преимуществ можно было бы перечислить: материалы, обучение и консалтинг. Но, если смотреть шире, то самым большим преимуществом являются отношения между франчайзором и франчайзи.

Обобщив все вышесказанное, выделим традиционные преимущества франчайзинга по сравнению с открытием дела «с нуля»:

1. Быстрый старт, возможность работать под известным именем, готовая ниша, готовая клиентура.

2. Доступ к разработанным и опробованным методам ведения бизнеса.
3. Возможность быть частью рекламной и маркетинговой стратегии федерального уровня.
4. Систематическая помощь со стороны франчайзора.
5. Отработанная система адаптации к нововведениям и улучшениям.
6. Помощь при выборе месторасположения и оценке эффективности бизнеса.
7. Причастность к системе и как дополнительное преимущество: займы, страхование, аренда, приоритетные места (девелоперы предпочитают известные брэнды).

Таким образом, для покупателей франшизы решены многие организационные и маркетинговые вопросы, ведь франшиза - это программа, которая включает помощь в создании и развитии бизнеса, рекламу, марку, производственную и маркетинговую технологии и обучение персонала. По сути, в этой схеме новичок получает продуманную и проверенную программу действий. Однако не следует пропускать и все негативные стороны данного вида бизнеса, ведь нет такого вида бизнеса, который был бы полностью совершенным. Нужно объективно оценивать не только потенциал владельцев, но и возможности будущего развития компании.

Список литературы:

1. Ватутин С.В., Тришин М.Е. Клонирование бизнеса. Франчайзинг и другие модели быстрого роста. СПб.: Питер, 2013. – 192 с.
2. Мамедова Д. Как потенциальному франчайзи выбрать качественные бизнесы // Коммерсантъ Секрет Фирмы – 2014. – №10.
3. Муртазин А. Плюсы и минусы франчайзинга // Маркетинг Менеджмент – 2007. – № 9.

ЖІТ КАЛЬКУЛЯЦИЯЛАУДЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ

Мадиярова Эльвира Собетоллаевна

Д.Серікбаев ат. Шығыс Қазақстан мемлекеттік техникалық университетінің доценті, экономика ғылымдар кандидаты

Камалханова Маржан Бақытханқызы

Д.Серікбаев ат. Шығыс Қазақстан мемлекеттік техникалық университетінің 4 курс студенті

THE ORETICAL ASPECTS OF CALCULATION JIT

Madiyarova Elvira Sobetollaevna, Candidate of Science, associate professor of East Kazakhstan, State Technical University after D.Serikbayev

Kamalkhanova Marzhan Bakytchankyzy, 4th year student of East Kazakhstan, State Technical University after D.Serikbayev

АННОТАЦИЯ

Жұмыстың мақсаты «дәл мезетінде» калькуляция жүйесінің мәнін толықтай ашып, осы жүйедегі орын алатын шығындар түрін қамту және де әдістің артықшылықтары мен кемшіліктерін қарастыру. Бұл мақалада нарықтық экономикасы дамыған елдердегі ірі кәсіпорындардың шығындарын басқарудағы ЖІТ калькуляцияның қолданылу аясы қарастырылған. Сонымен қатар мақалада отандық және шетелдік өндірістік тәжірибеде орын алған ЖІТ жүйесінің мәні және оны қолдануда пайда болатын мәселелер зерттелген.

ABSTRACT

The purpose of the article is a full opening to essence of the system to calculations «just-in-time», expenseses, existing in given to system, as well as advantage and defect given method. Sphere of the using JIT calculations is considered in article in management expenses major concerns of the developed countries. On base domestic and foreign experience is studied contents of the system JIT, as well as is considered problems, appearing when use JIT calculations.

Кілт сөздер: калькуляция; тура шығындар; жанама шығындар; ЖІТ калькуляция

Keywords: calculation; direct costs; indirect costs; JIT calculation

Отандық өнеркәсіп қызметтерінің қазіргі кездегі шарты бойынша өнеркәсіптің шығынының максималды төмендете отыра жоғары сапалы және бәсекеге қабілетті өнім шығаруы қажет. Сонда да экономикалық дамушы елдерде өнеркәсіп басқармасымен еңбекті ұйымдастыру әдістерімен алдыңғы қатарлы түрлерін пайдалануға ерекше мән берілуі керек. Осыған байланысты біз үшін ерекше қызығушылықты JIT («just-in-time», яғни «дәл мерзімінде»), жүйесінің өндірістік басқару әдісі орын алады. JIT жүйесі ХХ ғ. 70-жылдар ортасында «Toyota» компаниясында Жапонияда пайда болған және қазіргі уақытта көптеген дамушы елдерде үлкен табыстарға ие болуда. Бұл жүйені белгілеу үшін Жапонияда «канбан» ұғымын қолданады, ол «карточка» немесе «жазбаның визуалды жүйесі» деген ұғымдармен түсіндіріледі. «JIT» ұғымы ағылшын атауы, жапон іскерлер әлемінде қабылданған [1, б. 16].

JIT жүйесінің мәні көп мөлшердегі өнеркәсіптік өнімдерден бас тарту болып саналады. Оның орнына үздіксіз – лектік сапалы өндіріс құру. Осыған байланысты өндірістік цехтар мен жер үлестері шын мәнінде аз мөлшерде өнім шығарып жеке бөлшекке айналады. Бұл жүйе көптеген мәселелерді шешуді қиындыққа түсіретін тауарлы – материалдық қордың санын қарастырады.

Сапасына аз шығынды талап етеді, көптеген материалдық қордың болуы қаржы шикізатының, мекеменің бәсекеге қабілеттілігімен өнімнің пайдалылығына зиян келтіреді. JIT жүйесінің практикалық тұрғыдан басты мақсаты мекеменің өндірістік үнемділіктерін пайдалана отыра, кез келген артық шығынды жою болып табылады. JIT жүйесі дәстүрлі «нарыққа өнімді шығару» әдісіне қарағанда сұраныс кезінде өте үйлесімді.

Бұл жүйеде принциптер әрекет етеді: өнімді қажет еткен жағдайда және тұтынушы талап етуіне байланысты өнім мөлшерін шығару керек. Сұраныс өнімді өндірістік үдеріс арқылы бірге жүргізеді. Өнеркәсіптік үдеріс өндіріске іске қосылуда қажеттілік туралы белгі түспей келесі әрекетті бастамайды. Детальдарды, қажетті материалдарды өндірістік үрдіске пайдаланар алдында ғана жеткізеді. JIT жүйесі өңдеуге келетін сандық мөлшерін төмендетеді, аяқталмай қалған өнімдерді жояды, тауар – материалдық қорды төменгі көлемге жеткізу туралы мәлімет береді және де айлап, апталап емес сағат сайын өнеркәсіптік тапсырыстардың орындалуын талап етеді.

Бұл жағдайда бірнеше шот - есептерін біріктіру өндірістік шығындар мен материалдарға өндірістік есеп жүйесін жүргізуді қысқартады. Сонымен қатар бұл жүйені қолдануда көптеген мекеменің шығындары жанама түрден тікелей түрге айнала бастайды. Мысалы, JIT жүйесінде өндірісті ұйымдастырғанда мекеменің жұмысшылары өнімді шығарумен ғана айналыспайды, сонымен қатар олар техникалық қамтамасыз ету, жөндеу жұмыстарымен әртүрлі жұмыстарды да істеуге міндетті және жанама шығын санатына жататындар болып саналады. Бұл өз кезегінде өнім бірлігінің нақты бағанасын жоғарылауға әкеледі.

Құн бағасын басқару өндірістік есептен ерекшелігі тауар материалдық құндылық пен қаржылық есептің немесе жоқ болса да тікелей ықпалы негізінде шығынды реттеу деңгейі деп түсіндіріледі. JIT принципі пайдалану өндірістік шығын есебін қысқарту үрдісі және шығынды бақылау мен реттеу үшін менеджерге көмек болып саналады. Мұндай қысқартулар өндіріс сапасын жақсартады. Қызмет көрсету саласын және құн бағасын жақсартуға да әкеледі. Өндірістік есептің дәстүрлі жүйесі есептік мәліметтер мен шотты – есеп әрекетінің көптеген түрін күрделендіреді [2, б. 32].

Құн басқару жүйесіндегі өнеркәсіптік есеп жүйесін қайта өңдеу үрдісін қысқартады. JIT есебінің жүйесінде материалдарды есепке алумен өндірістің аяқталмаған жұмыстарын бір шотқа біріктіруді қарастырады. Бұл жағдайда қоймадағы материалдық қорын бақылау үшін шот жүргізу қазіргі кезде өзектілігін жоюда.

Тәжірибе барысында JIT жүйесі келесі артықшылықтарға ие болды:

- қор көлемі шамасының азаюы және шикізат мен материалдарға салымдардың минималды көлемі;
- уақыт пен шығындардың кемуіне байланысты жабдықтаушылардың азаюы;
- сатып алушылармен ұзақ мерзімді шарттарды жасау және келісім-шарт жасауға шығынның аз болуы;
- тапсырыс мерзімінің оңтайлы яғни минималды болуы;
- ақауларды жылдам анықтауына байланысты, өнім сапасының жоғары деңгейде болуы;
- материалдық қор мен дайын өнімді сақтау үшін қойма орнына капиталдық шығынды азайту;
- қордың ескеруінің қорқынышын төмендету;
- көптеген шығынын мөлшерін төмендету және қайта өңдеу шығынын азайту;
- құжатнама көлемін азайту;
- сапаны жоғарылатуда өндірістік материалдардың негізінде шығындарды төмендету;
- қаражаттарды айналымнан алып қор жинауға және оларды басқару мен сақтауға бағыттаудан алу [1, 2].

Жүйені қолдану барысында орын алған кемшіліктер қатарында:

- JIT жүйесі кәсіпорында қолданар алдында арнайы калькуляциялық жүйенің бар болуын қажет етеді, яғни алдын ала дайындық қажет;
- ақау анықталған жағдайда кәсіпорын өз қызметін тоқтатуы қажет;
- ұзақ мерзімді келісім шарт жасау үшін жабдықтаушылармен қарым қатынас орнатудың күрделілігі.

Қазақстан Республикасында бұл жүйені қолданатын ірі компаниялардың бірі - «Қамқор» жөндеу корпорациясы. Корпорация құрамына материалдық-техникалық қамтамасыз ету компаниясы енгендіктен, калькуляциялау бойынша қиындықтар орын алмайды [3, б. 238].

Қорытындылай келе, нарықтың экономиканың дамуымен шығындарды басқару тәжірибесінде «Just in time» (JIT) орын алды. Бұл жүйе Қазақстанда перспективті жүйелер ретінде орын алды, қазірге кезді JIT жүйесі теміржол көлік құралдарын жөндеу зауыттарында кең қолданылады. Жүйенің негізінде қажетсіз басқару апаратын жою қағидасы, өнімді, қызметті қажет кезінде және қажет көлемде өндіру қағидасы жатыр. Жүйе аяқталмаған өндірісті болдырмау, тауарлы-материалдық қорларды минимум деңгейінде сақтау және өндірістік тапсырысты дәл уақытында орындаумен ерекшеленеді. Осы жүйе негізінде өндірістік есеп жүйесінде қайтақұру жүргізіледі, бұл менеджменттерге маңызды басқару шешімін және шығындарды бақылауға көмектеседі.

Әдебиеттер тізімі:

1. Маслова И.А. Управленческий учет накладных расходов: возможности применения метода JIT (JUST-IN-TIME) и метода ABC // Управленческий учет. – 2006. – № 4. – С. 15 – 25.
2. Александров О.А. Калькуляционная подсистема управленческого учета JIT: методика и проблемы

использования в Российской практике // Экономический анализ: теория и практика. – 2006. – № 15. – С. 30 – 33.

3. Элайдар Ж.Э. Перспективные направления учета затрат и калькулирования на ремонтных предприятиях железнодорожного транспорта (JIT «just-in-

time») // Стратегические аспекты инновационного развития национальных экономик стран СНГ в условиях мирового финансового кризиса: материалы 4-ой международной научной конференции. – Актобе, 2009. – 297 с.

КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Магомаева Лейла Румановна

к.э.н., доцент кафедры «Информационные системы в экономике» Грозненского государственного нефтяного технического университета имени академика М.Д. Миллионщикова

Магомаев Тамирлан Рамзанович

старший преподаватель кафедры «Информационные системы в экономике» Грозненского государственного нефтяного технического университета имени академика М.Д. Миллионщикова

CLUSTER APPROACH IN DEVELOPMENT OF MODERN BUSINESS ACTIVITY

Magomaeva Leyla Rumanovna, PhD, assistant professor of "Information systems in economy" Grozny State Technical University named after Academician MD Millionshtchikov

Magomaev Tamirlan Ramzanovich, Lecturer in "Information systems in economy" Grozny State Technical University named after Academician MD Millionshtchikov

АННОТАЦИЯ

Кластерный подход определяет развитие современной предпринимательской деятельности. В структуре осуществляется интеграция малых, средних и крупных предприятий. Стремительное развитие предпринимательской деятельности в структуре кластера обусловлено многочисленными преимуществами кластерного подхода. Авторами предложены направления осуществления интеграции и кооперации малого и крупного предпринимательства в кластере.

ABSTRACT

Cluster approach defines development of modern business activity. In structure integration of the small, medium-sized and large enterprises is carried out. Prompt development of business activity in structure of a cluster is caused by numerous advantages of cluster approach. Authors offered the directions of implementation of integration and cooperation of small and large business in a cluster.

Ключевые слова: Кластер, участники кластера, кластерный подход, интеграция предприятий, предпринимательство, предпринимательская деятельность.

Keywords: Cluster, cluster members, the cluster approach, the integration of enterprises, entrepreneurship, entrepreneurial activity.

В процессе реализации политики кластерного развития основной акцент делается на системе взаимосвязей между участниками производственного процесса и субъектами, осуществляющими деятельность в инновационной сфере. Территориальные промышленные кластеры необычайно значимы для развития современной предпринимательской деятельности - малого, среднего и крупного бизнеса.

В отличие от простых форм взаимодействия на основе кооперации крупных, средних и малых компаний, кластерным системам свойствен ряд особенностей: [1, С.7]

- наличие крупной компании-лидера, которая определяет долговременную инновационную, предпринимательскую и другую стратегию всей системы;
- территориальная локализация большинства субъектов предпринимательской деятельности являющихся участниками кластерной системы;
- устойчивость хозяйственных связей субъектов предпринимательской деятельности являющихся участниками кластерной системы, доминирующим значением таких связей практически для всех ее участников;
- долговременная координация взаимодействия участников кластерной системы для реализации ее

производственных программ, инновационных процессов; центральных систем управления, контроля качества и пр.

В развитии кластера предпринимательские структуры обеспечивают достижение экономического эффекта от синергии малых и крупных компаний. На рисунке 1. схематически представлена роль предпринимательства в формировании и развитии кластера.

Роль крупных предпринимательских структур (особенно на этапе создания кластера), заключается в том, чтобы объединить потенциальных участников кластера: предприятия из поддерживающих и схожих отраслей, финансовые структуры и научно-исследовательские институты, организации по сотрудничеству.

На первом и ряде последующих этапов формирования кластера необходимо избежать «потерь на стыках» в деятельности смежных организаций, входящих в состав кластера, или, по возможности, уменьшить последствия этих «нестыковок» посредством использования соответствующих механизмов. Один из таких механизмов, призванных обеспечить саморегулирование и самоорганизацию совместной деятельности партнеров-участников кластера, а также способных эффективно использовать организационные резервы процесса интеграции этих партнеров.

На рисунке 2 представлена схема взаимодействия участников кластера.

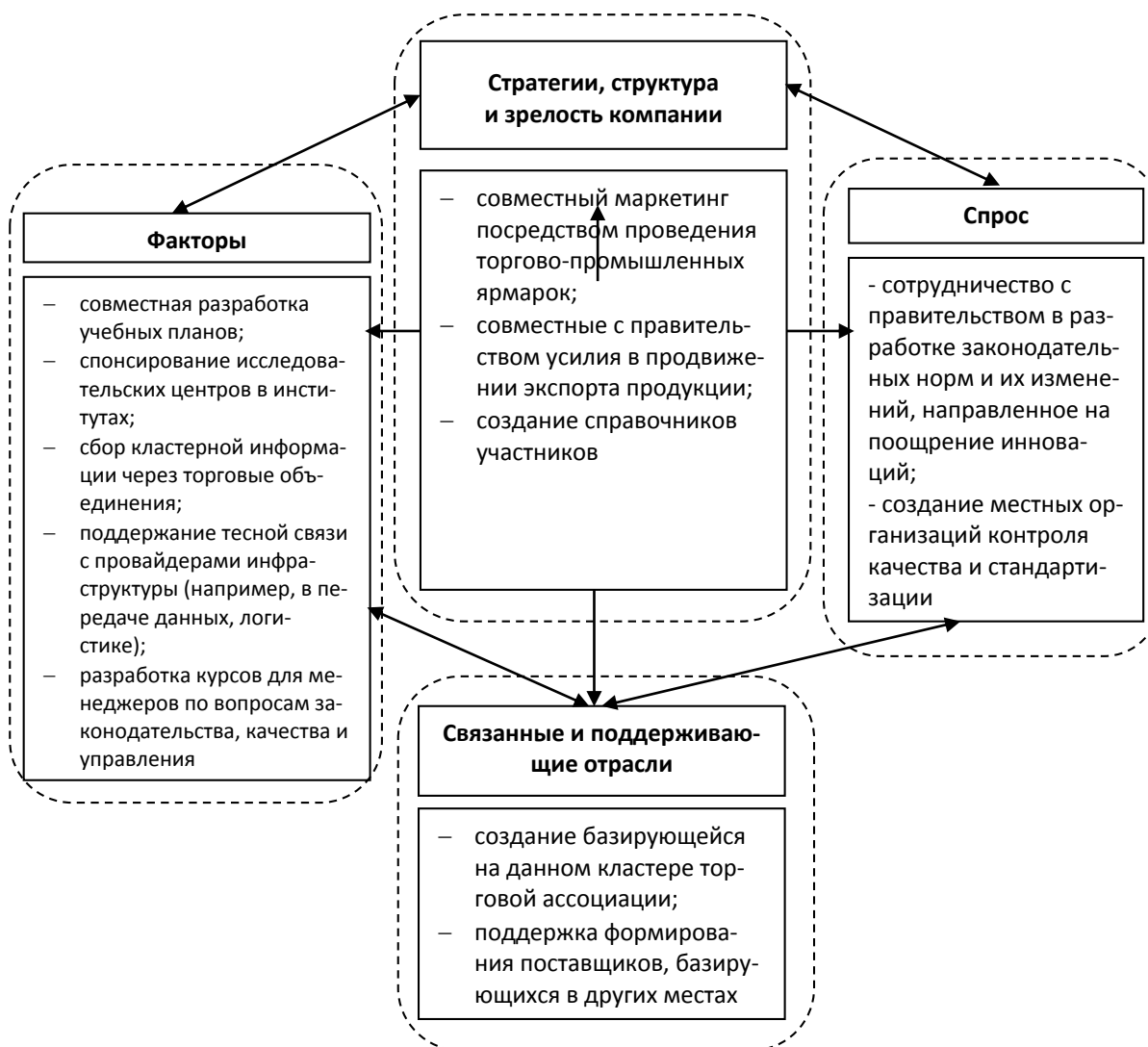


Рисунок 1. - Роль предпринимательских структур в развитии кластера

Самый явный эффект использования организационных резервов участников кластера проявляется, преимущественно, в процессе интеграции его промышленных, образовательных и научных организаций с субъектами малого предпринимательства. Чтобы реализовать потенциальные преимущества такой интеграции на начальном этапе создания кластера может быть применен опыт расположения малых предпринимательских структур на крупных или средних его предприятиях. Применение такого опыта приносит неоспоримый положительный эффект для всех участников данной кооперации – субъектов крупного (среднего) и малого предпринимательства.

Главными преимуществами размещения субъектов малого предпринимательства в средних или крупных компаниях являются [3]:

- сохранение рабочих мест на этих предприятиях;
- в значительной степени решается проблема занятости населения;
- сохранение приемлемого уровня использования производственных мощностей во многих, в том числе в бюджето-образующих, отраслях промышленности кластера.

В то же время упрощается порядок организации арендных платежей за занимаемые малыми фирмами площади, оптимизируется размер этих платежей. Крупные (средние) компании, разместившие на своих площадях субъектов малого предпринимательства, могут частично покрывать свои расходы за счет этих платежей.

Вместе с тем такая практика дает возможность повысить мобильность в производственной деятельности всех участников этой кооперации и интеграции, расширить возможности каждой из сторон в оперативном решении множества задач и непредвиденных ситуаций, возникающих в ходе производства у любой из них. Кроме того, эффективность такого взаимодействия качественным образом отражается на повышении кадрового потенциала участников и уровня его использования.

Малое предприятие получает возможность оперативной и интенсивной подготовки, а также повышения квалификации своих кадров на основе рационального использования материально-технической базы крупного (среднего) предприятия, производственных инструкторов и высококвалифицированных наставников из числа рабочих и специалистов этого предприятия.

Компании-поставщики, представленные малыми и средними компаниями, являются основой конкурентоспособности кластера [1, С.12].

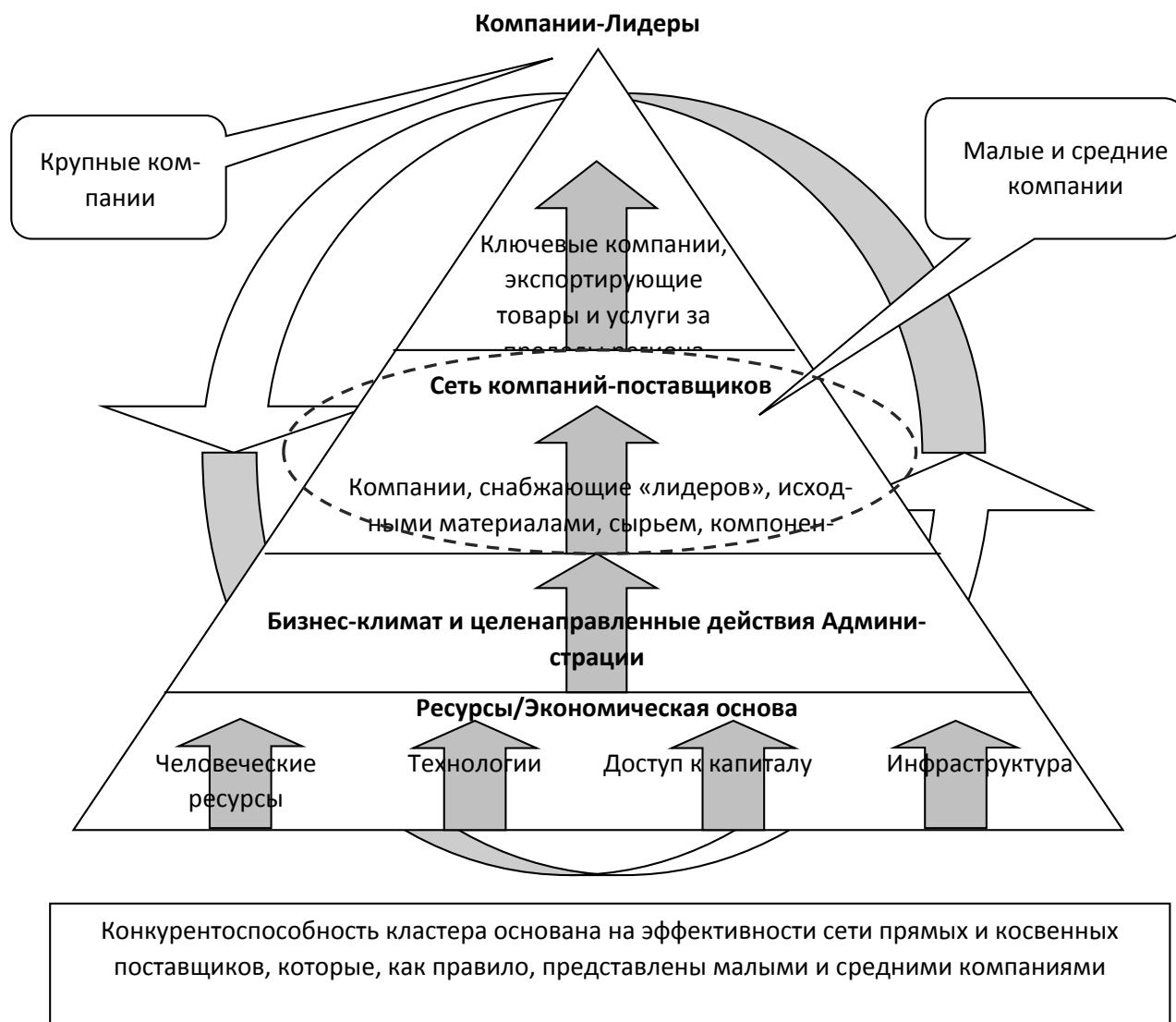


Рисунок 2. – Схема взаимодействия участников кластера

По мнению авторов, осуществление интеграции и кооперации малого и крупного предпринимательства в кластере следует проводить по ряду следующих направлений:

1. Взаимодействие на этапе появления идеи.
2. Взаимодействие при создании финансовой, интеллектуальной и материально-технической базы.
3. Взаимодействие в процессе производства и воплощения инновационной идеи:
 - а) проведение разработок;
 - б) создание и проверка опытного образца;
 - в) участие в производственном процессе;
 - г) трансфер опытного образца в массовое производство;
 - д) реализация маркетинговых мероприятий и организация распределительного процесса и сбыта;
 - е) техническое обслуживание и улучшение опытного образца при необходимости;

ж) утилизация по истечению срока эксплуатации.

Список литературы:

1. Рябченко Ю.В. Кластерные технологии-эффективный инструмент сотрудничества органов власти, крупного и малого бизнеса в целях реализации стратегии развития региона // Челябинск VIII Южно-уральский экономический форум. – 3 апреля 2007 года. – С.7
2. Рябченко Ю.В. Кластерные технологии-эффективный инструмент сотрудничества органов власти, крупного и малого бизнеса в целях реализации стратегии развития региона // Челябинск VIII Южно-уральский экономический форум. – 3 апреля 2007 года. – С.12
3. Уразов В.А. Организационные резервы кластера // Русский инженер. – 2010. – №1 (24). – С. 88

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ОТРАСЛИ ПТИЦЕВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ В СРАВНЕНИИ С РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИЕЙ

Мазур Николай Максимович

аспирант экономического факультета Южного филиала национального университета биоресурсов и природопользования Украины «Крымский агротехнологический университет»

ANALYSIS OF CURRENT STATE POULTRY INDUSTRY IN THE REPUBLIC OF CRIMEA IN COMPARISON WITH THE RUSSIAN FEDERATION.

Mazur Nikolay, graduate student of economic faculty of the Southern Branch of the National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine "Crimean Agriculture technology University"

АННОТАЦИЯ

Целью написания статьи является исследование современного состояния птицеводства в Республике Крым, а также определение его места в птицеводстве Российской Федерации. Используются сравнение, анализ, статистико-экономический метод, экономико-математические методы, табличный метод.

ABSTRACT

The purpose of writing this article is to investigate the current state of the poultry industry in the Republic of Crimea, as well as to define its place in the poultry industry of the Russian Federation. Used comparison, analysis, statistics and economic method, Mathematical Economics, tabular method.

Ключевые слова: птицеводство, эффективность, поголовье

Keywords: poultry, efficiency, population.

Вступление. На современном этапе развития экономики Республики Крым важным моментом является определение основных параметров состояния ведущей подотрасли животноводства – птицеводства, определение эффективности его производства и насыщенности рынка продукцией птицеводства. Исследованием состояния данной отрасли занимались Минаков И.А., Попов А.И., Караман М.М. и др.

Результаты исследования. Птицеводство – одна из важнейших подотраслей животноводства. В современных условиях продукция птицеводства является самым дешевым источником животного белка. Стремительное развитие отрасли птицеводства связана с экономической

эффективностью отрасли, которая достигается благодаря скороспелости птицы, а также низкими затратами кормов на производство продукции. Исходя из значения конверсии корма, мясное птицеводство превосходит все другие животноводческие отрасли. Производство 1 кг мяса бройлеров является менее затратным по количеству потребленных кормов в 1,5 и 2,5 раза, чем на такое же количество свинины и говядины. Конверсия протеина корма в протеин продукции также выше у птицы в сравнении с другими животными и составляет у бройлеров 1,9 кг/кг, коров — 2,7, кур-несушек — 3,9, свиней — 4,1, у бычков на откорме — 10,6 кг/кг.

Таблица 1

Поголовье птицы в Российской Федерации и Республике Крым (на конец года; миллионов голов)

Показатели	Года							
	1990	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2013 к 1990, в %
Поголовье птицы в Российской Федерации (без Республики Крым)	660	341	357	449	473	496	394,41	59,76
Поголовье птицы в Республике Крым	19,45	5,90	9,40	11,41	12,32	11,80	7,10	36,52
Поголовье птицы всего	679,45	346,90	366,40	460,41	485,32	507,80	401,51	59,09
Удельный вес поголовья Республики Крым в общем поголовье РФ	2,863	1,700	2,567	2,477	2,539	2,323	1,769	X

Основными направлениями в птицеводстве Республики Крым, это мясное и яичное птицеводство. За период с 1990 года по 2013 год поголовье в Республике Крым значительно сократилось. Данная динамика связана с нарушением общехозяйственных связей в постсоветский период, а также прохождением сложного периода становления отрасли в новых условиях хозяйствования. Поголовье птицы представлено в таблице 1.

Анализируя таблицу 1 и рисунок 1, можно говорить о явном снижении поголовья птицы как в Российской Федерации в целом, так и в Республике Крым в частности. Если говорить о снижении поголовья в Российской Федерации, оно составило 40,81%. В Республике Крым данная тенденция выражена еще сильнее, снижение составило 63,48%.

Годовая потребность в животном белке для человека составляет около 33 кг. Именно поэтому целесообразным считаю провести исследование, учитывая численность населения.

Анализируя таблицу 2 можно констатировать тот факт, что изначально поголовье на душу населения в Республике Крым было выше в 2,1 раза, чем в Российской Федерации. За период с 1990 года по 2013, поголовье снилось и в Республике Крым и в Российской Федерации, однако если говорить о Российской Федерации, то за исследуемый период этот показатель снизился на 38,41%, в то время, как в Республике Крым данный показатель упал на 61,68%.

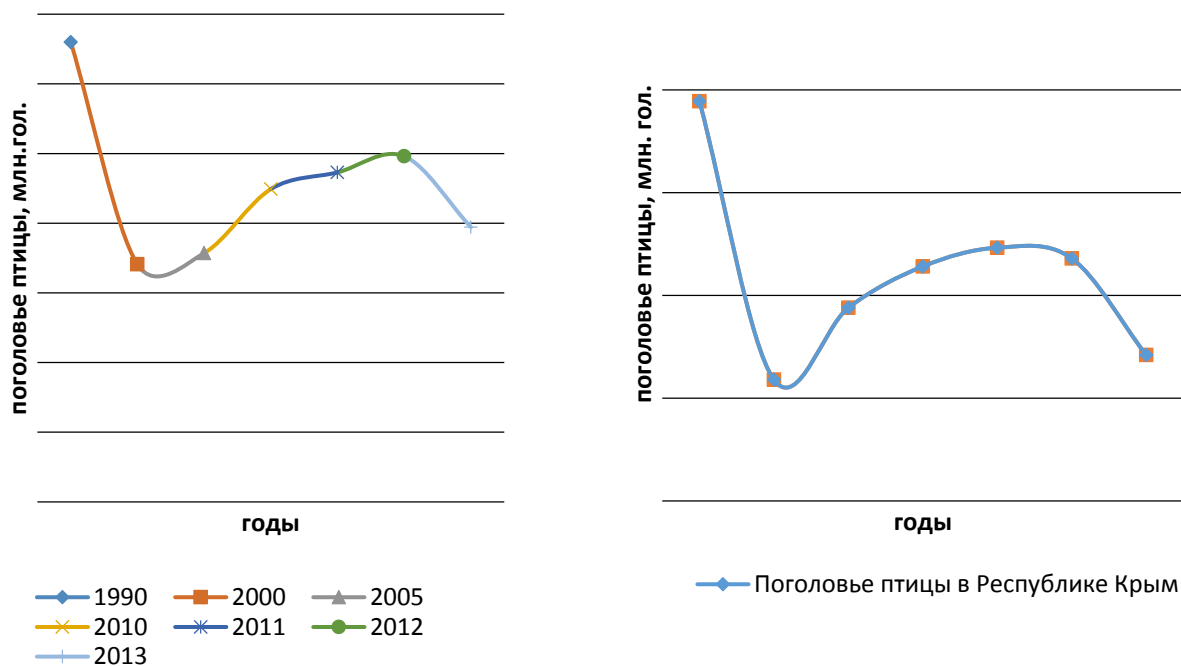


Рис. 1 – Динамика поголовья птицы в Российской Федерации и Республике Крым

Таблица 2
Расчет поголовья птицы на душу населения в Российской Федерации и Республике Крым за 1990-2013 гг.

Показатели	Годы							2013 к 1990, в %
	1990	2000	2005	2010	2011	2012	2013	
Численность населения в РФ (без Республики Крым)	147,7	146,9	143,8	142,9	142,9	143,1	143,3	97,02
Поголовье в РФ (без Республики Крым)	660	341	357	449	473	496	394,41	59,76
Поголовье птицы на душу населения	4,469	2,321	2,483	3,142	3,310	3,466	2,752	61,59
Численность населения в Республике Крым	2,063	2,081	1,994	1,965	1,964	1,963	1,965	95,25
Поголовье птицы в Республике Крым	19,45	5,90	9,40	11,41	12,32	11,80	7,10	36,50
Поголовье птицы на душу населения	9,428	2,835	4,714	5,807	6,273	6,011	3,613	38,32
Численность населения всего	149,76	148,98	145,79	144,87	144,86	145,06	145,27	97,00
Поголовье птицы всего	679,45	346,90	366,40	460,41	485,32	507,80	401,51	59,09
Поголовье на душу населения	4,537	2,328	2,513	3,178	3,350	3,501	2,764	60,92

На основе имеющихся данных можно построить многофакторную модель и спрогнозировать поголовье птицы на 2014 год. В качестве одного из главных факторов, мною выбраны заработная плата и численность населения.

Таблица 3
Средняя заработная плата в Российской Федерации и Республике Крым за 2010-2013 гг.

Годы	Средняя зар. плата в РФ, руб	Средняя зар. плата в Крыму, грн.
2010	20952,2	1290
2011	23500	1519,25
2012	25996	1729,25
2013	27339,4	1826,66

На основании исходных данных строим многофакторную модель по Российской Федерации.

Таблица 4

Построение многофакторной модели зависимости поголовья птицы от численности населения и средней заработной платы в Российской Федерации за период с 2010 по 2013 гг.

годы	поголовье, млн. гол	численность населения	средняя ЗП, руб.	Тенденция	У по модели
2010	449	142,9	20952,2	441,965426	441,9654
2011	473	142,9	23500	495,584364	495,5844
2012	496	143,1	25996	464,90042	464,9004
2013	394,41	143,3	27339,4	409,95979	409,9598
Итого	1812,41	572,2	97787,6	1812,41	1812,41

При помощи Microsoft Excel, и функции ЛИНЕЙН вычисляем коэффициенты. Функция ЛИНЕЙН рассчитывает статистику для ряда с применением метода наименьших квадратов, чтобы вычислить прямую линию, которая наилучшим образом аппроксимирует имеющиеся данные и затем возвращает массив, который описывает полученную прямую.

В ходе расчетов в Microsoft Excel мы получили максимально аппроксимирующие данные построенной многофакторной модели

$$a_0 = 59456,52535;$$

$$a_1 = -416,0637017;$$

$$a_2 = 0,021045191,$$

где a_0 – значение результативного признака при $x=0$;

a_1, a_2 - коэффициент регрессии, показывающий среднее изменение результата с изменением фактора на одну единицу;

Для выявления влияния факторов на результативный показатель, необходимо посчитать коэффициенты корреляции. Расчет коэффициента корреляции показал, что численность поголовья зависит от численности населения на $-0,595066506$, от заработной платы на $-0,29232541$.

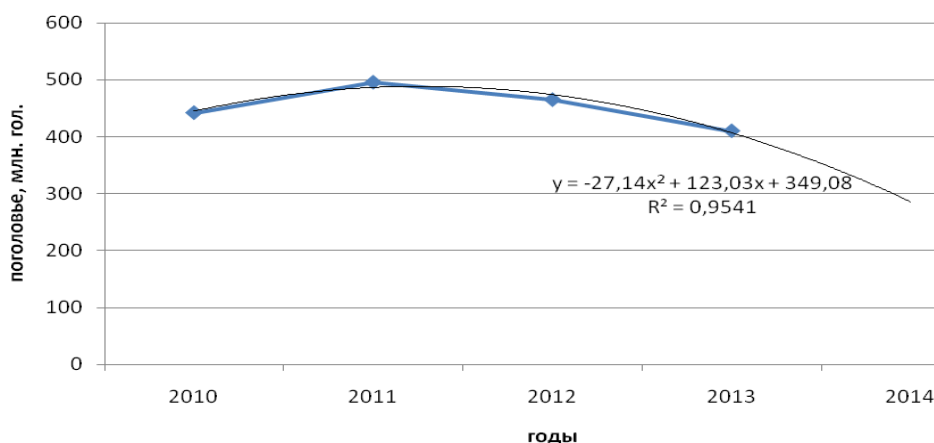


Рис. 2 – Зависимость поголовья птицы от численности населения и средней заработной платы в Российской Федерации с прогнозом на 2014 год

Исходя из расчетов, полученных при помощи Microsoft Excel и представленных на рисунке 2, можно говорить о прогнозируемом снижении поголовья птицы в Российской Федерации до значения примерно 300 млн. гол с вероятностью 95% при условии, если сохранятся условия предыдущих годов.

На основании исходных данных строим многофакторную модель по Республике Крым. Исходные данные для построения модели представлены в таблице 5.

При помощи Microsoft Excel, и функции ЛИНЕЙН вычисляем коэффициенты. Функция ЛИНЕЙН рассчитывает статистику для ряда с применением метода наименьших квадратов, чтобы вычислить прямую линию, которая наилучшим образом аппроксимирует имеющиеся данные и затем возвращает массив, который описывает полученную прямую.

Таблица 5

Построение многофакторной модели зависимости поголовья птицы от численности населения и средней заработной платы в Республике Крым за период с 2010 по 2013 гг.

годы	поголовье, млн гол	численность населения	средняя ЗП, грн.	Тенденция	У по модели
2010	11,41	1,965	1290	11,6675962	11,6676
2011	12,32	1,964	1519,25	11,7856401	11,7856
2012	11,8	1,963	1729,25	12,06718	12,0672
2013	7,1	1,965	1826,66	7,10958375	7,10958
Итого	42,63	7,857	6365,16	42,63	42,63

В ходе расчетов в Microsoft Excel мы получили максимально аппроксимирующие данные построенной многофакторной модели

$$a_0 = 4080,608524;$$

$$a_1 = -2065,1321;$$

$$a_2 = -0,0084933,$$

где a_0 – значение результативного признака при $x=0$;

a_1, a_2 – коэффициент регрессии, показывающий среднее изменение результата с изменением фактора на одну единицу.

Полученные коэффициенты регрессии необходимы для подстановки в построенную модель.

На основании построенной модели необходимо рассчитать коэффициент корреляции. Зависимость поголовья птицы от численности населения равно $-0,572456226$, от средней заработной платы $-0,597840857$.

Согласно результатам, полученным на основании построенной, на рисунке 3, модели, поголовье птицы в Республике Крым в 2014 году вырастет примерно на 1 млн. с вероятностью 54,67% при сохранении тенденций, обозначенных в построенной модели.

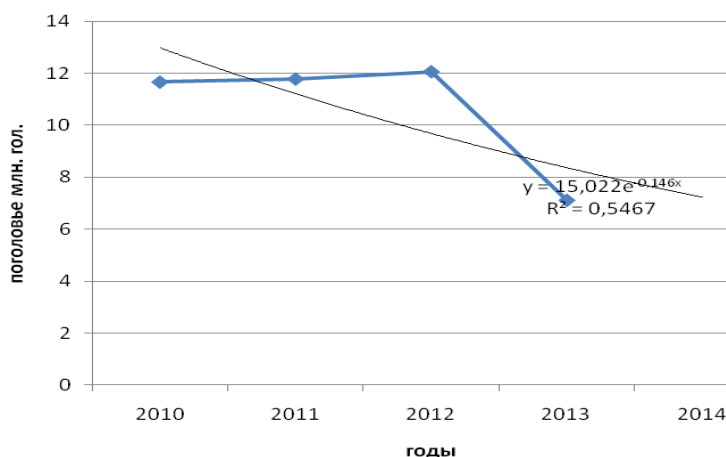


Рис. 3 - Зависимость поголовья птицы от численности населения и средней заработной платы в Республике Крым с прогнозом на 2014 год

Выводы: На сегодняшний день, птицеводческая отрасль находится в состоянии упадка, как в Российской Федерации, так и в Республике Крым. Птицеводство Республики Крым до 1990 года являлось важным звеном в экономике СССР, при этом поголовье птицы, приходящееся на душу населения было значительно выше, чем в Российской СФСР. За период с 1991 года по 2013, поголовье значительно снизилось и в Российской Федерации и в Республике Крым, однако снижение опять же выше в Крыму. Несмотря на это, анализ построенной многофакторной модели, в которой учитываются показатели 2010-2013 года, позволяет говорить об отрицательной тенденции в ближайшем будущем для птицеводства Российской Федерации и положительной для птицеводства в Республике Крым.

Список литературы:

1. Интернет-ресурс территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://gosstat.crimea.ru/ukgselhoz1.php>
2. Интернет-ресурс федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://www.gks.ru/>
3. Российский статистический ежегодник. 2013: Стат.сб./Росстат. - Р76 М., 2013. – 717 с.
4. Статистический ежегодник «Сельское хозяйство Крыма» за 1990-1999 годы Главное управление статистики в Автономной Республике Крым: под общим руководством А.Я. Щербакова – Симферополь, 2000. – 220 с.
5. Тищенко Л. Д. Финансово-экономический анализ и прогнозирование: Учебное пособие для вузов/ А. Н. Михайлов, Л. Д. Тищенко – Симферополь: Таврида, 2004. – 280 с.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖМУНИЦИПАЛЬНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

Джабарова Аделя Ринатовна

студентка факультета «Государственное и муниципальное управление» Финансового университета при Правительстве РФ, Москва.

Носенкова Марина Юрьевна

студентка факультета «Государственное и муниципальное управление» Финансового университета при Правительстве РФ, Москва.

PROBLEMS AND PROSPECTS OF INTERMUNICIPAL COOPERATION

Dzhabarova Adelya, student of "State and municipal management" Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow.

Nosenkova Marina, student of "State and municipal management" Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow.

АННОТАЦИЯ

Цель. Изучить сущность и задачи межмуниципального управления; выявить ключевые проблемы, препятствующие развитию данному институту; определить перспективы развития межмуниципального развития.

Метод. Рассмотрена значимость правовых основ и форм осуществления межмуниципального сотрудничества. Проанализированы основные проблемы механизма управления на местном уровне.

Результат. Определены основные перспективы развития межмуниципального сотрудничества в современных экономических условиях Российской Федерации.

Выводы. Данная статья может быть использована органами власти разных уровней для повышения эффективности межмуниципального управления.

ABSTRACT

Background. Explore the nature and objectives of the intermunicipal management; identify key problems hindering the development of this institution; determine the prospects of development intermunicipal development.

Methods. Discussed the importance of the legal framework and the embodiment of the inter-municipal cooperation. The basic problems of the mechanism of governance at the local level.

Result. The main prospects for the development intermunicipal cooperation in the current economic environment in the Russian Federation.

Conclusion. This article may be used by different levels of government to improve the efficiency intermunicipal management.

Ключевые слова: межмуниципальное сотрудничество, местная власть, органы местного самоуправления.

Keywords: intermunicipal cooperation, local authorities, local governments.

Процесс реформирования общественно-политической и государственной жизни Российской Федерации, начатый еще в 90-х годах прошлого столетия, не мог обойти стороной первичный уровень территориальной организации – уровень муниципальных образований. Еще с 1993 года, когда органы местного самоуправления начали функционировать, они столкнулись с рядом проблем, затрудняющих эффективное функционирование данного института.

Поэтому принятый в 1995 году федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», определяет возможность создания ассоциаций и союзов муниципальных образований с целью координации своей деятельности, более эффективного осуществления своих прав и интересов.

В настоящее время советы муниципальных образований созданы практически в каждом субъекте РФ, все они являются учредителями и членами Единого общероссийского объединения муниципальных образований (Общероссийского конгресса муниципальных образований), учредительное собрание которого состоялось 7 июля 2006 г. в Министерстве регионального развития РФ.

Актуальность статьи обусловлена значимостью правовых основ и форм осуществления межмуниципального сотрудничества, важностью поиска решения проблем межмуниципального сотрудничества, а также необходимостью разработки перспективы развития и направления совершенствования межмуниципального сотрудничества в субъектах РФ.

Межмуниципальное сотрудничество представляет собой форму объединения и координации интересов, согласования действий муниципальных образований и их представителей. Оно призвано не только решать вопросы местного значения, но и обеспечивать максимально эффективное объединение и взаимодействие муниципалитетов с субъектами РФ и Россией в целом, с органами государственной власти, а также в целях представительства интересов муниципальных образований на всех уровнях государственной власти [2, с.4.]

В российских условиях задачи, решаемые с помощью межмуниципального сотрудничества, имеют значение не только на локальном, но и на региональном и национальном уровнях.

Так, по мнению ряда экспертов, широкое использование этого института будет способствовать: с одной сто-

роны, формированию опорного каркаса региона и государства в целом (более развитые муниципальные образования удерживаются в качестве связанных элементов региональной и национальной экономических систем наличием разного рода взаимодействий), что позволит снизить остроту проблемы геополитического удержания территорий; с другой — сокращению социально-экономической дифференциации между территориями (более развитые муниципальные образования будут выступать генераторами роста, содействующими развитию менее развитых территорий).

Межмуниципальное сотрудничество способствует и региональному развитию, так как реализация совместных проектов, комбинирование и переплетение потенциалов социально-экономического развития тяготеющих друг к другу территорий обуславливают формирование более эффективного пространства и повышение конкурентоспособности региона [3, с.64].

Формы такого рода сотрудничества различаются в зависимости от масштабов и типов решаемых задач, от выбранных приоритетов взаимодействия. Для решения некоторых хозяйственных вопросов муниципальные органы власти могут создавать межмуниципальные хозяйственные союзы как в виде коммерческих юридических лиц, так и некоммерческих юридических лиц (например, фонды, автономные некоммерческие организации, союзы, ассоциации). Кроме того, сотрудничество может быть основано на договорах и соглашениях – краткосрочных (для решения разовых вопросов) и долгосрочных, являющихся основой долговременного постоянного сотрудничества.

Говоря о становлении межмуниципального сотрудничества в России, следует отметить, что данный процесс происходит медленно и это обуславливается рядом объективных причин.

Ключевая проблема, по мнению экспертов, связана с функционированием экономики на местном уровне. Также к числу причин необходимо отнести вопросы социального обеспечения, занятости населения, здравоохранения, образования и уровня жизни людей в целом.

Хотелось бы выделить основные проблемы, сдерживающие развитие местного самоуправления в Российской Федерации. Первая – основная, связана с тем, что зачастую происходит недооценка роли местного самоуправления, а также ошибочное представляется суть его суще-

ствования. Именно этим фактом в значительной мере объясняется пассивность и инертность населения в организации эффективного самоуправления в муниципальных образованиях страны.

Вторая проблема выражается в отсутствии целостной теории местного самоуправления как системы научных знаний. Слабый уровень научного и методического обеспечения: недостаточное количество рекомендаций по разработке и реализации на местном уровне социальной, экономической, экологической, научно-инновационной политики, - все это негативно сказывается на развитии самоуправления. К тому же, российские муниципалитеты редко учитывают и перенимают прошлый отечественный или же зарубежный опыт. Еще реже используются инновационные методы и технологии строительства местного самоуправления.

Несомненно, одной из основных причин является проблема низкого уровня политической культуры населения, где у большинства людей откровенно отсутствует желание, как минимум, разобрать систему властных отношений.

Следующая проблема заключается в отсутствии у органов местной власти достаточного опыта хозяйствования в условиях рыночных отношений. На практике это представляется так: главы муниципалитетов не заинтересованы поиском источников самофинансирования, не предпринимают попыток повысить инвестиционную привлекательность, довольствуясь дотациями из федерального бюджета. Помимо этого, государственные должностные лица в действительности не несут ответственность за превышение своих полномочий, а федеральные органы власти - за несоблюдение провозглашенных ими гарантий местного самоуправления.

К сожалению, потенциал советов муниципалитетов реализован не в полном объеме. Например, действующее законодательство допускает возможность создания на их базе различные формы объединения с целью предоставления услуг муниципальным образованиям в решении вопросов местного значения. Такая деятельность могла бы осуществляться самими советами муниципалитетов субъектов РФ, действующими в организационно-правовой форме ассоциации, так и некоммерческими организациями, учредителями которых могут выступить указанные ассоциации.

Еще одним способом реализации всего потенциала института местной власти могло бы стать учреждение различного рода межмуниципальных предприятий. Такие предприятия создаются и функционируют на базе лишь одной формы собственности – государственной или муниципальной, а значит имущество, которое передается собственником, не переходит в собственность третьих лиц, а основные направления деятельности ориентируются на удовлетворение общественных, социальных-экономиче-

ских потребностей населения муниципальных образований. При этом собственник имущества муниципального учреждения имеет ряд существенных полномочий по управлению данными организациями и осуществлению контроля над их деятельностью.

Однако определение такого рода вопросов выходит за пределы предмета правового регулирования Закона № 131-ФЗ. Поэтому с целью установления указанных особенностей относительно статуса, порядка организации и деятельности межмуниципальных предприятий и учреждений потребуются внесение изменений в Гражданский Кодекс РФ, который является основополагающим законодательным актом в сфере регулирования имущественных отношений.

Важно рассмотреть вопрос о внесении изменений в законодательные акты, предусматривающих уточнение статуса межмуниципальных некоммерческих организаций и хозяйственных обществ, а также расширение возможностей органов местного самоуправления по формированию уставного капитала некоммерческих организаций и хозяйственных обществ.

Очевидно, для совершенствования механизма управления межмуниципальным сотрудничеством в первую очередь необходимо опираться на потребности муниципальных образований в решении социально-значимых проблем. В таком случае предметом планирования предстает деятельность органов местного самоуправления в решениях конкретных хозяйственных задач. Применение подобного механизма способствует существенному повышению эффективности такого явления как межмуниципальное сотрудничество.

Список литературы:

1. Власова Н.Ю., Джек Л.Н. Перспективы развития межмуниципального сотрудничества в субъектах Российской Федерации // Научный вестник Уральской академии государственной службы. 2009. № 3.
2. Гриценко Е.В. Проект «Институциональный, правовой, экономический федерализм в Российской Федерации» // <http://www.federalism.ru>.
3. Позаненко, А.А. Взаимодействие между властями муниципальных районов и городских и сельских поселений / А.А. Позаненко // Вопросы государственного и муниципального управления. — 2011. — №2.
4. Рагозина Л. Правовое обеспечение и практика осуществления различных форм межмуниципальной кооперации в России и за рубежом. М.: Институт экономики города, 2009.
5. Рагозина, Л.Г. Правовое обеспечение и практика осуществления различных форм межмуниципальной кооперации в России и за рубежом / Л.Г. Рагозина // Вопросы местного самоуправления. — 2010. — №1(29).

АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ КРЕДИТНОГО РИСКА

Нурмагомедова Саида Гасановна

студентка 5 курса, специальности «Финансы и кредит» Дагестанского государственного университета, Россия, г.Махачкала

Исаева Шамсият Магомедовна

доцент кафедры «Аудит, статистика и экономический анализ» Дагестанского государственного университета, канд. эк. наук, Россия, г.Махачкала

ASSESSMENT OF APPROACHES TO CREDIT RISK

Nurmagomedova Saida Gasanovna, Student of 5 course of Dagestan State University, Makhachkala
Isaeva Shamsiyat Magomedovna, Candidate of Science, associate professor of Dagestan State University

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрено понятие «кредитный риск коммерческого банка», приведены различные методы его оценки. Так же в статье выделяются и описываются характерные черты определения кредитного риска с помощью стандартизированного подхода, а также подхода на основе внутренних рейтингов заемщиков (IRB-подход)

ABSTRACT

In this article considered the concept of «credit risk of a commercial bank», various methods of assessment. The main attributes of credit risk determining according to the standardized and Internal Ratings-Based approaches are marked out and described.

Ключевые слова: кредитный риск, методы оценки кредитного риска, стандартизированный подход, IRB-подход.
Keywords: credit risk, method of assessment credit risk, standardized approach, IRB approach.

Проблема управления рисками является одним из направлений в теории банковского менеджмента. В настоящее время стало очевидным, что успешный менеджмент банка не может осуществляться без серьезного анализа и учета всех видов рисков, которые в конечном итоге могут повлиять на его финансовые результаты.

Кредитный риск представляет собой наиболее существенную составляющую банковских угроз, так как большинство банковских банкротств обусловлено невозвратом заемщиком, полученного кредита и процентов по нему, отсутствием в банке полноценной кредитной политики. Кредитный риск ведет к возникновению всей цепочки банковских рисков, а также может привести к риску ликвидности и платежеспособности. В системе управления кредитным риском важную роль играют его оценка, количественное и качественное измерение, разработка методик, по которым он будет оцениваться. [2, с. 231] Определение надежности заемщика – основная задача риск-менеджера банка. В основе процедур оценки кредитных рисков лежат следующие понятия:

- вероятность дефолта – вероятность, с которой заемщик в течение некоторого срока может оказаться в состоянии платежеспособности;
- кредитный рейтинг – классификация заемщиков с точки зрения их кредитной надежности;
- кредитная миграция – изменение кредитного рейтинга заемщика;
- сумма, подверженная кредитному риску – общий объем обязательств заемщика перед банком;
- уровень потерь в случае дефолта - доля от суммы, подверженной кредитному риску, которая может быть потеряна в случае дефолта. [3, с.234]

Оценка кредитного риска может производиться банком двумя способами:

1. Индивидуальным, когда оценивается каждый заемщик, а в результате оценки присваивается кредитный рейтинг.
2. Массовым, когда банк объединяет заемщиков в группы на основании критериев однородности.

При оценке кредитного риска известны два подхода – стандартизированный и «продвинутый», предложенный Базельским комитетом по банковскому надзору.

В соответствии со стандартизированным подходом оценка кредитного риска по сделке в настоящее время начинается с анализа информации с кредитного бюро, которая позволяет оценить степень кредитной нагрузки потенциального клиента, оценить его платежную дисциплину и заканчивается анализом социально-демографической информации для оценки статуса потенциального клиента. В российской практике широко известно три бюро:

1. Национальное бюро кредитных историй;
2. Объединенное кредитное бюро;

3. Эквифакс.

Принципиальных различий между ними нет, однако не все крупные банки сотрудничают со всеми тремя бюро. Так, например, Сбербанк подает информацию о своих клиентах только в «Объединенное кредитное бюро», банк «Хоум кредит» - в «Эквифакс», а банк «Тинькофф» - в Национальное бюро кредитных историй. Поэтому, чтобы обладать всей информацией о кредитной истории клиента банк вынужден обращаться в три бюро одновременно. Экономия на затратах по запросам в бюро всегда выходит банку «боком», повышая риски дефолта заемщика. [2, с.236]

После анализа кредитной истории потенциального заемщика необходимо оценить социально-демографические факторы. В настоящее время источником такой информации служит анкета, заполненная клиентом. Но сложность состоит в том, что информация в анкете ничем не подтверждается и банк не в состоянии ее проверить. Документальных подтверждений банк запросить не может из-за конкуренции – заемщик может обратиться в другой банк. Конкуренция заставляет банки постоянно искать новые источники информации о заемщиках. В качестве альтернативного источника информации креативный риск-менеджер может воспользоваться социальными сетями, популярность которых растет каждый год. Профиль заемщика в социальной сети вполне можно использовать для оценки кредитоспособности заемщика и принятия решения о выдаче ему кредита.

Такой подход при оценке кредитного риска имеет ряд преимуществ. Он прост и понятен в использовании; его внедрение и сопровождение не требуют существенных усилий со стороны кредитной организации; он обеспечивает стабильные результаты. Однако в то же время подход обладает ограниченной дифференциацией по типам риска. Кроме того, стоит учитывать тот факт, что оценки рейтинговых агентств носят субъективный характер. Данный подход приемлем лишь на начальных этапах развития, а также для небольших банков.

В Базеле II был предложен так называемый «продвинутый» подход к оценке кредитного риска. Он получил название подхода на основе внутренних рейтингов заемщиков (IRB-подход). В общих чертах IRB-подход представляет собой подход к оценке кредитных рисков на основе использования внутренних рейтингов заемщиков, т.е. рейтингов, которые устанавливаются сами банки. Величина ожидаемых потерь согласно данному подходу может быть представлена как:

$$EL=PD \times EAD \times LGD \quad (1)$$

EL – величина ожидаемых потерь;

PD – вероятность дефолта заемщика;

EAD- совокупный размер требований к заемщику под риском дефолта;

LGD – доля потерь в случае дефолта.

Параметр PD оценивает вероятность заемщика оказаться в состоянии дефолта. Поскольку это основной компонент при расчете ожидаемых потерь, очень важно рассчитать его правильно. Самым простым с технической точки зрения для оценки вероятности дефолта заемщика являются скоринговые модели. Их целью является выбор таких характеристик, которые позволили бы провести границу между «хорошими» и «плохими» заемщиками с высокой вероятностью. EAD определяется как величина кредитного требования, подверженная риску. Оценка LGD должна включать информацию о количестве и качестве залогового обеспечения. Необходимо, чтобы величина отражала также и уровень потерь в результате экономического спада. В самом общем виде:

LGD= экономические потери/сумма под дефолтом (2)

Чтобы получить разрешение на использование IRB-подхода, банк должен продемонстрировать регулятору, что он соответствует минимальным требованиям изначально и на постоянной основе. В январе 2011г. Банк России разъяснил, что уже с 2015г. будет разрешено использование IRB-подхода. В РФ IRB-подход формализован в

Письме Банка России от 29.12.2012 №192-Т «О методических рекомендациях по реализации подходов к расчету кредитного риска на основе внутренних рейтингов». [1, с. 55]

Таким образом, оценка кредитного риска является основополагающим элементом в оценке качества кредитного портфеля банка. По ней можно сделать выводы о совокупном банковском риске. Результаты анализа могут дать банку основания для пересмотра кредитной политики. В комплексе совершенствование мероприятий по управлению кредитным риском, его оценке и анализу будет способствовать устойчивому развитию банка.

Список литературы

1. Вайсбек Е.Н. Особенности оценки кредитного риска в практике коммерческих банков// Финансы и кредит. – 2014. – №4(600). – с.57-62
2. Казимагомедов А.А. Анализ деятельности коммерческого банка. – Махачкала: АЛЕРН, 2012. – 468с.
3. Кудрявцев Д. Анализ способов оценки кредитного риска в сегменте массового розничного кредитования // Ресурсы Информации Снабжение Конкуренция. – 2013. – №3. – с.233-238

ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ВУЗА В ПОДГОТОВКЕ ВОСТРЕБОВАННЫХ ВЫПУСКНИКОВ

Оразалина Зауре Замангазьевна

директор академического департамента, Восточно-Казахстанский государственный университет им.Д.Серикбаева, г.Усть-Каменогорск

ORGANIZATIONAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF PROVIDING UNIVERSITY GRADUATES IN-DEMAND TRAINING

Orazalina Zaure Zamangazeyvna, Director of Academic Department, D. Serikbayev East Kazakhstan, state technical university, Ust-Kamenogorsk

АННОТАЦИЯ: В данной статье предпринята попытка рассмотреть обеспеченность практического обучения студентов учебно-лабораторными комплексами, базами практик, формы взаимодействия вуза и бизнеса, влияющие на трудоустройство выпускников.

ABSTRACT: The article attempts to examine provision for students practical training with educational and laboratory complex, practice databases, forms of interaction between the university and business, influencing the employment of graduates.

Ключевые слова: учебно-лабораторные комплексы, базы практик, бизнес, трудоустройство выпускников.

Keywords: educational-laboratory complexes, bases of practices, business, employment of graduates.

Образовательный процесс в высшей школе многогранен, он охватывает все аспекты развития личности обучающегося. Центральным звеном образовательного процесса в вузе является учебный процесс, направленный на достижение результатов обучения, определяемых на основе Дублинских дескрипторов: 1) знание и понимание; 2) применение знаний и пониманий; 3) формирование суждений; 4) коммуникативные способности; 5) навыки обучения или способности к учебе [1]. Наряду с теоретическим обучением, немаловажное, а в сложившихся современных условиях рыночных отношений, особое значение имеет практическая подготовка студентов, магистрантов, докторантов, осуществляемая, в том числе, и во время профессиональной практики (учебной, производственной, преддипломной).

В данной статье автором предпринята попытка рассмотреть некоторые инструменты, влияющие на достижение практических результатов обучения (применение знаний и пониманий), проблем, возникающих при их реализации, пути их решения: учебно-лабораторный комплекс

вуза, базы практик, филиалы кафедр на предприятиях. Также рассматривается один из важных критериев успешности вуза, который является своего рода индикатором качества достижения результатов обучения - трудоустройство выпускников.

Учебно-лабораторный комплекс вуза представлен лабораторией инженерного профиля «ИРГЕТАС» [2] по разработке технологий и нанотехнологий получения новых материалов для различных отраслей экономики - машиностроения, химической и перерабатывающей промышленности, геологии и разведки полезных ископаемых, прочих отраслей промышленности; учебно-научно-производственным комплексом «Энергия» (станочный парк, производство осветительных приборов и др.), рядом специализированных учебных лабораторий («Дистанционное зондирование Земли», «Радиоприёмные устройства и антенные системы», «Электрических машин», «Коллабий, оптики и атомной физики» и другие). Традиционной задачей вышеперечисленных подразделений явля-

ется обеспечение проводимых занятий необходимым лабораторным оборудованием для формирования профессиональных навыков. В целях формирования навыков у выпускников, готовых сразу же приступить к рабочему процессу на производстве [3], вуз стремится приобретать оборудование, его аналоги или модели, которое используется на современном предприятии. Например, для обучающихся специальностей 5B070200, 5B071900, 6M070200 приобретены лабораторные стенды «Глобальные компьютерные сети», «Сетевая безопасность», «Интеллектуальная система управления доступа к объектам» фирмы CISCO. Для специальностей 5B070200, 5B071600, 6M070200, 6M071600, 6D070200 имеются стенды контроллера Mitsubishi Electric L-series, Mitsubishi Electric FX-series, Mitsubishi Electric Alpha-series, стенд преобразователя частоты Mitsubishi Electric FR-E-series и другие. Студенты специальностей 5B071700, 5B071800, 5B071900 используют на занятиях лабораторные стенды "Линейные электрические цепи постоянного тока, "Переходные процессы в линейных электрических цепях" и другие. На уникальном, самом современном оборудовании в лаборатор-

рии «IPGETAC» докторанты PhD, магистранты и студенты в рамках утвержденных по профилю лаборатории диссертационных и дипломных работ, с помощью инженеров-исследователей лаборатории могут выполнять лабораторно-аналитические и научные исследования. Ежегодно проводится мониторинг, на основе информационной базы данных, необходимого оборудования по учебным лабораториям для специальностей вуза. В информационной базе данных (Рис.1) собраны сведения, необходимые для проведения мониторинга, анализа и принятия соответствующих решений. В силу уменьшения финансовых возможностей, высоких цен на специальное оборудование и других причин, оборудование приобретается в меньшем количестве, чем это необходимо. Одним из выходов в сложившейся ситуации может стать совместная работа вуза и бизнеса. Бизнес может оказать большую помощь в обеспечении современным оборудованием университетских лабораторий и одной из причин заинтересованности в этом бизнеса, является тот факт, что бизнесу выгоднее (в том числе и финансово) принять на работу выпускника вуза, умеющего работать на современном оборудовании, чем до-пере-учивать нового сотрудника.

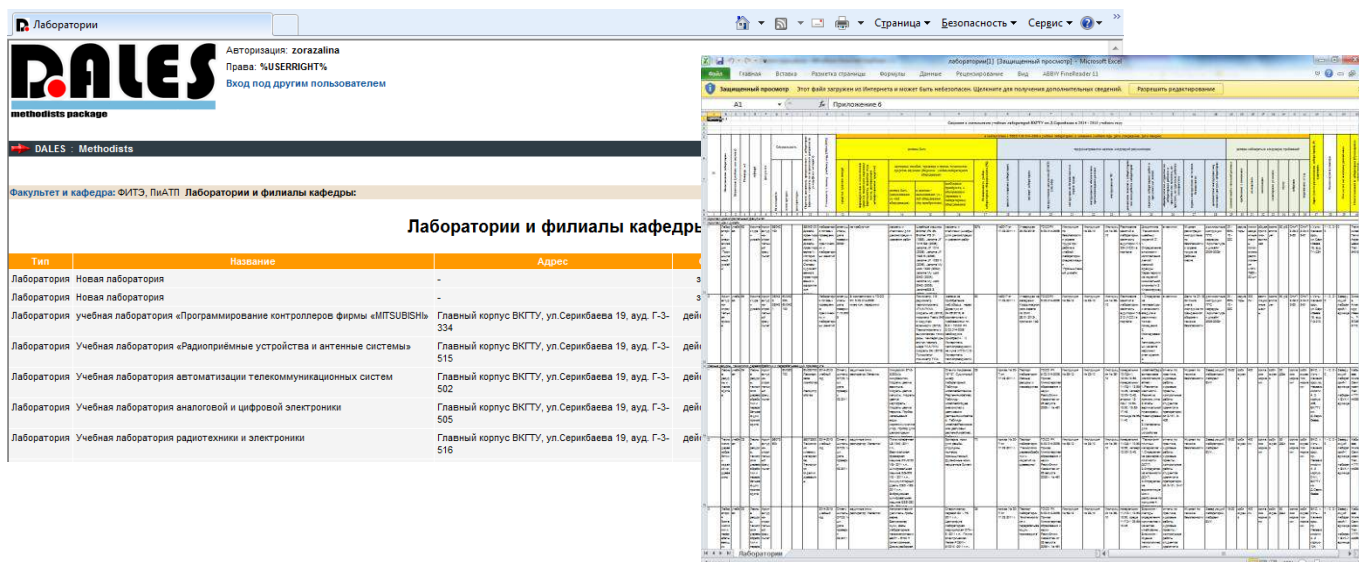


Рисунок 1 - Информационная база данных «Лаборатории и филиалы кафедр»

Учебно-лабораторный комплекс вуза используется как база практик, в то же время базами практик для производственной, преддипломной практик, чаще всего, выступают площадки предприятий региона: ТОО «Казцинк», АО «УК ТМК», АО «Ульбинский металлургический завод, АО «БипэкАвто», АЕС «УК ТЭЦ», АО «Востокмашзавод», ДПП «ВНИИцветмет», РГП «Каззахавтодор» и др.

Формы сотрудничества с предприятиями становятся все более разнообразными. ТОО «Казцинк» выделяет гранты студентам на обучение рабочим профессиям, трудоустраивают успешных выпускников. Требования предприятий из года в год повышаются не только к выпускнику, но и к претендентам, которые планируют проходить у них практику, например, наличие высокого балла GPI, что является большим мотивом повышения уровня успеваемости у студентов.

Традиционным стало функционирование филиалов кафедр на предприятиях. Целью организации филиалов является совместная подготовка для нужд предприятия специалистов, обладающих способностями применять приобретенный набор специальных знаний, умений и

практических навыков в профессиональной деятельности на производстве. Специалисты, привлекаемые для осуществления различных видов учебной деятельности на филиалы кафедр от производства, усиливают практическую и инновационную направленность учебного процесса путем проведения учебных занятий на производстве. Они всесторонне учитывают при обучении студентов потребности современного производства и перспективы научно-технического прогресса. Специалисты производства повышают качество получения студентами целевых теоретических знаний по профильным специальностям, акцентируют внимание на приобретение студентами практических навыков и умений во время прохождения практики с учетом специфики технологических процессов производства. Привлечение специалистов-практиков с предприятий позволяет качественно и на высоком профессиональном и технологическом уровне проводить лекционные, лабораторно-практические занятия и другие виды учебной деятельности. На защиту дипломных проектов, магистерских диссертаций приглашаются представители организаций, заинтересованных во внедрении результатов исследований на их предприятиях.

Анализ профессиональных практик показывает, что во время их прохождения идет формирование не только профессиональных навыков, практических знаний, но и личностных характеристик обучающихся: умение гибко адаптироваться в меняющихся жизненных и профессиональных условиях; самостоятельно решать возникающие профессиональные и жизненные сложности; умение самостоятельно, критически мыслить; видеть профессиональные проблемы и решать их, используя современные технологии и самостоятельно искать пути их рационального решения; умение грамотно работать с информацией; умение быть коммуникабельным, контактным с представителями различных социальных групп, уметь работать сообща, предотвращать или решать конфликтные ситуации.

Новой формой сотрудничества является совместная работа кафедр и работодателей над формированием модульных образовательных программ, которая в первую очередь заключается в формулировке результатов обучения, т.е. перечня знаний, навыков, компетенций, которыми, по мнению бизнеса, должен обладать выпускник. Например, экспертиза учебных планов по специальностям 5B050600-Экономика, 5B050800-Учет и аудит и 5B050900-Финансы в части обучения практическим навыкам и квалификациям, а также соответствия квалификационной характеристике специалиста была проведена руководителями АО «Усть-Каменогорский титано-магниевого комбинат»; ГУ «Отдел экономики и бюджетного планирования»; Региональный филиал АО «Фонд развития предпринимательства «Даму»; АО «УК конденсаторный завод»; ТОО «Ульба-ФторКомплекс»; ОФ «Областной фонд содействия реализации бизнес-образования «Деловая перспектива»; ТОО «Инвест Аудит» и др. Для повышения эффективности практического применения полученных знаний, оказывающих важное влияние на повышение трудоустройства выпускников данных специальностей, рекомендовано использовать вариативность по отраслям (коммерческий сектор-некоммерческий сектор, производство-торговля-сельское хозяйство). Введены в каталог элективных дисциплин специальностей следующие дисциплины: Бухгалтерский учет в государственных учреждениях; Финансовый контроль и аудит в бюджетных организациях; Учет и отчетность в финансовых органах; Финансовые инструменты фондового рынка.

Таким образом, активное сотрудничество с работодателями позволяет университету вести подготовку специалистов, востребованных рынком труда, обладающих

компетенциями, отвечающими ожиданиям работодателей. Весь учебный процесс, профессиональные практики в конечном итоге направлены на успешное трудоустройство выпускников. По данным акимата ВКО - системы отслеживания трудоустройства выпускников (diplomten.kz)- наш вуз имеет самые высокие показатели среди вузов региона по трудоустройству выпускников.

Наличие различных инструментов, задействованных в практической подготовке выпускников, требует от вуза их учет, систематизацию, анализ и т.п. процедуры. Оперативная и своевременная обработка большого объема информации повышает результативность работы вуза в практической направленности учебного процесса. По учебно-лабораторному комплексу вуза, базам практик, филиалам кафедр на предприятиях, трудоустройству выпускников в университете имеются информационные базы данных, которые позволяют получать в кратчайшие сроки статические данные, проводить сопоставительный анализ, корректировку планов, принимать те или иные решения на основе достоверных данных [4]. Для создания полной базы данных потребовались временные затраты сотрудников кафедр, обладающих навыками работы с прикладными программами. В тоже время, многообразие отчетов по количественным, качественным показателям, на данный момент формируются автоматически, без участия кафедр, а это означает, что кафедры не участвуют в рутинной работе по составлению отчетов, а могут заниматься педагогическим содержанием учебного процесса.

По нашему мнению, обеспеченность в вузе инструментами, влияющими на достижение практических результатов обучения, взаимная заинтересованность и поддержка бизнеса и образования, могут способствовать подготовке востребованных выпускников.

Список литературы

1. Правила организации учебного процесса по кредитной технологии обучения, 20.04.2011 года, №152 [Электронный ресурс]: Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан. - / adilet.zan.kz
2. <http://www.ektu.kz>
3. <http://www.britishcouncil.kz>
4. Ланских Ю. Информационно-аналитические и Интернет-технологии в обеспечении деятельности студенческой кадровой службы / Ю.Ланских, П.Дубровин, С.Елькин // Ректор вуза.-2014.-№3.-30-33с.

К ВОПРОСУ О ТРАКТОВАНИИ ПОНЯТИЯ «ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ» И ФАКТОРАХ, ЕЕ ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ

Оразалина Ботагоз Муратовна

аспирантка, Алтайский государственный университет, г.Барнаул

Лобова Светлана Владиславьевна

профессор, д.э.н., Алтайский государственный университет, г.Барнаул

TO THE QUESTION ABOUT THE INTERPRETATION OF THE CONCEPT OF "ENERGY PREPAREDNESS" AND FACTORS THAT IT PROVIDES

Orazalina Botagoz Muratovna, Post-graduate student, Altai State University, Barnaul

Lobova Svetlana Vladislavlevna, Professor, Altai State University, Barnaul

АННОТАЦИЯ

В данной статье сделана попытка проанализировать трактование понятия «Энергетической безопасности», с точки зрения ученых разных стран. Приведена формула понятия и даны основные свойства понятия. Рассмотрены факторы препятствующие стабилизации факторы, обеспечивающие энергетическую безопасность.

ANNOTATION

This article attempts to analyze the interpretation of the concept of "Energy preparedness", from the point of view of scientists from different countries. The concept formula is adduced and the basic properties of concept are given. Factors of impedimental stabilizing and factors that provide energy preparedness are viewed.

Ключевые слова: энергетическая безопасность, факторы энергетической безопасности, энергоресурсы.

Keywords: energy preparedness, factors of energy preparedness, energy research.

В XXI веке энергетическая безопасность остается одной из важнейших проблем современной экономики, является приоритетной составной частью национальной безопасности любой страны. Проблема обеспечения энергетической безопасности актуальна для всех без исключения стран, независимо от их географического местоположения, типа государственного устройства, уровня их экономического развития и объема промышленного потенциала. По мнению Ли Гамильтона, президента Международного научного центра им. Вудро Вильсона, «... энергетическая безопасность – второй по важности компонент государственной политики безопасности после национальной обороны...» [1].

В настоящее время понятие «энергетическая безопасность» трактуется экономистами разных стран с разных позиций.

В зарубежной литературе под энергетической безопасностью понимают бесперебойные и гарантированные внешние и внутренние источники энергии по приемлемым ценам. Ведущие специалисты в сфере энергетики США Вудро Вильсон и Джон Хопкинс в своей книге «Энергия и безопасность: на пути к новой внешнеполитической стратегии» определили энергетическую безопасность как «обеспеченность доступа к энергетическим ресурсам, необходимым для поступательного развития национальной мощи» [1]. Мировой Энергетический Совет определяет энергетическую безопасность как уверенность в том, что энергия будет иметься в распоряжении в том количестве и того качества, которые требуются при данных экономических условиях. Как возможность отвечать требованиям спроса, производить требуемое количество топлива и электричества, и поставлять ее по приемлемым ценам в страны, которым это требуется для обеспечения функционирования экономики, нормальных условий существования населения и защиты национальных границ [6].

Автор книги «Региональная и национальная безопасность» Логунов А.Б. дает следующее определение – «Энергетическая безопасность ... характеризуется как состояние защищенности ее граждан, общества, государства, экономики от обусловленных внутренними и внешними факторами угроз дефицита в обеспечении их обоснованных потребностей в энергии экономически доступными топливно-энергетическими ресурсами приемлемого качества в нормальных условиях и при чрезвычайных обстоятельствах, а также от нарушений стабильности, бесперебойности топливно- и энергоснабжения» [2]. Похожее определение предлагают ученые Института систем энергетики: «Энергетическая безопасность – это состояние защищенности граждан, общества, государства, экономики от угроз дефицита и обеспечения их потребностей в энергоносителях экономически доступными энергетическими ресурсами приемлемого качества, от угроз нарушений бесперебойности энергоснабжения» [3]. Ведущий эксперт РАО ЕЭС России В.Ишкин рассматривает энергетическую безопасность как «... защищенность граждан и государства в целом от угроз дефицита всех видов энергии и энергоресурсов, возникающих из-за воздействия негативных природных, техногенных, управленческих, социально-экономических, внутри- и внешне политических факторов...» [4].

В Законе Республики Казахстан «О национальной безопасности» энергетическая безопасность включена в состав экономической безопасности и трактуется как «состояние защищенности топливно-энергетического, нефтегазового и атомно-энергетического комплексов экономики от реальных и потенциальных угроз, при котором государство способно обеспечить энергетическую независимость и их устойчивое развитие для удовлетворения потребностей общества и государства в энергоресурсах» [5].

В рамках формальной логики [9], где понятие трактуется как $N = Abcd$, где ..., нами выделяются следующие свойства понятия «энергетическая безопасность»: *A* – защищенность энергокомплекса страны от угроз дефицита энергоресурсов – главное свойство, *B, C, D* – обеспеченность доступными энергоресурсами, бесперебойность энергоснабжения, регулируемость государственным нормативно-правовыми актами – существенные свойства, которые содержательно характеризуют его и позволяют идентифицировать от других понятий.

На наш взгляд, данные определения отражают в большей степени проблему защищенности граждан и государства от угрозы и дефицита энергоресурсов, а также доступности по приемлемым ценам этих ресурсов. Конечно, роль тарифов на тепло и электрическую энергию для рядовых граждан наиболее значима, т.к. они напрямую оказывают влияние на уровень благосостояния граждан, конкурентоспособность продукции, за счет более низких цен на энергию, однако для государства в целом вопрос энергосбережения, энерговозобновимости (увеличение доли возобновляемых источников энергии), энергозаменимости одного вида энергии на другое (например энергия солнца, воды и ветра) – это вопрос предупреждения угроз дефицита энергии, который сегодня остается открытым.

Различная формулировка понятия энергетическая безопасность на сегодняшний день не дает единого конкретноопределения и представляет экономистам сферу для дальнейшего исследования сущности этой важной составляющей национальной безопасности.

Из чего же состоит энергетическая безопасность? Авторы [7] статьи предлагают рассматривать энергетическую безопасность в трех основных направлениях: энергетические интересы, энергетические угрозы, энергетическая защита. Энергетические интересы государства и его граждан являются, безусловно, жизненно важными и долгосрочными. Суть энергетических интересов, в конечном итоге, сводится к рациональному использованию имеющихся энергоресурсов и получаемых за их счет всех видов энергии, а также к производству, сохранению и накоплению энергетического потенциала и энергоресурсов высокого качества, в том числе из расчета альтернативных источников получения энергии. Особая роль в системе энергетических интересов принадлежит научно-техническому прогрессу, поскольку именно он определяет уровень развития энергетики, промышленности и транспортной системы страны и, в конечном итоге, благосостояние граждан, подлинную независимость, международный авторитет и экономическую мощь любого государства. Угрозы энергетической безопасности государства и его гражда-

нам бывают реальные ипотенциальные, они могут исходить как изнутри страны, так и извне. Внутри страны – от отдельных физических и юридических лиц (и государства в целом), деятельность которых значительно снижает, а в отдельных случаях исключает производство, накопление и рациональное использование топливно-энергетических ресурсов, внедрение результатов научно-технического прогресса, тормозит поступательное развитие энергетики, промышленности и транспортного комплекса,

например, за счет необоснованного завышения стоимости сырья, энергоносителей и всех видов энергии. Извне – деятельность других государств, содной стороны, делающая энергоресурсы инструментом политического и экономического давления, а с другой, приводящая к возникновению различных кризисов, в том числе и топливно-энергетических, а иногда и к военному противостоянию.

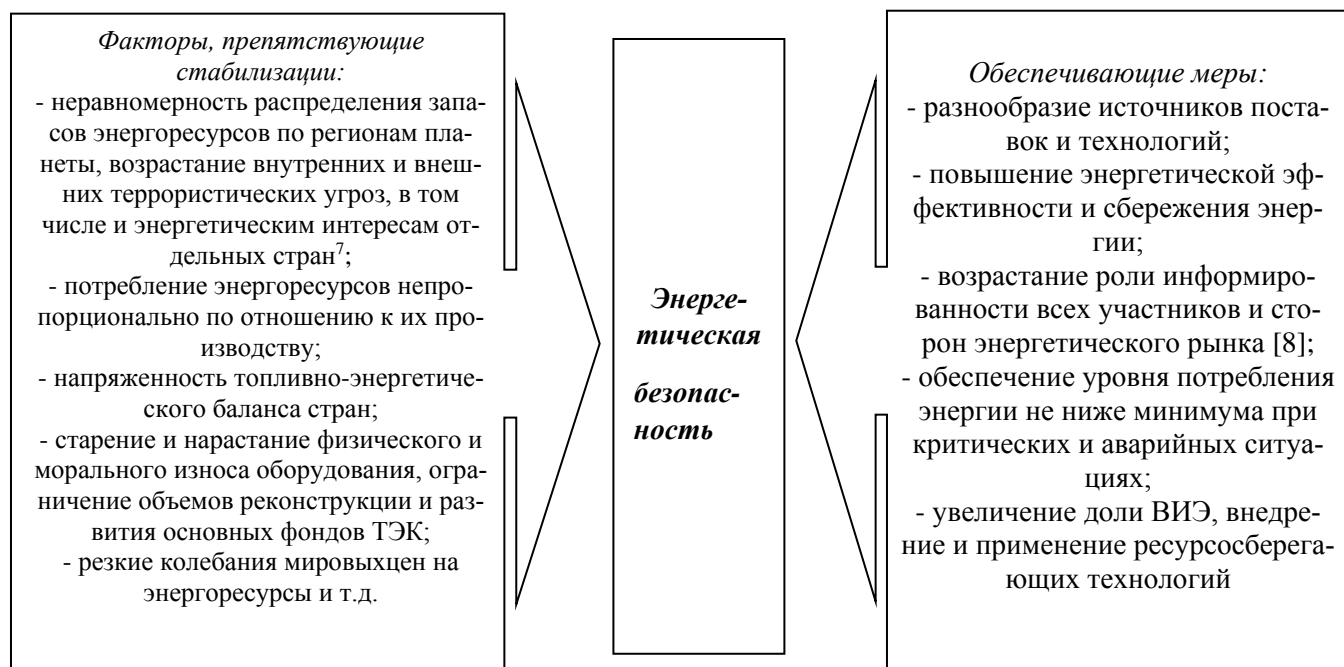


Рисунок 1. Факторы энергетической безопасности

Под энергетической защитой понимаются различные мероприятия по обеспечению энергетической безопасности страны, а также меры, направленные на выявление, оценку и устранение реальных и потенциальных энергетических угроз. Очевидно, что меры, связанные с предупреждением угроз энергетических интересов, следует считать пассивной защитой или пассивным обеспечением энергетической безопасности. В тоже время меры, направленные на ограничение и ликвидацию последствий появившихся угроз энергетическим интересам, можно назвать активной защитой или активным обеспечением энергетической безопасности⁷.

Обеспечение энергетической безопасности является одной из важнейших составляющих устойчивого развития экономики. Однако существует ряд факторов, препятствующих обеспечению энергетической безопасности (рис.1). Безусловно, как и любое явление, энергетическая безопасность имеет относительно стабильное состояние благодаря мерам, предпринимаемым со стороны самих участников данного процесса, а именно государства.

Таким образом, проблема обеспечения энергетической безопасности одна из актуальнейших проблем современной экономики, включает в себя разные аспекты, векторы, которые требуют пристального внимания, как со стороны политиков, ученых, так и рядовых граждан страны.

Список литературы:

1. Энергия и безопасность: на пути к новой внешнеполитической стратегии/ под ред. Ян Х.Калицки, Дэвид Л.Голдуин. – Вашингтон; Балтимор: Вудро Вильсон сентер пресс и Джонс Хопкинс университети пресс, 2005. С.21.
2. Логунов А.Б. Региональная и национальная безопасность: учеб.пособие. М.: Вузовский учебник, 2009, 432с.
3. Федоров М.П., Окороков В.Р. Энергетические технологии и мировое экономическое развитие: прошлое, настоящее, будущее. -СПб., 2010.
4. Ишкин В.Х., Энергетическая безопасность – одна из основ безопасности страны//Connect! Мир связи. – 2007. - №1.
5. Закон «О национальной безопасности Республики Казахстан», от 6 января 2012 года № 527-IV, <http://adilet.zan.kz>.
6. Шестопалов П.В. Энергетическая безопасность: определение понятия и сущность.//Бизнес в законе, №5, 2012, с. 200-201.
7. Дубровин Е., Дубровин И., Энергетическая безопасность как важная составляющая национальной безопасности.// Газета Новые технологии, №6(170) март, 2011г.
8. Шлычков В.В, Парадигма энергетической безопасности 21века.// Вестник ИжГТУ, Экономика, №4, 2008, с.99.
9. Формальная логика: учебник. – Л.:Изд-во ЛГУ, 1977. – С. 25

ЭКОЛОГИЧНЫЙ ПОДХОД В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА

Пахомова Анна Ивановна

канд. э. наук, доцент Института сферы обслуживания и предпринимательства, Шахты

Буряков Степан Анатольевич

канд. э. наук, доцент Института сферы обслуживания и предпринимательства, Шахты

ECOLOGICAL APPROACH TO THE DEVELOPMENT OF THE MODERN CITY

Pakhomova Anna Ivanovna, Candidate of Science, associate professor of Institute of service and business (branch), Shakhty
Buryakov Stepan Anatolyevich, Candidate of Science, associate professor of Institute of service and business (branch), Shakhty

АННОТАЦИЯ

В настоящее время города переживают кризис. Они перегружены транспортной инфраструктурой, имеют некачественный жилой фонд. Все это приводит к тому, что такие города становятся опасными для жизни. Поэтому правительству необходимо принимать новые инновационные планы развития городского хозяйства. В статье предложено, что вектором развития постиндустриальных городов могут быть экология и качество жизни. В статье рассматриваются основные принципы концепции «зеленой» экономики, зарубежный опыт по преобразованию городов, роль экологизации мышления населения.

ABSTRACT

Currently, cities are in crisis. They loaded transport infrastructure, poor quality housing stock. All this leads to the fact that such cities become life-threatening. Therefore, the government needs to take new and innovative plans for the development of municipal economy. In the article it is assumed that the vector of development of post-industrial cities can be ecology and quality of life. The article discusses the basic principles of the concept of "green" economy, foreign experience on transformation of cities, the role of greening the thinking of the population.

Ключевые слова: современный город, зеленая экономика, устойчивое развитие

Keywords: modern city, green economy, sustainable development.

В настоящее время, многие промышленные регионы теряют свою мощь, привлекательность и население, что отрицательно сказывается на всей системе городской жизнедеятельности. В связи с чем многие города, имеющие бедственное состояние жилищного фонда и инфраструктуры, не могут развиваться по существующим устаревшим моделям, не реагируя на вызовы новой экономики, в результате чего они до сих пор сохраняют гипертрофированные промышленные пояса с низкой интенсивностью использования территорий. В связи с этим вопросы изменения социально-экономических приоритетов развития современных городов и формирования системы показателей, адекватно отражающих состояние и особенности развития подсистем управления городским хозяйством региона, несомненно, является актуальной.

С каждым годом все большее количество городов и стран сотрудничает с Программой Организации Объединенных Наций по населенным пунктам (ООН-ХАБИТАТ), которая является лидером в исследованиях проблем городского развития и выработке направлений и критериев устойчивого развития городов. Это связано с тем, что на современном этапе развития мировой экономики одной из самых острых проблем является построение эффективного механизма управления социально-экономическим развитием городов. Оттого, насколько успешно в городах будут проходить процессы реформирования и развития экономики, зависят результаты социально-экономического роста подавляющего большинства стран мира.

Для России решение проблем городов особенно важно, так как в них живет большая часть населения и сосредоточен основной экономический потенциал страны.

Одной из основных причин кризиса в городе стало отсутствие последовательных и скоординированных на федеральном и региональном уровнях мер по реализации модели экономических и социальных взаимоотношений. Для устранения данного пробела и решения проблем рекомендуется в городе применить комплексный подход к реформированию и организации эффективной системы управления устойчивого развития.

Экогород, по своей сути, является инновационным

городом, ориентирующимся на интеллектуальный класс населения, активно проявляющийся в творческой инновационной деятельности, создающий проекты и компании в перспективных областях науки, техники, информатики, искусства, экономики. Параметрический ромб «Экогород» состоит из четырёх взаимосвязанных элементов: экодевелопмент, экологическая культура, экологичная промышленность и экологический ландшафт.

В нынешнее время экодевелопмент является новым трендом мирового real estate. В 70-е годы прошлого века в Западной Европе и Америке впервые задумались о необходимости экономно и ответственно подходить к расходованию ресурсов при строительстве и эксплуатации зданий. Предпосылками для подобных тенденций являются повсеместное возникновение «зелёных» движений, осознание пагубного влияния жизнедеятельности населения на окружающую среду, резкий рост цены на нефть, что заставило представителей самых разных отраслей задуматься об альтернативных источниках энергии.

В первые десятилетия существования экодевелопмента архитекторы и проектировщики делали акцент именно на энергоэффективности. С тех пор понятие «зелёного» строительства стало гораздо шире и полнее. Под экодевелопментом понимают создание комфортной среды для жизни человека с учётом его физиологических потребностей и особенностей жизнедеятельности. Другими словами, современный экодевелопмент – это не только энергоэффективность и минимизация вредного воздействия на окружающую среду, но и внимание к здоровью и безопасности будущих пользователей здания.

Таким образом, экодевелопмент (green development) состоит из двух концепций: экономическое развитие, способствующее максимально эффективному использованию ресурсов при строительстве зданий города, и экологическое развитие, основанное на минимизации ущерба окружающей среды.

Вторым элементом параметрического ромба «Экогород» является экологичная промышленность, представляющая собой перестройку промышленного производства

на основе расширяющегося использования природосберегающих технологий, направленных на сохранение и воспроизводство здоровой и безопасной среды обитания путём постепенной экологической модернизации всех сфер жизнедеятельности.

Концепция экологичной промышленности включает в себя стимулирование существующей на данный момент промышленности к ресурсосбережению (снижению уровня потребления энергии, воды, топлива и иных ресурсов) и сокращению химически вредных выбросов в воду, воздух и землю (путем жёсткого нормирования выбросов и требований по экологической переработке вредных веществ).

На нынешнем этапе городского развития необходимо уделять внимание такому элементу параметрического ромба, как экологическая культура, являющемуся основой общей культуры общества и тесно связанному с экологической политикой государства. Таким образом, под экологической культурой понимают систему социальных отношений, общественных и индивидуальных морально-этических норм, взглядов, установок и ценностей, касающихся взаимоотношения человека и природы.

Экологическая культура основывается на экологическом воспитании, экологическом образовании, экологическом просвещении и является главной задачей всех уровней власти и институтов гражданского общества.

Экологический ландшафт представляет собой индивидуальный эколого-территориальный комплекс пространственно-локальной экономической системы.

В Европе экологические проблемы населённых пунктов давно вызывают тревогу. Вследствие высокой плотности населения актуальны вопросы экологической реконструкции жилой застройки. В странах Северной и Южной Америки, в Австралии большие территориальные ресурсы и сравнительно удовлетворительная экологическая ситуация позволяют с меньшей активностью заниматься этими вопросами. Широко действуют частные благотворительные фонды, поддерживающие этот процесс, строительством экопоселений занимаются группы «зелёных» и других организаций экологической направленности. В России и странах СНГ, имеющих довольно значительный резерв экологических, природных и территориальных ресурсов, процесс также ещё не нашёл поддержки государственных структур, он развивается усилиями отдельных лиц и организаций. Теоретические вопросы экологизации и методы её осуществления на крупном градостроительном уровне довольно активно обсуждаются в научной печати и на различных конференциях. Но практическая деятельность в этой области ещё не вышла на градостроительный уровень.

Так как устойчивое развитие городов – это пока только сравнительно новая общая идея, призванная объединить всех людей в движении за сохранение природы Земли и самого человека, остаются неясными перспективы эволюции сознания и действий человечества в этом направлении. В истории человечества было много полезных и правильных учений и идей, начиная с Библии. Но, как нет медали с одной стороной, как нет только чёрного или белого, как нет односторонних эстетических категорий (только «хороших»), так и в длинной истории человечества пока присутствовали и добро, и зло, и правда, и ложь, и мир, и войны. Тем не менее, человечество не только выжило, но и превратилось в мощную глобальную силу, овладело высокими технологиями, создало огромные антропогенно преобразованные территории, города с высоким качеством жизни. На пути поворота к устойчивому развитию человечество ожидают многие проблемы.

Но остаётся надежда на экологизацию мышления и развитие человека в процессе перехода к устойчивому развитию Земли. Для этого человечество уже накопило большой массив знаний о предпочтительности устойчивого существования и создало «островки» более устойчивых территорий на Земле, которые могут служить катализаторами распространения этой идеи на все территории. И, тем не менее, есть крупные проблемы в осуществлении устойчивого развития:

Первая проблема – разработка стратегии перехода к устойчивому развитию, фундаментальных положений теории устойчивого развития, одобряемых всеми странами и людьми. Пока что имеется масса определений этого развития и его содержания, причём, чем дальше, тем больше появляется вопросов и трактовок. Видимо, это – объективный процесс, связанный с невероятной сложностью проблемы и вовлечением всё большего количества исследователей в изучение проблемы. Несколько лучше обстоит дело с «устойчивыми» строительством и проектированием. Однако, отсутствие глубоких разработок теории устойчивого развития – не основание для прекращения движения в этом направлении.

Вторая по сложности проблема – это возможность всеобщего улучшения человеческих качеств; воспитания общества и его членов в духе любви, дружбы, понимания, солидарности, общительности, альтруизма. Насколько это возможно в условиях, когда общество ориентировано на совершенно другие качества? И, вообще, можно ли ставить вопрос о всеобщем достаточно быстром изменении человеческих качеств, не лучше ли ориентироваться на обычных людей с их достоинствами и недостатками? Именно так считают некоторые исследователи. Для постепенного формирования людей с новыми качествами нужна система всеобщего экологического образования и воспитания.

Третья проблема – становление новой системы ценностей, необходимой для воспитания и поддержания новых человеческих качеств: духовных, этических, философских, социальных, эстетических, политических, культурных и пр. Главное в этой проблеме – сравнительно короткое время, выделенное историей для становления новой системы ценностей. Одна из основных проблем здесь – необходимость замены привычного антропоцентрического мышления на экоцентрическое.

Четвёртая проблема – сумеет ли человечество справиться с войнами, с неравенством, с бедностью, с различными пороками (преступность и пр.), которые, как тень сопровождают человека в течение всей его истории. Устойчивое развитие в условиях войн и неравенства, бедности и голода, отсутствия крова над головой у одних и потребления сверх всяких норм у других, невозможно.

Пятая проблема – успеет ли человечество разработать новые экологичные, замкнутые (природоподобные) технологии, которые должны прийти на смену существующим неэкологичным технологиям. Сможет ли оно создать новые технологии, которые позволят не только не разрушать природу, но и восстановить нарушенную ранее среду, осуществить экологичную реставрацию ландшафтов? По силам ли ему экологизировать всю свою деятельность, в том числе и потребление?

Эти проблемы настолько велики, что некоторые исследователи считают невозможным достижение состояния глобального устойчивого развития. Предыдущий опыт человечества показывает, что, скорее, оно вначале сможет перейти к состоянию «балансирующего» развития, когда по мере приближения к кризису новая система

взаимоотношений между странами, новые технологии, современная система коммуникаций помогут своевременно выйти из него. Понятия устойчивости и неустойчивости, как и большинство понятий, двойственны.

Из всего вышеизложенного можно сделать вывод о том, что создание экологически благоприятных условий в городах является сложным процессом. В современном мире именно экологическая экономика должна помочь решить проблемы социальной экологии городов. Таким образом, существующие модели городских хозяйств не способны реагировать на преобразования современной эко-

номики. Это означает, что становление процесса формирования модели города, как стабильно функционирующей социально-экономической системы, связано с необходимостью разработки и решения целого ряда сложных задач.

Список литературы:

1. Пахомова А.И. Какого цвета экономика современного города? // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2011. № 5.
2. Тетиор А.Н. Здоровье города XXI века // Пром. и гражд. стр-во. – 1999. – № 1. – С. 45

ЭКОНОМИКА ЗНАНИЙ КАК АЛЬТЕРНАТИВНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Пилипенко Елена Васильевна

д.э.н., директор Курганского филиала Института экономики Уральского отделения Российской академии наук, г. Курган

KNOWLEDGE-BASED ECONOMY AS AN ALTERNATIVE ECONOMIC THEORY

Pilipenko E.V., Doctor of economic sciences, Associate Professor, Kurgan division of the Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Kurgan, Russia

АННОТАЦИЯ

Необходимость поиска альтернативных подходов к рассмотрению и разрешению экономических проблем объясняется неуниверсальностью современной экономической теории, что создает неопределенность в процессе принятия решений и снижает их эффективность.

ABSTRACT

Necessity of searching alternative approaches to considering and solving economic problems is brought about by the non-universal character of the modern economic theory that causes ambiguity in the process of making decisions and decreases their effectiveness.

Ключевые слова: знания, экономика знаний, экономический продукт, экономической поле, духовное производство
Key words: knowledge, knowledge-based economy, economic product, economic field, mental production

Сегодняшний экономический кризис, по общему мнению, есть, прежде всего, кризис мировоззрения, культуры, идеологии. Это осознание тупика, к которому приводит любая экономическая система, в которой человек рассматривается не как цель, а как средство. Сегодняшний кризис – наилучшее основание для «ревизии» всех экономических догм и постулатов и наилучшее время для смены вектора социально-экономического развития как во всем мире, так и в отдельном регионе. Системный характер нынешнего кризиса, его общемировое влияние сделали очевидной принципиальную невозможность найти выход из него в пределах рыночных категорий и представлений.

Совершенно очевидно, что выход из существующего экономического коллапса надо искать не в иных «методах» реализации тех же самых, что привели к нему, принципов, а в поиске иных принципов устройства всей экономической системы. Итак, современное состояние как экономической теории, так и экономической практики таково, что требует не «косметического ремонта», а полного переосмысления самих основ существования в *единой системе Природа - Общество-Человек* экономики как одной из подсистем общества.

Необходимость поиска альтернативных подходов к рассмотрению и разрешению экономических проблем в наибольшей степени объясняется *неуниверсальностью* современной экономической теории. Зачастую одни и те же, по сути, экономические явления и процессы по-разному трактуются в рамках различных экономических направлений, что создает неопределенность в процессе принятия решений и снижает их эффективность. «Эмпирические исследования», - отмечает В.М. Полтерович, - «не привели к обнаружению фундаментальных законов или хотя бы закономерностей универсального характера, которые могли

бы служить базой для теоретических построений».[3].

Исследования в области экономики знаний позволяют утверждать, что такие «закономерности универсального характера», во-первых, существуют, а, во-вторых, могут быть выявлены и сформулированы:

1. Экономика, как вид (сфера) общественной деятельности существует всегда и только для производства экономического продукта. Там, где нет необходимости в производстве продукта – нет необходимости и в экономике. То есть, можно предположить, что особенности экономики определяются особенностями производимого продукта.

2. Несопоставимые в конкретных формах и свойствах, продукты различных социальных эпох и технологических укладов могут быть сопоставлены в абстрактных величинах и понятиях, а именно – в структуре производимых в рамках этих эпох и укладов продуктов. Структура продукта есть ни что иное, как совокупность долей факторов производства в произведенном продукте.

3. Все факторы, участвующие в производстве «экономического продукта» можно разделить на две основные группы: Знания и Вещество Природы. Такая – *двухфакторная – модель общественного производства является универсальной*, применимой ко всем без исключения социальным эпохам и технологическим укладам. Такое деление представляется наиболее логичным и естественным, вытекающим из самой сущности процесса производства, понимаемого как «специфически человеческий тип обмена веществами с природой, или, более точно, — процесс активного преобразования людьми природных ресурсов с целью создания необходимых материальных условий для своего существования.»

4. Структура продукта по технологическим укладам приведена в таблице 1:

Таблица 1

Структура общественного продукта кладам, в % к итогу

Уровень познания свойств вещества Природы	Соответствующий технологический уклад (ТУ)	Структура общественного продукта, по факторам, %	
		Вещество Природы	ЗНАНИЯ
Макроуровень (1 мм и более)	1,2, 3 ТУ	75	25
Мезоуровень (Десятки мкм - 1мм)	4 ТУ	50	50
Микроуровень (1мкм-десятки мкм)	5 ТУ	25	75
Наноуровень (1 нм - 1 мкм)	6 ТУ	5	95

Графически данные таблицы 1 представлены на рисунке 1

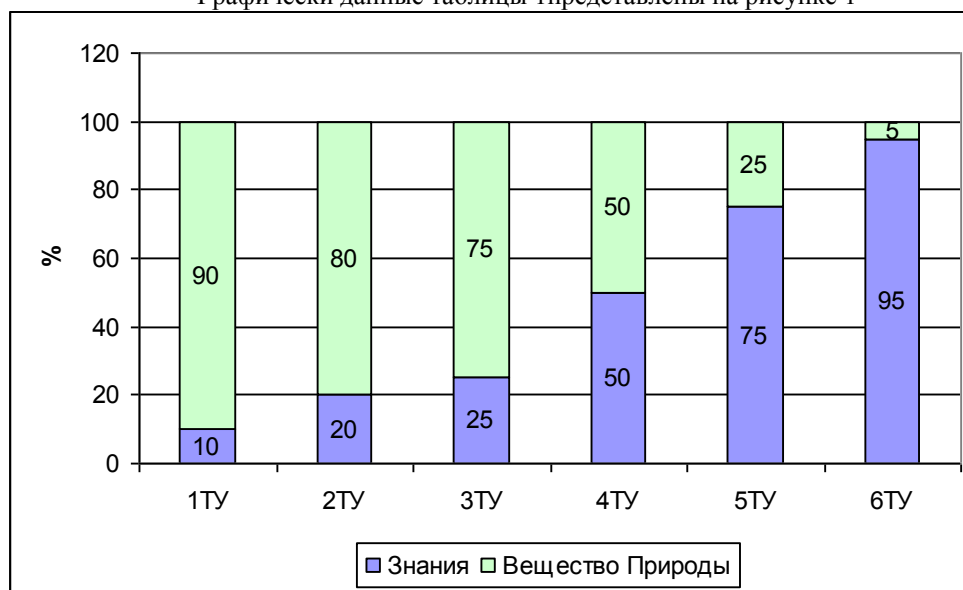


Рисунок 1– Структура общественного продукта по технологическим укладам, % к итогу

5. Именно соотношение этих двух факторов производства – «Знания» и «Вещество Природы» – и определяет все основные социально-экономические параметры:

- социальное устройство;
- экономическую модель;
- институциональную матрицу и т.п.

6. «Вещество Природы» - это 100-% материальный, а, стало быть, товарный продукт. Способы, методы, законы производства, обмена, распределения и потребления материального продукта, «товара» изучаются не одну сотню лет, все они хорошо известны и, что главное, неизменны.

«Знания» - это 100-% нематериальный и, в силу этого, нетоварный продукт, способы, методы, законы производства, обмена, распределения и потребления которого экономикой как наукой изучены гораздо хуже, но, тем не менее, определенные данные накоплены.

Фактически, при такой постановке вопроса, проблема определения социально-экономической модели и институциональной матрицы любого технологического уклада сводится к организации взаимодействия товарного (материального) и нетоварного (духовного) производства в рамках этого уклада.

7. Дальнейшее изучение закономерностей и особенностей взаимодействия «Знаний» и «Вещества Природы» позволяет перейти к «экономическому конструктивизму», что особенно важно сегодня, в условиях одновременного

сосуществования и разнонаправленного развития продуктов, производств различных технологических укладов. Знание этих закономерностей позволяет перейти от «эмпирического» к строго научному, теоретическому изучению экономической реальности, прогнозированию социально-экономических процессов и построению эффективных экономических моделей, что, в свою очередь, позволяет экономить время и ресурсы, добиться наибольшей эффективности.

Основные положения теории экономики знаний:

Знания – это продукт производительной, (экономической) деятельности людей в сфере духовного производства.

Свойства знаний:

- знания – это продукт духовного производства, возникающий главным образом из неоплачиваемой деятельности, а именно из «самосоздания» и «личного самосовершенствования». Рыночные стимулы в производстве знаний работают очень слабо – если человек не является творческой личностью сам по себе, деньги мало чем помогут. Творчество – это духовный процесс, неподконтрольный рынку;
- знания - есть результат всеобщего труда. Создание знаний – это всегда результат переработки накопленного общечеловеческого научного багажа. Значительную его часть составляет «общий интел-

лект», общая культура, живое, основанное на жизненном опыте знание, поэтому условием создания знаний является не конкуренция, а сотрудничество и взаимодействие;

- знания – это продукт, нерыночный по самой своей природе. У знания нет меновой стоимости. Знания сами по себе являются богатством и источником богатства, не производя ничего, годного на продажу. Как источник богатства, они представляют из себя «производительную силу». Как богатство, они есть источник смысла и самоцель.

Рассмотрение процесса производства знаний от их создания в голове человека через кодирование на материальных носителях к материализации в продуктах и услугах приводит к выводу о необходимости пересмотра представлений о составе и системе связей экономического поля - предлагается выделять в едином экономическом поле три взаимосвязанных и взаимозависимых сферы экономической деятельности: духовное, информационное, материальное производства

Принципиальные отличия между этими видами производств заключаются в отличиях производимого в их рамках продукта:

- в духовном производстве - это нематериальный, неформализованный продукт: идеи, теории, образы, духовные ценности, общественные связи и отношения, человек как творческая личность;

- в информационном производстве - это нематериальный, формализованный продукт: информационные технологии, информация на материальных носителях (книги, диски и т.п.);

- в материальном производстве – это материальный, формализованный продукт: все разнообразие рукотворных объектов материального мира.

Мы полагаем, что именно духовное производство является тем самым фактором, неучет которого в экономических исследованиях приводит к искажению результата в целом. Именно игнорирование экономической теорией наличия, особенностей и ведущей роли духовного производства и делает все «исходные модели» неполными, а результаты исследований – неуниверсальными.

Вообще материальное производство всегда вторично по отношению к производству духовному, поскольку всегда лишь воплощает ранее созданные в духовном производстве образы и идеи. Именно поэтому причины происходящего в материальном производстве всегда следует искать в уровне развития и т.п. особенностях производства духовного. Неучет этого, на наш взгляд, и лежит в основе «необъяснимых» явлений и кризисов в экономике, а также в отсутствии «единых рецептов» организации материального производства для обществ, обладающих принципиально различными типами духовного производства.

Таким образом, ограничивая сферу своих исследований материальным производством, современная экономическая теория, тем самым, ограничивает и свои возможности в изучении и определении истинных причин экономических явлений, поскольку сосредотачивает усилия на изучении следствий, упуская и не рассматривая их причины.

Любые изменения в характере взаимодействия человека, общества и природы – это всегда, прежде всего, результат, следствие как эволюционных, так и революционных изменений в духовной, интеллектуальной природе человека, его продвижения в процессе познания мира (природы) от верований к теоретическим научным знаниям. Вывод об эволюции знаний как основной причине

любых происходящих в обществе изменений со всей очевидностью указывает на главное действующее лицо, одновременно и причину и результат этих изменений, - человек.

Это, в свою очередь, заставляет по-иному взглянуть на сферу духовного производства – как на ключевую, решающую в любых социально-экономических процессах – и сосредоточить внимание и усилия на исследовании характерных для нее процессов и закономерностей. Экономика знаний основывается на абсолютном приоритете духовного производства над материальным и только в таких условиях и может быть реализована. Целью экономики знаний является развитие человека (не человеческого капитала для нужд производства, а именно человека как творческой личности), именно этому должны быть подчинены все экономические и общественные механизмы и ресурсы. В экономике знаний материальное производство занимает свое естественное положение овеществителя идей, создаваемых в духовном производстве - последнего этапа процесса познания.

Существующее в современном экономическом поле доминирование материального производства над информационным и, в особенности, над духовным производством создает серьезные трудности на пути формирования новой экономической системы.

Все своеобразие знаний как экономического актива, как продукта, объясняется одним простым, не зависящим от чьей либо воли или желания, фактом – знания могут создаваться только человеком и только в духовном производстве. Именно этим определяются способы и особенности их функционирования в экономическом поле, их свойства как товара (нематериальность, всеобщность, нетоварность, нерыночность и т.п.), возможные механизмы управления, критерии и показатели эффективности и т.п.

Таким образом, любое воздействие на знания как экономический актив с традиционными экономическими задачами - повышения эффективности, увеличения отдачи и т.п. - означает воздействие на духовную, мыслительную, нравственную сферу человека, что для экономики является задачей совершенно новой. Именно этим определяется новизна и сложность становления и функционирования экономики знаний. Именно это приводит к необходимости пересмотра и переоценки практически всех действующих общественных и экономических механизмов с точки зрения их полезности или неполезности для процесса формирования творческой личности как единственного производителя знаний. Но именно это дает и надежду на то, что человек станет, наконец, не средством, а целью общественного и экономического развития и - «мерой всех вещей». В этом мы видим как необходимое, так и достаточное условие формирования экономики знаний, залог ее успеха.

Экономика знаний рассматривается нами как практический механизм формирования пятого и шестого технологических укладов. Как можно судить по научной литературе, особенности «ключевых факторов», «ядра» и «несущих отраслей» 6 ТУ, с одной стороны, в наибольшей степени способствуют практической реализации экономики знаний, а, с другой стороны, они же объективно требуют для собственной реализации внедрения совокупности экономических принципов, характерных именно для экономики знаний.

Таким образом, «переход к устойчивому социально-экономическому развитию общества на основе экономики знаний» понимается как «переход к устойчивому социально-экономическому развитию общества на основе экономики пятого и шестого технологического уклада».

Библиографический список

1. Горц А. Нематериальное. Знание, стоимость и капитал. – М.: Изд. Дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. – 208 с.
2. Диалектика материального и духовного производства в экономике знаний. - Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2008. – Шадринск: Изд-во ОГУП «Шадринский Дом Печати», 2008. – 295 с.
3. В.М. Полтерович «Кризис экономической теории» Доклад на научном семинаре Отделения экономики и ЦЭМИ РАН «Неизвестная экономика» 1997 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ts1.cemi.rssi.ru/rus/publicat/e-pubs/d9702t/d9702t.htm>

Citation of references

1. Горц А. Нематериальное. Знание, стоимость и капитал. – М.: Изд. Дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. – 208 с.
2. Диалектика материального и духовного производства в экономике знаний. - Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2008. – Шадринск: Изд-во ОГУП «Шадринский Дом Печати», 2008. – 295 с.
3. В.М. Полтерович «Кризис экономической теории» Доклад на научном семинаре Отделения экономики и ЦЭМИ РАН «Неизвестная экономика» 1997 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ts1.cemi.rssi.ru/rus/publicat/e-pubs/d9702t/d9702t.htm>

РИСК В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ И КЛАССИФИКАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ РИСКОВ

Пионткевич Надежда Сергеевна,

к.э.н., ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург, доцент кафедры Финансового менеджмента

Сачко Юлия Александровна

ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург, магистрант кафедры Финансового менеджмента

RISK IN BUSINESS AND CLASSIFICATION OF ENTERPRISE RISKS

Piontkевич Nadezhda Sergeevna, Cand.Econ.Sci., FGBOU VPO "The Ural state economic university", Yekaterinburg, associate professor of Financial management

Sachko Yulia Aleksandrovna, FGBOU VPO "The Ural state economic university", Yekaterinburg, undergraduate of chair of Financial management

АННОТАЦИЯ

В статье дано определение предпринимательству, представлена трактовка риска как экономического понятия и дана классификация рисков, основанная на всевозможных признаках.

ABSTRACT

In the article definition is given to business, the treatment of risk as economic concept is presented and the classification of risks based on various signs is given.

Ключевые слова: предпринимательство; риск; классификация рисков.

Key words: entrepreneurship; risk; risk classification.

Предпринимательская деятельность осуществляется под воздействием многочисленных внешних и внутренних факторов, которые в случае неблагоприятного исхода ситуации реализуются в виде отдельных рисков, поэтому предпринимательство сопряжено с различными рисками.

Коммерция, бизнес или предпринимательство – это чрезвычайно разнообразная система разветвленных взаимоотношений, в которой завязаны на определенных условиях участия юридические и физические лица, выполняющие оговоренные функции в собственных финансовых интересах. В этой системе находится место для участия:

- собственника каких – либо объектов, недвижимости и т.д., приносящих ему постоянный и гарантированный доход;
- наемного работника, продающего свою рабочую силу;
- индивидуального производителя товара или услуг;
- государственного или муниципального служащего;
- менеджера, управляющего чужим имуществом;
- пенсионера, учащегося или студента, а также временно безработного;
- представителей криминального мира и вовлеченных в преступную деятельность [1, с. 16].

Как известно, предпринимательство является высоко рискованной деятельностью, так как ее участники вынуждены работать в условиях рыночных отношений, многие процессы которых не детерминированы.

Предприниматель проявляет принципиальную готовность рисковать, поскольку наряду с риском потерь существует возможность или перспектива получения дополнительных доходов.

Многовековой опыт проведения сделок доказывает, что нулевой риск обеспечивает самый низкий доход, а при самом высоком риске прибыль может иметь наибольшее значение. Для получения экономической прибыли предприниматель должен осознанно пойти на принятие рискованного решения, так как «кто не рискует, тот не выиграет» [1, с. 33].

В экономической литературе встречается множество определений понятия «риск». Чаще всего, «риск» трактуется как «опасность потерь», «вероятность потерь» или «вероятность неблагоприятного исхода финансовой операции».

Авторы понимают под риском характеристику предпринимательской деятельности, связанную с возможными неблагоприятными последствиями в случае неуспеха.

С риском предприниматель сталкивается на разных этапах своей деятельности, при этом причины возникновения конкретной рискованной ситуации могут быть разнообразными: сама хозяйственная деятельность, личность бизнесмена, недостаток информации о состоянии внешней среды и другие.

Исходя из этого, следует различать:

- риск, связанный с хозяйственной деятельностью;
- риск, связанный с личностью предпринимателя;
- риск, связанный с недостатком информации о состоянии внешней среды. [1, с. 42].

Сложность классификации предпринимательских рисков заключается в их многообразии. Существуют определенные виды рисков, действию которых подвержены все без исключения предпринимательские организации. Есть специфические виды риска, характерные для определенных видов деятельности: так, банковские риски отличаются от рисков в страховой деятельности, а последнее – от рисков в производстве. Велико и разнообразие видов рисков – от пожаров и стихийных бедствий до международных конфликтов, изменений в законодательстве и инфляционных колебаний.

На основе изучения экономической литературы авторы выделили следующие классификационные признаки и соответствующие им виды предпринимательских рисков.

1) По уровню объективности предпринимательские риски делятся на:

- чистые - фактор независим от субъекта (он чист от субъективизма), при этом субъект может искажать представления о факторе риска;
- спекулятивные - зависят как от внешней среды, так и от самого субъекта, причем результат этого взаимодействия имеет значимую неопределенность;
- креативные - полностью субъективные, связаны со способностями самого субъекта [2, с. 84-88].

2) По уровню принятия решений выделяют два вида риска:

- глобальный;
- локальный.

3) По сфере возникновения риски могут быть:

- внешние;
- внутренние.

4) По основной причине возникновения предпринимательские риски можно разделить на следующие виды:

- природно-естественные - объективно влияют на издержки производства; их благоприятное состояние сокращает затраты; разного рода природные катаклизмы могут породить непредсказуемые проблемы;
- экологические - обусловлены наступлением гражданской ответственности за нанесение ущерба окружающей среде;
- политические - способствуют возникновению убытков или сокращению размеров прибыли в результате реализации риска:
 - а) национализации и экспроприации без адекватной компенсации;
 - б) трансферта, связанный с возможными ограничениями на конвертацию местной валюты;
 - в) разрыва контракта из-за действия власти той страны, где находится компания-контрагент;
 - г) военных действий и гражданских беспорядков;

– технические - представляют собой вероятность отказа технических устройств с последствиями определенного уровня (класса) за определенный период функционирования опасного производственного объекта [3];

– производственные – обусловлены невыполнением предприятием планов и обязательств по производству продукции, услуг, других видов производственной деятельности в результате воздействия как внешней среды, так и внутренних факторов [4, с. 46];

– транспортные – связаны с перевозками грузов различными видами транспорта;

– коммерческие – риски потерь в процессе финансово-хозяйственной деятельности;

– финансовые – возникают в связи с невозможностью выполнения фирмой своих финансовых обязательств [4, с. 46-44];

– отраслевые – заключаются в вероятности потерь в результате изменений в экономическом состоянии отрасли и степени этих изменений как внутри отрасли, так и по сравнению с другими отраслями [6];

– инновационные - риски инновационной деятельности, проявляется в неблагоприятном осуществлении процесса нововведения и получении отрицательного результата от его внедрения [5].

5) По ширине охвата предпринимательские риски делятся на:

- страновой;
- региональный;
- международный.

6) По продолжительности можно выделить:

- кратковременные риски;
- постоянные риски.

7) По правомерности риски подразделяются на:

- оправданные (правомерные);
- неоправданные (неправомерные).

8) По возможности страхования риски могут быть:

- страхуемые (статистические, динамические, технические, производственные, транспортные, коммерческие);
- не страхуемые (форс-мажорные обстоятельства).

9) Управленческие риски можно подразделить на:

- риск потери собственности предприятия (слияние, поглощение и другие формы реорганизации предприятия);
- риск неэффективного управления предприятием.

10) По функциональным областям деятельности риски бывают:

- маркетинговые;
- информационно-технологические (НИОКР и др.);
- производственные;
- кадровые;
- логистические;
- финансовые.

11) Финансовые риски, в свою очередь, можно подразделить на следующие виды:

- риск неэффективного формирования и использования денежного капитала;
- инвестиционный риск;
- риск неэффективного формирования и использования оборотного капитала;
- риск неэффективного управления затратами;
- риск потери прибыли и риск неэффективного распределения прибыли;

- риск потери ликвидности.
- 12) Экологические риски делятся на:
- риски, связанные с ухудшением экологической обстановки (влечет за собой рост заболеваемости сотрудников);
 - риски, связанные с экологически опасным воздействием (риск штрафов и других издержек за причинение вреда окружающей среде и здоровью других людей).
- 13) Техногенные риски делятся на:
- риски, связанные с авариями автотранспорта (убытки, связанные с поломкой транспорта, порчей груза, увечьем сотрудников, причинением вреда третьим лицам);
 - риски, связанные с износом зданий и сооружений (ремонт и восстановление изношенного имущества);
 - риски, связанные с поломкой машин и оборудования (ремонт и покупка нового оборудования).
- 14) Природные риски могут быть следующими:
- риски, связанные со стихийными бедствиями (разрушение и поломка имущества, нарушение сроков выполнения работ, срыв графиков поставки материалов и пр.);
 - риски, связанные с истощением природных ресурсов.
- 15) Валютные риски принято подразделять на:
- операционные валютные риски (связанные с изменением валютного курса в момент совершения операции);
 - экономические валютные риск (связаны с дополнительными затратами на приобретение импортных материалов из-за повышения закупочных цен).
- 16) Коммерческие риски делятся на:
- риски, связанные с недобросовестной конкуренцией и мошенничеством со стороны партнеров по бизнесу;
 - риски, связанные с падением спроса на товары (работы, услуги);
 - риски, связанные с нарушением своих обязательств поставщиками (срыв сроков поставки сырья или поставка некачественного сырья);
 - риски, связанные с неплатежеспособностью покупателя;
 - риски, связанные с судебными издержками.
- 17) Страновые риски подразделяются на:
- риски, связанные с военными действиями (задержки поставки материалов, срыв графиков работ,

- свертывание деятельности предприятия, разрушение объектов собственности предприятия);
 - риски, связанные с изменением законодательства;
 - риски, связанные с мировым финансовым кризисом (ухудшение экономической ситуации в стране).
- 18) Социальные риски могут быть:
- связаны с забастовками (невыполнение в срок работ, риск порчи оборудования и материалов, риск потери рабочей силы);
 - связаны с ошибками персонала;
 - связаны с злоумышленными действиями (порча оборудования, хищение и пр.).
- Рассмотренные классификационные признаки предпринимательских рисков позволяют сформировать на предприятии единую систему для выявления возможных опасностей и угроз, с которыми может столкнуться конкретное предприятие, с целью принятия на этой основе мер по оценке степени вероятности реализации и по предупреждению предпринимательских рисков.

Список литературы:

1. Макаревич Л.М. Управление предпринимательскими рисками. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2006. – 448 с.
2. Поляков Р.К. Специфические особенности факторов риска: их анализ и классификация // «Российское предпринимательство». – 2008. - № 4, В.2 (109). – С. 84 – 88.
3. Постановление Госгортехнадзора РФ от 10.07.2001 № 30 «Об утверждении «Методических указаний по проведению анализа риска опасных производственных объектов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_33271/?frame=1.
4. Романов А.Н., Илюхин А.А., Илюхина С.В. Финансовая среда предпринимательства и риски. М-во образования и науки РФ, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2010. – 156 с.
5. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://official.academic.ru/8115/Инновационный_риск.
6. Энциклопедия Экономиста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/finm/otraslevoy-risk.html>.

ФОРМЫ И МАСШТАБЫ ВЫВОЗА КАПИТАЛА ИЗ РОССИИ

Мухина Дарья Александровна

студентка Ухтинского Государственного Технического Университета, Ухта

Плюснина Оксана Владимировна

к.э.н, доцент Ухтинского Государственного Технического Университета, Ухта

THE FORM AND EXTENT OF THE EXPORT OF CAPITAL FROM RUSSIA

Mukhina Darya Alexandrovna, student of Ukhta State Technical University

Pliusnina Oxana Vladimirovna, Candidate of Science, associate professor of Ukhta State Technical University, Ukhta

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассмотрены некоторые особенности вывоза капитала из России; «бегство капитала», его причины и проблемы, а также их решение; государственное регулирование экспорта и импорта капитала.

ABSTRACT

This article describes some features of the export of capital from Russia; "capital flight", its causes and problems and their solution; government regulation of exports and imports of capital.

Ключевые слова: вывоз капитала, бегство капитала, инвестиции, экспорт, отток, налоги, финансирование.

Keywords: the export of capital, capital flight, investment, exports, outflow, taxes, financing.

Многие из нас не знакомы с таким крупномасштабным явлением как «бегство капитала». В литературе существует множество различных определений данного явления и постоянное мешание таких категорий, как «вывоз», «бегство», «отток», «экспорт» капитала. Для начала необходимо дать одно из определений капитала.

Капитал – это сумма благ в виде материальных, интеллектуальных и финансовых средств, используемых в качестве ресурса в целях производства большего количества благ [1]. По экономическому определению капитал разделяется на реальный и финансовый. Но все чаще экономисты выделяют третий вид капитала – человеческий. Реальный делится на оборотный и основной, в России его называют основными фондами. Финансовый в свою очередь состоит из денег и ценных бумаг, то есть может приносить доход в форме прибыли и процента.

Вывоз капитала в России и есть отток – относительно новый термин, который появился в середине 2000-х годов. В это время прошла либерализация счета капитала. Она сделала рубль конвертируемой валютой. Тогда же стало ясно, что капитал может как утекать, так и наоборот, притекать, в зависимости от рыночной и экономической конъюнктуры.

Россия вывозит капитал, в частности в рамках его бегства. Бегство – это процесс вывоза капитала за рубеж физическими и юридическими лицами, который не регулирует государство [2]. Он осуществляется для более надежного и выгодного их вложения, а также во избежание высокого налогообложения, потерь от инфляции и принудительного отчуждения имущества частных собственников.

Основное и самое важное отличие бегства от оттока заключается в том, что в первой ситуации идет речь об экономически целесообразной законной операции, а во втором – экономические агенты просто всеми правдами и неправдами пытаются умыкнуть каждый доллар, который попадает им в руки, за границу, а наше государство пытается их поймать и наказать. Казалось, что с отменой валютного контроля в части запрета на вывоз капитала понятие «бегство» останется в прошлом – и много лет так оно и было. Экономические агенты четко отделяли внешнеторговые операции от инвестиционных, и, если считали необходимым инвестировать за границу, делали это открыто, а не пытаясь что-то умыкнуть на сомнительных экспортно-импортных операциях.

Бегство капитала может быть легальным и нелегальным. Легальное бегство капитала происходит преимущественно в виде роста зарубежных активов российских коммерческих банков, покупки иностранных ценных бумаг и притока иностранной наличной валюты в Россию для ее продажи желающим. Нелегальное бегство капитала складывается из непереведенной из-за рубежа экспортной выручки и предоплаты не поступившего импорта, контрабандного экспорта, а также из формально упущенной выгоды по бартерным операциям. В результате ежегодный вывоз капитала из России составляет несколько десятков миллиардов долларов, значительно превосходя ввоз капитала в страну.

Ведущей формой вывоза капитала из России в период 1991-1993 гг. являлся экспорт ссудного капитала в бывшие советские республики. Россия субсидировала их

на сумму, составившую около 8% российского ВВП, предоставляя им так называемые технические кредиты для покупки российских товаров и занижая цены на них по сравнению с мировыми. Однако в последние годы государственные кредиты невелики, их роль на себя взяли экспортные кредиты предприятий, а также те поставки товаров в страны-члены СНГ, которые часто не полностью оплачиваются и превращаются в задолженность этих стран России.

Вывоз предпринимательского капитала из России относительно невелик. Эти инвестиции преимущественно размещены в Западной Европе в целях создания товаро- и услугопроводящей сети и часто имеют форму оффшорных компаний.

Представляется, что в будущем важнейшим регионом размещения российского капитала могут стать бывшие советские республики, что связано с их особой ролью во внешнеэкономических связях страны. Этому может способствовать, и капитализация долга бывших советских республик.

Вывоз капитала из России осуществляется как законным способом, так и незаконным (в форме бегства капитала). Основной законодательной базой инвестиций за рубежом для российских резидентов являются два федеральных закона: «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25 февраля 1999 N 39-ФЗ (ред. от 28.12.2013) и «О валютном регулировании и валютном контроле» от 10.12.2003 N 173-ФЗ (ред. от 04.11.2014).

Совершенно очевидно, что бегство капиталов далеко не однородное явление. Оно включает в себя полностью криминальные виды, незаконные, но не преступные разновидности, и совершенно легальные формы утечки капиталов за пределы России. В свою очередь можно различать несколько относительно самостоятельных разновидностей криминального бегства капитала из страны. Таковыми являются:

- бегство, преступное как по способам осуществления, так и по происхождению капиталов;
- бегство, не преступное по происхождению капиталов, но преступное по способам его осуществления;
- бегство, преступное по происхождению капиталов, но не преступное по способам его осуществления.

Незаконные, но не преступные разновидности бегства капиталов за пределы Российской Федерации. Эти виды бегства капиталов могут быть подразделены на следующие группы:

- бегство, незаконное, но не преступное, как по способам осуществления, так и по происхождению капиталов;
- бегство, законное по характеру происхождения капиталов, но незаконное, но не преступное, по способам его осуществления;
- бегство, незаконное, но не преступное, по происхождению капиталов, но законное по способам его осуществления.

Среди причин бегства капитала существуют такие, как: кризис системы денежного обращения и кризис рубля, как ее основы; кризис отношений собственности,

которая в рамках акционерных обществ практически превратилась в собственность менеджеров этих компаний, манипулирующих ею по своему усмотрению, часто не выплачивающих даже зарплату работникам и не обеспечивающих простое воспроизводство; утеря контроля над валютными операциями и ряд других причин.

Главная форма вывоза капитала – ссудная (в виде кредитов, вложений на счета кредитных организаций). Активно покупаются гражданами России также ценные бумаги, недвижимость за рубежом. Такой отток капитала противоречит национальным интересам России, сокращая финансово-инвестиционный потенциал. Годовая утечка превышает в 4 раза ежегодные платежи страны по внешнему долгу и составляет до 25% экспортной выручки страны [3].

При решении проблемы «бегства капитала» выделяются два крайних подхода: либерально-рыночный и административно-государственный. Сторонники первого подхода считают, что проблема является следствием незрелости рыночной экономики и в будущем разрешится сама собой. Административно-государственный подход предполагает в качестве причины общую криминализацию экономики.

Предполагается совершенствовать административно-государственный контроль во внешнеэкономической сфере, стимулировать репатриацию капиталов. Реализация двух подходов в комплексе составляет суть политики государства в этом направлении.

Национально-правовое регулирование основано на использовании норм и институтов традиционных отраслей национальной системы права (административное, гражданское и др.). В большинстве стран сложился свод законов по иностранным инвестициям – инвестиционные законы. Основные положения:

- 1) Условия, а также правовые гарантии иностранных инвестиций в принимающей стране. Цель этих гарантий – обеспечение взаимных интересов принимающей страны и иностранных инвесторов. По существу, речь идет об отсутствии дискриминации иностранных инвесторов по сравнению с местными.
- 2) Предоставление иностранным инвесторам льгот и привилегий, так как иностранные инвестиции связаны с повышенным политическим и коммерческим рисками, дополнительными расходами на транспорт, связь и многое другое.

С точки зрения регулирования можно выделить два направления государственного воздействия:

- 1) Иностранные инвестиции в национальной экономике;
- 2) Инвестиции резидентов в экономику других стран.

Первое направление связано с созданием определенной системы, направленной на привлечение (в некоторых случаях на ограничение), стимулирование и контроль за иностранными инвестициями в национальной экономике. Система регулирования иностранных инвестиций связана с созданием институциональных структур и комплексом реализуемых ими мер, направленных на повышение эффективности осуществляемой государственной политики в отношении капиталовложений из-за рубежа.

Вторым направлением государственного воздействия является регулирование вывоза капитала – процесса экспорта инвестиций резидентами за рубеж. Официально капитал может вывозиться за рубеж в виде прямых и портфельных инвестиций, в ссудной форме – в виде кредитов, размещения капитала на банковских депозитах и различных счетах.

Основная причина «бегства капитала» – отсутствие благоприятного инвестиционного климата. Как показывает мировой опыт, такое явление возникает прежде всего в тех странах, где существует политическая нестабильность, высокие налоги, инфляция, отсутствуют гарантии для инвесторов.

Помимо официальных каналов, капитал может вывозиться за границу и неофициально. К последней форме относится вывоз за границу незаконно полученного (криминального) капитала. Незаконные методы перевода капитала за рубеж связаны с особенностями национального законодательства и государственного регулирования данной сферы. В России, например, к ним можно отнести депонирование на счетах зарубежных банков доходов от экспорта, занижение экспортных цен и завышение импортных, что особенно активно используется в бартерных операциях, авансовые платежи под импортные контракты без последующей поставки товара, зачисление валюты на зарубежные счета российских резидентов, возможен также вывоз капитала в виде наличной иностранной валюты.

Государственное регулирование экспорта капитала должно быть направлено на сокращение объемов незаконного вывоза капиталов, для чего необходимо, прежде всего, осуществлять мероприятия по улучшению инвестиционного климата в стране.

Особое место в системе государственного регулирования внешнеэкономической деятельности занимает валютное регулирование.

Валютное регулирование может включать в себя валютные ограничения. По конечному эффекту они близки к количественным ограничениям, поэтому иногда рассматриваются как разновидность нетарифных инструментов регулирования.

Валютные ограничения могут регламентировать операции резидентов и нерезидентов с валютой или валютными ценностями. Они связаны с применением ограничений на перевод за рубеж валютных средств по капитальным и (или) текущим статьям платежного баланса, с ограничением возможностей резидентов покупать иностранные товары, услуги, предоставлять за границу кредиты. Валютные ограничения являются частью валютного контроля, осуществляемого правительством.

Капитал и инвестиции продолжают утекать из России, несмотря на высокие нефтяные цены и кажущуюся привлекательность российского рынка. Экономический кризис ускорил сокращение притока иностранных инвестиций в Россию. До начала кризиса, в последнем полностью благополучном 2007 году, иностранные инвестиции в Россию превысили инвестиции из России более чем на треть, составив 120,9 против 74,6 млрд. долл. Паника 2008 года переломила ситуацию: инвестиционное сальдо стало отрицательным. Достаточно указать, что крупнейшим местом приложения российских капиталов стала Швейцария – идеальное место для хранения денег, но совсем непростое для заработка. В Швейцарию ушло 34,9 млрд. долл. – более 40% российских инвестиций за рубеж. Спрос на заграничную недвижимость у россиян за последние годы вырос примерно в два раза. Развитие рыночной экономики в России и международного экономического сотрудничества обусловило необходимость совершенствования системы валютного регулирования и валютного контроля. Чистый вывоз капитала банками и предприятиями из России, по данным ЦБ РФ, за первые три месяца 2014 г. составил \$50,6 млрд. Это почти вдвое больше, чем в первом квартале 2013 г. (тогда «убежало» \$27,5 млрд.). За этот же период втрое сократился объем

прямых иностранных инвестиций в российский небанковский сектор, составив \$11,9 млрд. [1].

На сегодняшний день наиболее актуальными направлениями улучшения инвестиционного климата на федеральном уровне являются:

- формирование оптимальной структуры и уровня налогов, стимулирующих модернизацию, диверсификацию экономики и обеспечивающих инвестиционную конкурентоспособность российской экономики, и при этом гарантирующих необходимый уровень бюджетных поступлений;
- нормализация тарифов компаний-естественных монополий, создание системы, обеспечивающей их экономически оправданный уровень;
- значительное повышение доступности финансирования, развитие финансовой системы в соответствии с потребностями модернизации;

- совершенствование технического и таможенно-тарифного регулирования в соответствии с потребностями модернизации;
- совершенствование антимонопольного регулирования;
- стимулирование спроса на инновационную продукцию и продукцию модернизированных предприятий;
- обеспечение кадрами модернизации экономики.

Список литературы:

1. <http://investments.academic.ru/1027/Капитал>
2. <http://www.luxury.net.ru/russian-market/9482.html>
3. <http://eclib.net/27/46.html>

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ РОССИИ ПУТЕМ ПРОВЕДЕНИЯ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗА 2011-2013 ГГ.

Пономарева Ирина Васильевна

старший преподаватель кафедры экономики и финансового права Российского государственного социального университета, город Тольятти

IDENTIFY PROSPECTS FOR DEVELOPMENT OF RUSSIA THROUGH MACROECONOMIC ANALYSIS OF FOREIGN TRADE ACTIVITIES IN 2011-2013

Ponomareva Irina, senior lecturer of the Department of Economics and financial law Branch of Russian state social University in the city of Togliatti

АННОТАЦИЯ

В статье определены дальнейшие перспективы России вследствие проведения исследования мировой экономики и макроэкономического анализа внешнеэкономической деятельности России за 2011-2013 года. В результате выполненного анализа получены выводы и дана оценка внешнеторгового оборота и экономики России.

ABSTRACT

The article defines the future prospects of Russia as a result of the study of the world economy and the macroeconomic analysis of foreign economic activity of Russia for 2011 and 2013. As a result of the analysis obtained conclusions and assesses foreign trade and economy of Russia.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, экспорт, импорт, валовый внутренний продукт.

Keywords: foreign trade, exports, imports, gross domestic product.

В эпоху глобализации внешнеэкономическая деятельность хозяйствующих субъектов приобретает все более важную роль в экономике страны с традиционным сектором – внешней торговлей. Международная торговля дает возможность субъектам работать на привлекательных рынках, повышая при этом прибыль из-за увеличения объемов продаж или же из-за уменьшения издержек за счет низких цен приобретаемых ресурсов и товаров. При этом подобная деятельность хозяйствующих субъектов, являющихся резидентами страны, выгодна для государства, так как инициирует социально-экономическое развитие страны, регионов, увеличению валового внутреннего продукта и валового национального продукта, численность экономически активного и занятого населения, дохода населения. Однако, внешнеэкономическая деятельность, как и любая другая деятельность, российских субъектов сопряжена с рисками, особенно с финансовыми. Финансовые риски оказывают значительное влияние на экономическое поведение субъектов. Для подробного рассмотрения существования финансовых рисков в России необходимо провести макроэкономический анализ внешнеэкономической деятельности страны.

В последние три года можно отметить замедление роста мирового товарооборота. В 2013 году по физическому объему мировой товарный экспорт увеличился на 2,1%, тогда как в 2011 году этот показатель увеличился на 5%, то есть при неизменных мировых ценах и валютных курсах. Основными причинами подобного падения темпов роста торговли являются вялое развитие всей мировой экономики, которая до настоящего не стабилизировалась после недавнего глобального финансово-экономического кризиса, об этом факте свидетельствуют различные публикации Всемирной торговой организации (ВТО), агентств Fitch и Bloomberg.

Так, согласно Докладам о мировой торговле секретариата ВТО [1, 2, 3], прирост мирового валового внутреннего продукта (ВВП) уменьшился с 2,4% в 2011 году до 2,2% 2013 году, что наглядно демонстрирует, что показатели роста и мировой торговли не достигли предкризисного уровня, но и оказались ниже среднегодовых темпов роста за последние двадцать лет.

Мировая экономика подвергается кардинальным видоизменениям, вследствие финансового кризиса, оказывающим влияние на международную торговлю. По этой причине большинство стран пересматривает отношение к импорту, поиску внутренних резервов для оптимизации

производства, форсированию процессов энергосбережения, материалосбережения и экономики. Рассматривая современное состояние мировой экономики можно с уверенностью констатировать происходящее колебание внешне-торговых цен и деформирование товарных потоков. Этому всему способствовало усиление нестабильности на валютных рынках, спровоцировавшее резкие колебания валютных курсов, тем самым оказавшее сильное влияние на мировую торговлю.

Примечательно, что внешнеэкономические факторы активно воздействуют на мировую торговлю уже в течение длительного времени крайне негативно [4, с. 112]. Перечислим некоторые внешнеэкономические факторы, оказывающие сдерживающее влияние на рост мировой торговли:

- повышение процентных ставок Соединенных штатов Америки (США);
- повышение валютно-финансовых ставок в развивающихся странах;
- преобразование в экономической политике развивающихся стран, оказывающее стимуляцию внутреннего спроса;
- неустойчивая ситуация на Ближнем Востоке и странах Азии;
- снижение уровня цен на энергоносители;
- применения протекционистских мер ряда стран;
- увеличение стоимости и снижение объемов мирового импорта;
- сокращение физического объема мирового экспорта товаров;
- сдержанность внешнего финансирования вызвало рост рискованных премий, ужесточение условий кредитования;
- активизация природных процессов, явлений и катаклизмов;
- ограничение внешнего спроса и т.д.

Важной чертой развития мировой торговли в последние годы стало значительное снижение внешнеторговых цен на 5%, сравнивая мировые цены 2011 года с мировыми ценами 2013 года, в том числе цены на сырьевые товары подешевели на 1%, непродовольственные сельскохозяйственные товары на 11%, продовольствие на 1%, металлы на 21%.

С 2011 года наметилась тенденция зависимости внешней торговли от темпов общеэкономического развития, как отдельных стран, так и групп стран. Вследствие этого, мировой экспорт товаров вырос с 18 215 млрд. долларов США в 2011 году до 18 816 млрд. долларов США в 2013 году, а мировой импорт товаров вырос с 18 380 млрд. долларов США в 2011 году до 18 890 млрд. долларов США в 2013 году.

Говоря о сальдо внешней торговли, то надо отметить, что на протяжении 2011-2013 годов оно отрицательное, несмотря на положительную динамику, в 2011 году оно составило 165 млрд. долларов США, а в 2013 году 74 млрд. долларов США. Вследствие этого мировой торговый баланс продолжает оставаться пассивным.

Причинами столь низкого роста объема мировой торговли стало медленное развитие экономик стран после кризиса 2008 года и кризиса Еврозоны в 2012-2013 годах, который усугубил ситуацию в темпах производства, спросе и потреблении. К одной из причин, препятствующей подъему международной торговли, можно еще отнести структурную, так как страны в последнее время стали стимулировать деофшоризацию, возвращение производств на свою территорию, ранее перенесенных на территорию других государств и приостановили либерализацию. Ввиду того, что объем потоков товаров стал очень чувствителен к любым изменениям, закономерно указать следующую причину – прямую зависимость международная торговля от такого макроэкономического показателя как ВВП. На сегодняшний день при снижении ВВП на один процент, мировой товарооборот падает почти на четыре процента. Однако, ВВП во многих странах стагнирует, что влечет за собой проблемы в финансовой сфере, производстве, фондовых рынках и т.д.

Торговля услугами, в целом, развивается аналогично торговле товарами. Мировой экспорт услуг вырос с 3 865 млрд. долларов США в 2011 году до 4 381 млрд. долларов США в 2013 году, а импорт услуг вырос с 4 150 млрд. долларов США в 2011 году до 4 644 млрд. долларов США в 2013 году. Принимая во внимание данные ВТО касательно России, можно отметить, что опережающими темпами увеличивается российский экспорт и импорт услуг. Экспорт услуг России увеличился с 3 865 млрд. долларов США в 2011 году до 4 381 млрд. долларов США в 2013 году, импорт же услуг возрос с 4 150 млрд. долларов США в 2011 году до 4 644 млрд. долларов США в 2013 году. В мировом рейтинге Россия занимала 22-е место по экспорту услуг и 15-е место по их импорту в 2011 году, а в 2013 году Россия достигла 21-го места и 10-го места соответственно, хотя доля страны в глобальных поставках составила всего 1,4% в 2013 году. Все это свидетельствует о низкой степени вовлеченности российских компаний в международный обмен услугами и недостаточном развитии данного сектора в системе внешнеэкономических связей страны.

Главным макроэкономическим показателем является ВВП, отражающий стоимость товаров и услуг, производимых в конкретной стране за определенный период. Как видно из таблицы 1, динамика ВВП весьма положительна, то есть ВВП России увеличился на 20% с 1 905 млрд. долларов США в 2011 году до 2 097 млрд. долларов США в 2013 году.

Таблица 1

Макроэкономические показатели России за 2011-2013 года

Показатели	2011		2012		2013	
	млрд. долларов США	Доля в ВВП, %	млрд. долларов США	Доля в ВВП, %	млрд. долларов США	Доля в ВВП, %
ВВП	1 905	100	2 017	100	2 097	100
Внешнеторговый оборот	1 040	54,6	1 024	50,8	1 054	50,3
Экспорт	576	30,2	587	29,1	588	28,1
Импорт	464	24,4	437	21,7	466	22,2

Между тем, на протяжении трех лет величина ВВП не оправдывает прогнозные ожидания роста Министерства экономического развития, этому способствуют несколько причин:

- ухудшение ситуации в глобальной экономике, как отмечалось уже ранее, вследствие финансовых кризисов;
- низкая производительность труда особенно в бюджетной сфере, так как около половины работников заняты исключительно формированием отчетности;
- низкий уровень промышленного производства, подобное снижение наблюдается еще с 2010 года и обуславливается снижением степени инвестирования в основной капитал;
- снижений цен на нефть, подобное снижение определяется уменьшением внешнего спроса, сохранившейся из-за слабости экономики еврозоны и нестабильной ситуации на основных развивающихся рынках, импортирующих сырье;
- снижение инвестиционного спроса и отток иностранного капитала, подобное снижение обуславливается структурными факторами, а именно слабостью политических и экономических институтов, сдерживающие конкурентоспособность экономики России и оказывающие отрицательное влияние на деловой и инвестиционный климат страны;
- замедления роста потребления и потребительского кредитования, подобное замедление объясняется увеличением безработицы, ослаблением показателей ликвидности и повышением процентных ставок по кредиту;
- неэффективная методика прогнозирования, подобная неэффективность вызвана получением недостоверных данных и малоэффективной системой межбюджетных отношений.

Объем внешнеторгового оборота России вырос с 1040 млрд. долларов США в 2011 году до 1054 млрд. долларов США в 2013 году, увеличение произошло на 2%, чему способствовал рост импорта и экспорта России. Долевое отношение экспорта и импорта во внешнеторговом обороте в динамике осталось примерно в том же соотношении 60% и 40% соответственно. При всем при этом, доля внешнеторгового оборота России находится в пределах 50-55% от объема ВВП за последние три года и имеет отрицательную динамику. Подобная ситуация наблюдается у экспорта и импорта, за анализируемый период доля экспорта составляла 28-30% от ВВП страны, а доля импорта 20-25% от ВВП.

Экспорт России играет важную роль в сохранении, улучшении качества и уровня жизни, стабильности экономики страны и регионов, социальной сферы и составляет

более 25% от ВВП. Собственно, за счет экспорта создается ощутимый валютный запас, демпфирующий кризисные явления. Именно, за счет денежных средств, полученных от экспорта, осуществляются импортные закупки необходимых товаров для страны.

Объяснить рост российского импорта в анализируемом периоде можно несколькими причинами. Во-первых, с 2012 года Россия вступила во ВТО, что, в свою очередь, вызвало снижение импортных пошлин на большинство товаров и в какой-то степени способствовало вытеснению продукции отечественных производителей с внутреннего рынка. Во-вторых, реальный курс рубля достиг критических значений, при которых российские торгуемые сектора перестают быть конкурентоспособными по отношению к импортной продукции. В-третьих, резкое ужесточение Центральным банком России денежно-кредитной политики.

Учитывая сильную зависимость российского экспорта в ближайшие годы от сырьевой составляющей и потребности в сокращении ее доли в общем объеме, путем диверсификации экспорта России, переориентации страны на увеличение доли поставок услуг. Поэтому российским экспортерам услуг следует увеличить круг предоставляемых услуг, ориентируясь на более новые и наукоемкие виды, усиливая конкурентоспособность традиционных услуг, внедряясь на перспективные рынки услуг.

В итоге проведенного макроэкономического анализа внешнеэкономической деятельности России необходимо сказать, что российский товарооборот, предоставление услуг, как и экономики в целом, затруднительно назвать удовлетворительным. Ввиду сильной зависимости российских экспортно-импортных операций от мировой экономики и скорости оборота международной торговли, которые упали, то изменения во внешнеэкономической деятельности для России и российской экономики маловероятны.

Список литературы:

1. World Trade Report 2011. [электронный ресурс] – Режим доступа. - URL:http://www.hse.ru/data/2011/11/10/1272142065/world_trade_report11_e.pdf
2. World Trade Report 2012. [электронный ресурс] – Режим доступа. - URL:http://www.hse.ru/data/2012/08/15/1257209077/world_trade_report12_e.pdf
3. World Trade Report 2013 [электронный ресурс] – Режим доступа. - URL: http://www.hse.ru/data/2013/07/29/1288391546/world_trade_report13_e.pdf
4. Козлова Н. В., Сотник Ю. А. Основные направления внешнеэкономической деятельности предприятия// Актуальные вопросы экономических наук: материалы II междунар. науч. конф. — Уфа: Лето, 2013. — С. 112-114.

АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТА БАНКОМ.

Рамазанова Мадина Рамазановна

студентка 5 курса специальности «Финансы и кредит» Дагестанского Государственного Университета, г.Махачкала

Исаева Шамсият Магомедовна

канд.э.наук, доцент Дагестанского Государственного Университета

ANALYSIS OF PROFITABILITY OF CUSTOMER SERVICE BY BANK.

Ramazanova Madina Ramazanovna, Student of 5 course of Daghestan State University, Makhachkala

Isaeva Shamsiyat Magomedovna, Candidate of Science, associate professor of Daghestan State University

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается содержание системы взаимоотношений банка и клиентов. Рассмотрены проблемы повышения рентабельности обслуживания банковских клиентов. Предлагается методика расчета рентабельности взаимоотношений банка с клиентами.

ABSTRACT

In article are considered the maintenance system of relationship of bank and clients. Problems of increase of profitability of customer service are considered. The method are offered of calculation of profitability of relationship of bank with clients.

Ключевые слова: рентабельность обслуживания клиента; косвенные расходы; матрица рентабельности клиента; стратегии управления рентабельностью.

Keywords: profitability of customer service; indirect expenses; customer profitability matrix; profitability management strategy.

Рентабельность является одним из важнейших показателей деятельности любого хозяйствующего субъекта. В процессе рыночной трансформации финансово-кредитной системы России высокий уровень данного показателя обеспечивался в первую очередь благоприятной для них ситуацией на финансовых рынках. Основным путем достижения необходимого уровня рентабельности является повышение эффективности обслуживания каждого клиента.

Существует межуровневое разделение управления рентабельностью коммерческого банка, включающее в себя [4]:

1. управление рентабельностью коммерческого банка в целом;
2. управление рентабельностью отдельных направлений деятельности коммерческого банка;
3. управление рентабельностью банковского продукта.

Для эффективного управления рентабельностью обслуживания клиентов банк должен в первую очередь располагать информацией о фактически сложившемся уровне рентабельности.

Система взаимоотношений коммерческого банка с клиентами носит денежный характер, связанный с использованием инструментов финансового рынка для привлечения и размещения ресурсов в наличной и безналичной форме, в национальной и иностранной валюте, построена на контактном или дистанционном методе общения и имеет целью получение положительного эффекта обоими партнерами [1, с.74].

Отсюда следует, что рентабельность взаимоотношений коммерческого банка с клиентами определяется как отношение прибыли от таких взаимоотношений к сумме расходов, связанных с их организацией. Базовым показателем для оценки рентабельности таких взаимоотношений является показатель рентабельности затрат. Рентабельность взаимоотношений при этом рассчитывается при этом не только банком, но и клиентом, что следует из принципов рациональной деятельности и взаимной заинтересованности.

Для расчета рентабельности взаимоотношений банка и юридических лиц можно использовать формулу [2, с.68]:

$$R = \frac{\text{прибыль}}{\text{расходы}} = \frac{\text{доходы} - \text{расходы}}{\text{расходы}}$$

Расчет суммы доходов не представляет сложности. Процентные доходы от активных операций и комиссионные доходы могут быть взяты из данных бухгалтерского учета банка. В основном это доходы от размещения денежных на счетах клиентов. Для их расчета используется формула [2, с.68]:

$$\text{Доход} = \frac{(100 - \text{ФОР})}{100} \times C,$$

где ФОР - норма отчисления в фонд обязательных резервов; С - средние остатки на счетах клиента.

Сложность представляет расчет суммы косвенных расходов. Абсолютно точно можно рассчитать сумму процентных расходов, исходя из средневзвешенной задолженности по активным операциям и стоимости привлечения. Что касается суммы косвенных расходов, т.е. расходов на содержание персонала, на аренду, амортизационные отчисления, то сложность в данном случае связана с распределением доли этих расходов на конкретного клиента.

Обычно следует распределить косвенные расходы пропорционально числу клиентов либо на основе их доли в различных операциях. Данный подход позволяет осуществить приблизительный, а следовательно, и условный расчет показателя рентабельности обслуживания клиентов. Для более точного расчета необходимо использовать формулу [2, с.68]:

$$Z = N_1 \times Z_1 + N_2 \times Z_2 + \dots + N_i \times Z_i,$$

где Z – косвенные затраты на обслуживание клиента, N_i – количество операций одного вида за период времени; Z_i – себестоимость одной операции данного вида.

Анализируя показатели рентабельности, можно выявить резервы повышения эффективности деятельности банка. Это позволяет сделать группировка статей баланса по уровню доходности операций в активе и стоимости ресурсов в пассиве. Целесообразно размещать статьи пассива баланса в направлении увеличения стоимости ресурсов, а статьи актива – в сторону уменьшения доходности проводимых операций. Таким образом, видно из чего складывается данный уровень рентабельности, не доходность каких активов покрывается за счет дешевизны ресурсов.

Использование собственных ресурсов для кредитования уменьшает стоимость ресурсов и тем самым способствует увеличению уровня прибыльности операций банка. Поэтому банки, обладающие значительными собственными средствами, могут быть высокорентабельными даже в том случае, если они имеют низкую доходную маржу [3, с.444].

При определении стратегии работы банка с клиентами можно использовать матрицу рентабельности клиента, разработанную британскими специалистами М.Кристофером и Х.Пэком, с поправками на банковскую сферу [2, с.69].

Клиенты с высоким доходом и низкими затратами находятся в зоне «Защищать» и должны считаться VIP – клиентами. Стратегия работы с таким клиентом заключается в создании таких взаимоотношений, при которых он не будет искать альтернативный банк.

Клиенты с высоким доходом и высокими затратами расположены в зоне «снижать себестоимость». Для выбора стратегии необходимо провести тщательный анализ структуры затрат и выработать меры по их снижению.

Матрица рентабельности клиента

		Уровень затрат	
		низкий	высокий
Сумма дохода	высокий	Создавать	Опасная зона
		Защищать	Снижать себестоимость

Клиенты с низким доходом и низкими затратами находятся в зоне «Создавать». Клиенты этой самой многочисленной категории относятся к малоизученным. Основная задача банка в отношении данной группы – изучить ее потенциальный спрос на банковские услуги и максимально «догрузить» банковскими продуктами. Не исключено, что такие клиенты параллельно пользуются услугами других банков либо финансовых компаний. В построении взаимоотношений с данной группой клиентов первостепенное значение играет эффективность маркетинговой службы банка. Делая упор на банковский маркетинг, можно добиться рентабельного обслуживания клиентов.

Клиенты с низкими доходами и высокими затратами, которые находятся в «Опасной зоне», это проблемные клиенты, их обслуживание убыточно для банка. Скорее всего от них банк должен избавляться. Как правило, это клиенты, испытывающие значительные финансовые трудности.

На сегодняшний день ключевым вопросом для менеджеров любого банка является рентабельное обслужи-

вание каждого клиента. Показатель рентабельности взаимоотношений банка с клиентами является одним из важнейших индикаторов качества клиентской базы банка, так именно в процессе взаимодействия с каждым конкретным клиентом у коммерческого банка формируются доходы и расходы, а следовательно и финансовый результат. Поэтому стратегия работы банка с клиентом должна строиться в зависимости от рентабельности его обслуживания.

Список литературы:

1. Е.А.Александрова. Оценка рентабельности взаимоотношений банка с клиентами // Банковское дело. 2013., №7, 73-76 с.
2. К.Б.Гришков. управление рентабельностью обслуживания клиентов кредитной организации // Банковское дело. 2014., № 7, 68-69 с.
3. Анализ деятельности коммерческого банка: Учебник для бакалавров и магистров / под ред. А.А. Казимагомедова. - Махачкала: АЛЕФ (ИП Овчинников), 2012. – 468 с.
4. Электронный ресурс: <http://xreferat.ru/7/2294-1>.

ФОРМЫ ИНТЕГРИРОВАННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР МЕДИАИНДУСТРИИ

Казарян Маргарита Альбертовна

д.э.н., доцент кафедры национальной экономики, Российская академия народного хозяйства при Президенте Российской Федерации, г. Москва, РФ

Шаронин Павел Николаевич

ассистент кафедры экономики и менеджмента медиабизнеса

Московский государственный университет печати имени Ивана Федорова, г. Москва, РФ

THE INTEGRATED INTERACTION FORMS OF ENTERPRISE STRUCTURES IN MEDIAINDUSTRY

Kazaryan Margarita, Ph.D, associate professor department of national economy, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russian Federation

Sharonin Pavel, assistant Department of economics and management of media business, Moscow State University of Printing Arts

АННОТАЦИЯ

В статье раскрывается сущность и формы интегрированного взаимодействия как основного инструмента адаптации предпринимательских структур медиаиндустрии в сложившихся условиях информационной экономики.

ABSTRACT

The article reveals the essence and forms of integrated interaction as the main tool to adapt business structures in media industry in the current information economy.

Ключевые слова: интеграция, предпринимательские структуры, слияние, присоединение, медиаиндустрия
Keywords: integration, business structures, merger, acquisition, media industry

На современном этапе развития экономики процессы интеграции предпринимательских структур составляют основу развития как на уровне отдельных стран, так и отдельных экономических субъектов, в том числе и в медиаиндустрии.

Посредством различных видов интеграции капиталов происходит создание сложных предпринимательских структур медиаиндустрии, позволяющих им адаптироваться к динамичным условиям современной информационной экономики, с целью ответа на вызовы внешней среды.

Определяющим фактором конкурентоспособности предпринимательской структуры медиаиндустрии становится интеграционное взаимодействие как принципиально новая экономическая парадигма понимания поведения экономических субъектов в конкурентном пространстве.

Сущность интеграции на уровне предпринимательских структур медиаиндустрии может проявляться через:

- инициирование отношений между ранее разрозненными предпринимательскими структурами;
- углубление и усиление, а также придание систематического характера существующим отношениям;
- расширение существующих и появление новых взаимоотношений;
- возникновение новых интегративных свойств в структуре.

Изначально большинство экономических связей происходят хаотично, не имея постоянства, и определяются влиянием вероятностных факторов. В процессе экономической деятельности происходит усиление, углубление, приобретение систематического характера данных взаимоотношений.

В настоящее время как в зарубежной, так и в отечественной научной литературе особое внимание уделяется интеграционным процессам в экономике, позволяющим адекватно и своевременно реагировать на различные изменения факторов внешней среды, влияющие на деятельность предпринимательской структуры и, тем самым повысить её адаптивность к условиям внешней среды, а также конкурентоспособность и эффективность своей деятельности [4, с.76].

На сегодняшний день, в зависимости от тесноты связи, в медиаиндустрии можно выделить следующие формы взаимовыгодного сотрудничества между предпринимательскими структурами:

- формирование стратегических альянсов (мягкая форма);
- межструктурная кооперация (умеренная форма);
- полное слияние или присоединение предпринимательских структур (жесткая форма).

Особого внимания требует последняя форма, так как она представляет собой предельный вариант интеграции, в результате которого появляется единая интегрированная предпринимательская структура.

Базисом данной классификации видов интеграции, являются два критерия, которые преимущественно определяют сущность и способы разграничения интеграционных процессов – это механизм осуществления и результат [2, с.41].

Под жесткой интеграцией понимается консолидация всех видов хозяйственной и экономической деятельности структур-участниц, концентрацию функций управления и контроля в рамках единой предпринимательской структуры. Это достигается путем реорганизации в форме слияния или присоединения, критерии которой определены в ст. 57, 58 Гражданского кодекса Российской Федерации [1].

Умеренную форму интеграции составляют процессы сращивания предпринимательских структур, осуществляемые посредством механизма приобретения корпоративного контроля. Данный механизм предполагает, в узком смысле, право назначать руководителей, через получение большинства голосов в совете директоров, а в широком смысле – возможность собственников влиять на построение стратегии, целей, задач, а также на текущую деятельность предпринимательской структуры и, в то же время, оценивать результаты этой деятельности. Другими словами, возможность собственников определять принятие управленческих решений и осуществлять контрольные функции [5, с. 197].

В процессе проведения умеренной интеграции осуществляется соединение предпринимательских структур по принципу «материнская – дочерняя». В данном случае, стратегическое планирование и контроль концентрируются в управленческой системе материнской структуры, а дочерняя структура продолжает осуществлять свою экономическую деятельность как обособленное юридическое лицо.

В рамках мягкой интеграции объединение предпринимательских структур происходит на контрактной основе, без организационно-правовых изменений для каждой из сторон. К примеру, могут создаваться маркетинговые альянсы, с использованием принципов ко-брендинга.

Мотивацией, в данном случае, является достижение стратегических целей, реализация которых может предполагать централизацию отдельных функций управления и контроля [3, с. 53]. Среди форм интеграционных процессов наибольшее распространение получила форма слияний и присоединений предпринимательских структур.

Учитывая отличительные черты современного этапа развития экономики, большинство предпринимательских структур понимают необходимость сотрудничества с другими субъектами рынка в виде различных интеграционных процессов. Слияния и присоединения в российской практике, согласно статистической информации, становится одним из популярнейших механизмов адаптации субъектов рынка к динамичным внешним условиям.

Расширение кооперационных связей между конкурентами, поставщиками и потребителями, автоматизация производства и управления изменяют традиционные представления о границах предпринимательской структуры, разрушают их замкнутость. Осуществляется постепенный переход к новой научной модели управления, в основе которой лежат интеграционные процессы, как в предпринимательских структурах, так и в их взаимосвязях.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации.
2. Ендовицкий, Д.А. Экономический анализ слияний/поглощений компаний: научное издание / Д.А. Ендовицкий, В.Е. Соболева. – М.: КНОРУС, 2010. – 446 с.
3. Игнатишин, Ю.В. Слияния и поглощения: стратегия, практика, финансы // Ю.В. Игнатишин. – СПб.: Питер, 2005. – 208 с.
4. Росс, С. Основы корпоративных финансов: Ключ к успеху коммерческой организации – финансовое планирование и управление / С. Росс, Р. Вестерфилд, Б.Джордан: Пер. с англ. Ю.В. Шленов – М.: Лаборатория Базовых Знаний, 2000. – 718 с.
5. Шаронин, П.Н. Управление интеграционными процессами в медиаиндустрии как фактор повышения конкурентоспособности современных организаций: монография / П.Н. Шаронин. – М.: Буки Веди, 2013. – 288 с.

ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ В АПК

Петерс Ирина Александровна

к.э.н., доцент Волгоградского Государственного Аграрного Университета

Шмырёва Ирина Александровна

аспирант Волгоградского Государственного Аграрного Университета

PROBLEMS AND FEATURES OF DIVERSIFICATION IN AIC

Irina Peters, Ph.D., associate professor of Volgograd State agrarian University

Shmyreva Irina, Volgograd State graduate student agrarian University

АННОТАЦИЯ

В современной экономической ситуации России одним из основных направлений совершенствования внутренней организации агропромышленного комплекса является расширение и углубление процессов диверсификации.

ABSTRACT

In the present economic situation, Russia, one of the main ways to improve the internal organization of the agro-industrial complex is the broadening and deepening of diversification.

Ключевые слова: агропродовольственный сектор, процессы диверсификации, инновационная деятельность, стратегия развития предприятия, модернизация, внедрение инноваций, повышение эффективности сельского хозяйства

Keywords: agrifood sector, the processes of diversification, innovation, enterprise development strategy, modernization, innovation, efficiency of agriculture

Поскольку в условиях кризиса проблемы платежеспособности и сбыта произведенной продукции привели ряд сельскохозяйственных предприятий к банкротству, современное состояние экономики АПК повышает роль диверсификации производства в сельском хозяйстве. Многие из неплатежеспособных предприятий специализируются на молочном скотоводстве, но устаревшие технологии и низкая продуктивность коров привели к длительной убыточности данного направления, что делает хозяйства непривлекательными для инвестиций. В современных условиях ликвидация несостоятельных предприятий АПК вызывает ряд экономических и социальных проблем и не способствует повышению эффективности сельского хозяйства.

В агропродовольственном секторе экономики рыночных стран процессы диверсификации сопряжены с осуществлением структурной перестройки, модернизацией и внедрением инноваций. Инновационная деятельность дает импульс для активизации процессов диверсификации, что оказывает положительное влияние на экономику, стабилизирует финансовое положение предприятий и успешно решает экологические и социальные проблемы.

В сельском хозяйстве имеются объективные предпосылки для активизации процессов диверсификации. Этому способствуют природно-климатические, технологические и социально-экономические условия. Возможность производства разнообразных видов сельскохозяйственной продукции и её переработки даёт объективную основу для родственных и неродственных видов диверсификации. Для более устойчивого функционирования сельских территорий и повышения конкурентоспособности сельскохозяйственных организаций, осваиваются новые виды деятельности, чему способствует развитие инфраструктуры рынка. Становление информационно-консультационной службы на селе способствует диверсификации альтернативных, не связанных непосредственно с ведением сельскохозяйственного производства, видов деятельности (производство биотоплива, организация сельского туризма и т.д.), установлению более тесного взаимодействия мелкотоварных хозяйств с рынком. Создание потребительских кооперативов стимулирует изучение спроса и предложения, качества продукции и каналов сбыта. В тоже время в стране отсутствуют законодательные нормы, непосредственно регулирующие процессы диверсификации и инновационной деятельности в сфере АПК.

Связь диверсификации и инновационной деятельности может осуществляться как через технологические инновации (по основному виду деятельности), так и путем организационных и управленческих изменений. Организационно-управленческие новации проявляются через взаимосвязь процессов диверсификации и интеграции. Так, одним из мотивов организации современных интегрированных корпоративных структур (агрохолдингов, агропромышленных корпораций) служит диверсификация агропромышленного капитала с целью снижения издержек обращения и финансовых рисков.

Диверсификация производства имеет свои положительные и отрицательные стороны (рис. 1.).

Диверсифицированные конгломераты имеют два основных преимущества. Во-первых, они позволяют менеджерам извлекать денежные средства из безопасных подразделений агрокорпорации и инвестировать их в растущие производства с хорошим долгосрочным потенциалом. Во-вторых, хорошо сбалансированный инвестиционный портфель компаний позволяет компенсировать спад результативности одного предприятия компенсируется ростом других (управление жизненными циклами) [1]. Также к числу основных выгод стратегии диверсификации можно отнести: расширение доли рынка путем проникновения в альтернативные сферы агробизнеса; снижение зависимости от одного продукта или рынка; создание более стабильного потока финансовых поступлений.

Вместе с тем диверсификация должна носить рациональный характер и применяться так, чтобы, с одной стороны, полностью реализовывать возможный стратегический потенциал, а с другой - достигать сбалансированных экономических и технологических результатов.

Несмотря на все преимущества данная стратегия развития предприятия не способствует реальной связи между различными видами бизнеса и снижает потенциал синергизма, поскольку между сложившимися бизнес-единицами могут быть различия в управленческой и организационной структуре, которые и определяют трудности в реализации синергического эффекта. Для стратегического успеха диверсификация необходима в больших масштабах и требует знаний и опыта, чтобы хорошо управляться с новыми продуктами или услугами. Кроме того, требуются значительные инвестиции в новую технологию и поэтому данная стратегия подвержена влиянию временного лага.

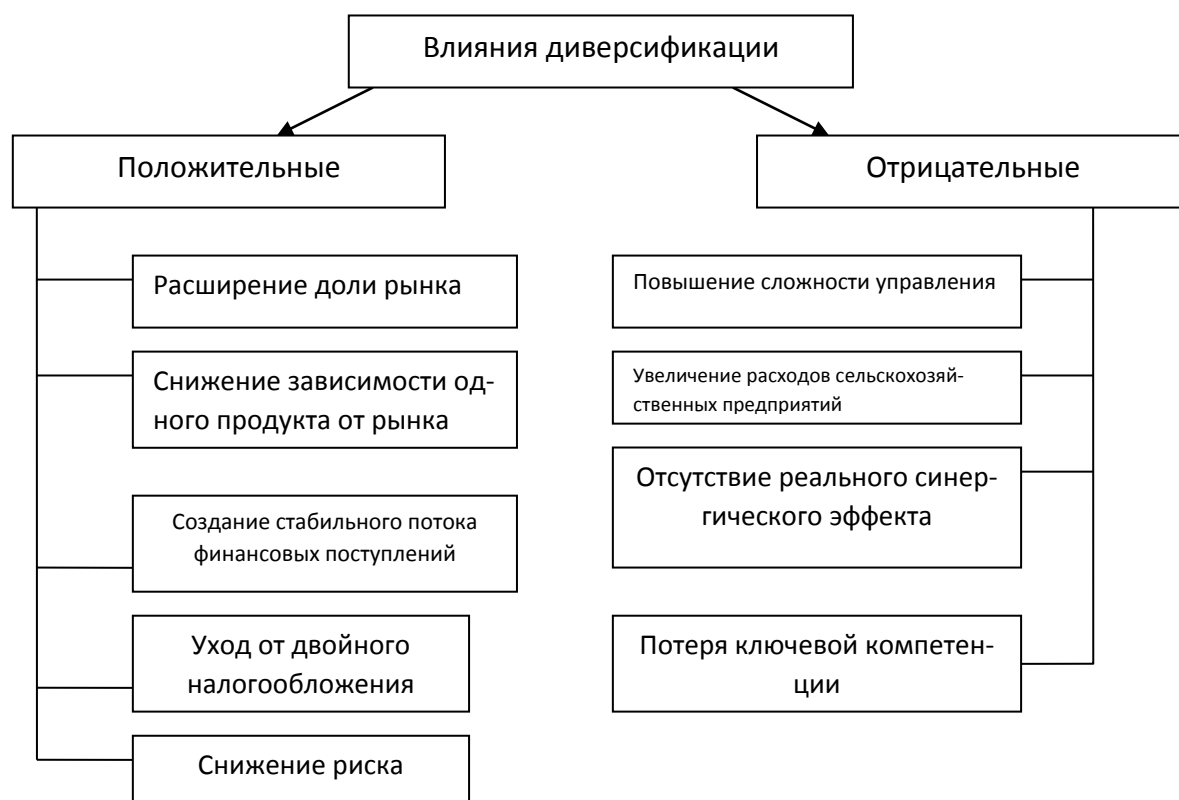


Рис. 1. Влияния диверсификации на функционирование сельскохозяйственного производства

Исследователи отмечают, что низкая эффективность многих программ диверсификации связана с рядом проблем, присущих данным программам, среди которых выделяют: экономические – диверсификация неизбежно увеличивает расходы; управленческие – повышается сложность управления предприятием; потребительские – эффект диверсификации может быть сведен на нет потребителями; конкурентные – игнорируются важнейшие требования стратегии конкуренции. В первую очередь это связано с тем, что не уделяется должного внимания тому факту, что конкурируют не диверсифицированные предприятия, а только входящие в их состав производства [2, с. 175].

Таким образом, диверсификация представляет собой многофункциональный процесс, который не может быть охарактеризован однозначно. Она используется для снижения предпринимательского риска, но сама является достаточно рискованным решением, способным привести к негативным последствиям. Сельскохозяйственные предприятия, прибегая к диверсификации, преследуют различ-

ные цели, но все они по своей сути направлены на улучшение функционирования фирмы и обеспечение её финансовой устойчивости в рыночной экономике.

ИСПОЛЬЗУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Захарченко И. Концепция оперативной концентрации или «завод-в-заводе»/ И. Захарченко. Режим доступа: <http://www.aup.ru/articles/>
2. Козенко З.Н., Петерс И.А., Шмырёва И.А. Особенности экономической интеграции в аграрной сфере России / Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, № 1 – 2014.
3. Кормаков Л.Ф. Организационные формы и механизмы агропромышленной интеграции. Проблемы и решения / Л.Ф.Кормаков, К.К.Кумехов, В.З.Мазлоев. – М.: Отдел оперативной полиграфии ФГУП «ВО Минсельхоза России», 2004. – 260 с.
4. Шмырёва И.А. Роль государственного регулирования и инвестиций в развитии сельского хозяйства / электронное научно-практическое периодическое издание «Экономика и социум», № 2(11), 2014.

АНАЛИЗ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЗАТРАТ И ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕГРИРОВАННОЙ СТРУКТУРЫ

Непринцева Елена Викторовна

*к.э.н., профессор кафедры «Производственный менеджмент»
ФГБОУ ВПО МГТУ «СТАНКИН», генеральный директор ООО «Образование и консалтинг», г. Москва*

Шубин Станислав Александрович

*к.э.н., заместитель директора Департамента по развитию рынков электроэнергетики
НП «Совет производителей энергии», г. Москва*

LOGISTICS COSTS ANALYSIS AND CAPACITY ASSESSMENT OF INTERACTION BETWEEN ENTERPRISES TO INTEGRATED STRUCTURE DERIVE

Neprintsev Elena, Ph.D., professor of "Industrial Management VPO MSTU" STANKIN ", General Director of " Education and Consulting ", Moscow

Stanislav Shubin, Ph.D., deputy director of the Power Development Department NP "Council of Power Producers", Moscow

АННОТАЦИЯ

Анализ существующей теории и практики в области проведения оценки эффективности и формирования вертикально интегрированных структур позволяет сделать заключение о существенном дефиците методического обеспечения процедуры оценки предполагаемых участников объединения на предмет целесообразности их включения в интегрированную структуру. В качестве одного из возможных вариантов решения указанного недостатка предлагается проведение анализа логистических затрат предполагаемых для включения в вертикально интегрированную структуру предприятий и потенциала взаимодействия таких предприятий в случае включения в состав промышленного объединения компаний, осуществляющих качественно разнородную деятельность, например, обеспечивающих эффективное функционирование научной, финансовой и/или сбытовой инфраструктуры.

ABSTRACT

Current theory analysis and practice in the field to assess the effectiveness and the vertically integrated structures formation allows to conclude that a significant deficit methodological support procedures for alleged members of associations assessing for their appropriateness for the integrated structure. As one of the possible solutions to this drawback is to analyze the logistics costs for listing in vertically integrated enterprises and the interaction potential of such enterprises in the case of inclusion in the industrial association of companies engaged in diverse activities qualitatively, for example, to ensure the effective scientific, financial and / or distribution infrastructure functioning.

Ключевые слова: вертикальная интеграция, оценка потенциальной эффективности интеграции.

Keywords: vertical integration, evaluation of the potential effectiveness of integration.

Анализ логистических затрат способствует выбору оптимального состава участников интегрированной структуры исходя из минимизации стоимости кооперационных поставок между предполагаемыми участниками объединения.

В целях анализа логистических затрат предлагается

использовать показатель, основанный на сопоставлении затрат на складирование и транспортировку промежуточного (конечного) продукта [2]. Для расчета данного показателя в отношении каждого предприятия предлагается рассматривать сумму затрат, включающую в себя:

1) затраты на складирование:

$$C_{скл.} = \sum_{i=1}^n (V_i^{необх.} \times C_i^{необх.} + p_i^{необх.} \times v_i^{необх.} + V_i^{получ.} \times C_i^{получ.} + p_i^{получ.} \times v_i^{получ.}), \quad (1)$$

где:

$V_i^{необх.}$ – объем промежуточного продукта необходимый для поддержания производственного процесса i -го предприятия (полученного в результате производства на i -м предприятии);

$V_i^{получ.}$ – объем промежуточного (конечного) продукта, полученного в результате производства на i -м предприятии;

$C_i^{необх.}$ – издержки i -го предприятия по складированию промежуточного продукта, необходимого для поддержания производственного процесса;

$C_i^{получ.}$ – издержки i -го предприятия по складированию промежуточного (конечного) продукта, полученного в результате производства на i -м предприятии;

$p_i^{необх.}$ – стоимость промежуточного продукта, необходимого для поддержания производственного процесса i -го предприятия;

$p_i^{получ.}$ – стоимость промежуточного (конечного) продукта, полученного в результате производства на i -м предприятии;

$v_i^{необх.}$ – величина потерь промежуточного продукта, необходимого для поддержания производственного процесса i -го предприятия, при хранении на складе i -го предприятия;

$v_i^{получ.}$ – величина потерь промежуточного (конечного) продукта, полученного в результате производства на i -м предприятии, при хранении на складе i -го предприятия.

При этом объемы складирования запасов промежуточного продукта будут определяться как размером склада поставщика, так и размером склада переработчика.

2) затраты на транспортировку:

$$C_{трансп.} = \sum_{i=1}^n (V_i \times C_i + p_i \times v_i), \quad (2)$$

где:

V_i – средняя величина транспортируемого промежуточного (конечного) продукта i -го предприятия;

C_i – затраты на транспортировку промежуточного (конечного) продукта i -го предприятия;

p_i – стоимость промежуточного (конечного) продукта i -го предприятия;

v_i – величина потерь промежуточного (конечного) продукта при транспортировке с i -го предприятия.

На объемы транспортировки промежуточного (конечного) продукта накладываются следующие ограничения:

- объемы транспортируемого промежуточного (готового) продукта не могут быть больше величины промежуточного (конечного) продукта, полученного в результате производства;
- объемы транспортируемого промежуточного (готового) продукта не могут быть больше минимальной величины из объема складских помещений поставщика и объема складских помещений переработчика.

В результате мы получаем в отношении предполагаемой вертикально интегрированной структуры логистические затраты равные:

$$C_{совокуп.} = C_{скл.} + C_{пер.} \quad (3)$$

Сопоставление затрат, связанных с логистикой, с непосредственными издержками производства продукции и сроками поставки позволяет отобрать такие предприятия, взаимодействие которых минимизирует совокупные затраты на транспортировку и складирование.

В случае, включения в состав промышленного объединения организаций, обеспечивающих эффективное функционирование научной, финансовой и сбытовой инфраструктуры, следует оценить потенциал взаимодействия таких организаций с предприятиями интегрированной структуры. Для этих целей предлагается использовать систему количественных показателей, позволяющих оценить степень кооперационной взаимосвязанности и взаимопроникновения компаний, осуществляющих качественно разнородную деятельность.

Для анализа целесообразности включения в промышленную структуру предприятий иных отраслей предлагается использовать систему количественных показателей, позволяющих оценить степень кооперационной взаимосвязанности компаний, осуществляющих качественно разнородную деятельность, а именно коэффициенты финансово-промышленной интеграции, сбытовой интеграции и уровня интеграции промышленных предприятий с наукой. [3; 4; 1]

Уровень интеграции промышленных предприятий с наукой может быть оценен на основе анализа следующих коэффициентов:

$$k_{НИОКР}^1 = \frac{V_{НИОКРпотенц.}}{V_{НИОКРзаказ.}}, \quad (4)$$

где:

$V_{НИОКРпотенц.}$ – объем НИОКР, выполненный потенциальными участниками объединения для предприятий, входящих в состав интегрированной структуры;

$V_{НИОКРзаказ.}$ – объем НИОКР, заказанный участниками интегрированной структуры.

$$k_{НИОКР}^2 = \frac{V_{НИОКРпотенц.}}{V_{НИОКР}}, \quad (5)$$

где:

$V_{НИОКРпотенц.}$ – объем изделий, осваиваемых участниками интегрированной структуры на основе разработок НИИ и КБ – потенциальных участников

группы;

$V_{НИОКР}$ – объем НИОКР, осваиваемых участниками интегрированной структуры.

Уровень финансово-промышленной интеграции:

$$k_{фин.}^1 = \frac{V_{влож.потенц.}}{V_{влож.}}, \quad (6)$$

где:

$V_{влож.потенц.}$ – величина вложений (предоставления финансовых ресурсов) финансовых организаций – потенциальных участников интегрированной структуры в предприятия группы;

$V_{влож.}$ – величина вложений (предоставления финансовых ресурсов) финансовых организаций в предприятия интегрированной структуры.

$$k_{фин.}^2 = \frac{V_{влож.ФОгр.}}{V_{влож.ФО}}, \quad (7)$$

где:

$V_{влож.ФОгр.}$ – величина вложений (предоставления финансовых ресурсов) финансовых организаций группы в предприятия интегрированной структуры;

$V_{влож.ФО}$ – величина вложений (предоставления финансовых ресурсов) финансовых организаций – потенциальных участников интегрированной структуры в предприятия группы.

$$k_{фин.}^3 = \frac{Q_{предпр.гр.дог.}}{Q_{предпр.гр.}}, \quad (8)$$

где:

$Q_{предпр.гр.дог.}$ – количество предприятий группы, заключивших договоры с финансовыми организациями – потенциальными участниками интегрированной структуры;

$Q_{предпр.гр.}$ – общее количество предприятий в составе интегрированной структуры.

Показатель уровня сбытовой интеграции:

$$k_{сбыт.} = \frac{V_{сбыт.потенц.}}{V_{сбыт.}}, \quad (9)$$

где:

$V_{сбыт.потенц.}$ – объем продукции, реализованный через торговую организацию – потенциального участника интегрированной структуры;

$V_{сбыт.}$ – совокупный объем продаж участниками интегрированной структуры.

Указанные коэффициенты позволяют оценить существующую степень взаимопроникновения научных предприятий, финансовых, сбытовых организаций и промышленных предприятий интегрированной структуры и, исходя из полученных данных, принять решение о целесообразности включения в вертикально интегрированную структуру соответствующих организаций.

Список литературы:

1. Гальперин С.Б., Дороднева М.В., Мишин Ю.В., Пухова Е.В. Экономическое обоснование и оценка эффективности проектов создания корпоративных структур / Под ред. д.э.н. С.Б. Гальперина. – М.:

- «Издательский дом «НОВЫЙ ВЕК», Институт микроэкономики, 2001. – 51 с.
2. Масленников В. Организация производственно-сбытовой цепочки на рынке // Маркетинг. Спецвыпуск, 1998, № 5.

3. Якутин Ю. Еще раз к анализу эффективности становящихся российских корпораций // Российский экономический журнал, 1998, № 9-10.
4. Якутин Ю. Корпоративные структуры: варианты типологизации и принципы анализа эффективности // Российский экономический журнал, 1998, № 4.

БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА И ПРОБЛЕМАТИКА ЕГО ВНЕДРЕНИЯ В УСЛОВИЯХ РОССИЙСКОЙ ДЕЙТЕЛЬНОСТИ

Шугар Валерия Игоревна

Аспирантка Института Атомной Энергетики Национального Исследовательского Ядерного Университета «МИФИ», г.Обнинск

АННОТАЦИЯ

Производственная деятельность предполагает под собой решение нескольких задач, например, максимизацию нормы прибыли, и увеличение производительности и эффективности труда. На сегодняшний день огромное количество специалистов в области экономики и менеджмента обучается по идентичным теоретическим знаниям. Но далеко не всегда полученная таким способом информация применялась на практике. В статье рассмотрена специфика внедрения «бережливого производства» и проанализированы наиболее часто встречающиеся проблемы. Лишь развиваясь и предпринимая шаги по каждодневному улучшению условий производственной деятельности возможно стать лидером на современном рынке.

ABSTRACT

The production activity assumes a solution of several problems, for example, maximizing rate of return, and increase in productivity and efficiency of work. Nowadays, we have a huge number of economic and management experts which were trained by identical theoretical knowledge. But they didn't use it on practice. In the article specifics of «lean production» introduction is considered and most popular problems are analyzed. Just everyday developing and improvement of production activity conditions help to become the leader in the modern market.

Ключевые слова: производительность, бережливое производство, проблема, предприятие, лидер.

Keywords: productivity, lean production problem, entertainment, leader.

Одной из важнейших проблем в сфере производства товаров и услуг наряду с максимизацией нормы прибыли, является увеличение производительности и эффективности труда. На сегодняшний день мы имеем огромное количество специалистов в области экономики и менеджмента, которые в свою очередь получали образование за счет освоения схожих, а порой абсолютно идентичных теоретических знаний. Но далеко не всегда полученная таким способом информация применялась на практике. Большинство руководителей недолюбливают термин «теория», оправдывая это отсутствием практичности в ее использовании и идеализацией исходных данных. Тем не менее есть теории созданные на основе практических действий, порой экспериментов, использование которых несет весомый практический результат. Название одной из таких теорий – Тойота Продакшен Систем (Toyota Production System - TPS), инструменты которой предполагают максимальное сокращение любого вида потерь в процессе производства [3, с 57]. Об истории успеха Тойота Продакшен Систем написано не мало книг и статей, однако, несмотря на открытость компании «Тойота» и доступность изданной информации о «секретах успеха», ни одна компания не смогла повторить ее достижения в области прибыльности, пытаясь создавать товар или услугу с лучшими потребительскими свойствами и низкой ценой [2, с.16].

Российским аналогом Тойота Продакшен Систем стала система «бережливое производство», или «оптимизация производственных процессов». На сегодняшний день идея «бережливого производства» создает новый виток в своем существовании и развитии, учитывая возросшие требования зарубежных партнеров к российским предприятиям-экспортерам в части наличия на этих пред-

приятиях систем качества, соответствующих международным (ИСО) и национальным стандартам Российской Федерации ГОСТ Р ИСО серии 9000, систем экологического менеджмента, соответствующих международным (ИСО) и национальным стандартам Российской Федерации ГОСТ Р ИСО серии 14000, систем безопасности труда, соответствующих национальным стандартам ССБТ и международным стандартам OHSAS серии 18000, а также учитывающим обеспечение соответствия производств и продукции положениям национальных и межгосударственных стандартов, направленных на ресурсосбережение и энергосбережение только в комплексе, обеспечивающим конкурентоспособность производств и товаров.

«Бережливое производство» предполагает комплекс мер по организации интегрированного и стандартизированного рабочего процесса на предприятии, с целью повышения производительности за счет сокращения издержек [1, с 18]. В силу российского менталитета и истории развития государства внедрение данной системы в производственную деятельность на добровольных началах маловероятно, во всяком случае для предприятий, занимающих свою долю на рынке не менее 15 лет. Причиной тому является сознание руководителей, не способных спрогнозировать эффективность внесения изменений в устоявшийся производственный процесс.

В связи с этим, начиная с 2009 г. создавались нормативно-правовые акты, содержащие в себе необходимость реализации программы «бережливого производства» в регионах России с целью повышения производительности высокотехнологичных предприятий (например, Постановление Правительства Калужской области от 23.12.2013г. об утверждении государственной программы

экономического развития Калужской области, государственная программа РФ «Развитие авиационной промышленности на 2013-2025гг.» (по состоянию на 17.01.2014г.), приказ Минэкономразвития Калужской области «О ведомственной целевой программе «Содействие повышению конкурентоспособности региона «Лучший опыт – для лучшей жизни»»).

С момента принудительного внедрения системы «бережливого производства» начинают возникать трудности по внедрению ее элементов для создания эффективной системы. Первой и немаловажной трудностью является то, что в процессе внедрения новшеств в механизм ведения производства должны быть заинтересованы все участники процесса. При отсутствии заинтересованности и вовлеченности трудно достичь результата, ведь чем многочисленнее и разнообразнее работники, машины и материалы, тем многочисленнее способы их взаимодействия друг с другом и непредсказуемы результаты. Отчасти при введении государственных целевых программ в деятельность предприятия, в их реализации заинтересован узкий круг административных сотрудников, в то время как это прямо пропорционально зависит от усилий офисных сотрудников и рабочих производственных цехов. Для реализации процесса внедрения «бережливого производства» необходимо обеспечить синхронизацию ответственности за конечный результат. Инжиниринг, управление качеством, монтаж и транспортировка оборудования, работа с потребителем должны быть плотно взаимосвязаны не только формально.

Выделяя трудности по внедрению «Бережливого производства» легче найти их решение. В связи с вышесказанным делаем вывод, что привлекая сотрудников всех уровней к ответственности за результат, получаем личную заинтересованность каждого из них в процессе разработок и производства.

Российский аналог TPS - «бережливое производство» основывается на методах и инструментах, используемых в деятельности компании Тойота, например, система 5 «S» (сортировка, рациональное расположение, уборка, стандартизация, совершенствование). И возникает трудность, связанная с менталитетом граждан Российской Федерации. В ходе анализа выяснилось, что рабочий класс, занятый на производстве одного из крупнейших авиастроительных предприятий Российской Федерации в Калужской области (одной из передовых областей России), в 2014 г. на 70% процентов состоит из сотрудников в воз-

расте 40-60 лет, и лишь 30% - молодые сотрудники, являющиеся выпускниками технических училищ. Сознание первой группы рабочих относительно производства сформировано еще в Советском союзе, во времена «выполнения плана любым возможным способом», главной целью которых является – выполнить норму и получить оплату. Соответственно, в случае перевыполнения нормы оплата выше. Таким образом, сам процесс внедрения «бережливого производства» весьма затруднителен, ведь любые попытки отвлечь рабочих от заработка будут восприняты агрессивно.

Логичным умозаключением из вышесказанного могла бы быть полная перестройка системы функционирования предприятия (не единовременная, а постепенная с незамедлительным результатом), но тут возникает очередная проблема – неготовность или невозможность изменения условий труда, причиной которой может служить зависимость от вышестоящего руководства (являясь членом крупного холдинга), отсутствие необходимых знаний и навыков, неготовность использовать инновации в деятельности компании, безынициативность сотрудников (отсутствие системы вовлечения персонала) и высокий показатель среднего возраста на предприятии.

Большинству предприятий мешает структурная проблема, предполагающая действия в рамках своих должностных инструкций, и отвергающая взаимодействие для обеспечения интегрированного процесса. Да, так или иначе, система работает, но эффективность работы такого рода предприятий будет на уровень ниже, а значит, оно будет менее конкурентоспособно.

Лишь благодаря предпринимаемым усилиям по решению проблем в области внедрения «бережливого производства» организации лидируют на рынке по показателям эффективности, а лидерство, в свою очередь, обусловлено, прежде всего, разницей подходов к управлению сложными системами, в которых люди сотрудничают для достижения единой общей цели.

Список литературы

1. Брюс Баггали «Практика бережливого учета», Институт комплексных стратегических исследований 2012 г.
2. Стивен Спир «Догнать зайца», Институт комплексных стратегических исследований 2011 г.
3. Тайити Оно «Производственная система Тойота», Институт комплексных стратегических исследований 2013 г.

РОЛЬ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПО ЦЕЛЯМ В ФОРМИРОВАНИИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

И.А. Денисова

магистрант, Кубанский государственный университет, Краснодар,

Е.В. Слепцова

к.э.н., доцент, Кубанский государственный университет, Краснодар

THE ROLE OF TECHNOLOGY MANAGEMENT BY OBJECTIVES IN THE FORMATION OF CORPORATE CULTURE

I. A. Denisova, graduate, Kuban state University, Krasnodar,

E. V. Sleptsova, C. E. N., associate Professor, Kuban state University, Krasnodar,

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются актуальные вопросы формирования корпоративной культуры на основе применения технологии управления по целям. Выделены преимущества данной технологии, выстроен алгоритм построения системы целей корпоративной культуры. Также дана оценка ожидаемого эффекта от применения технологии управления по результатам применительно к развитию корпоративной культуры.

Ключевые слова: корпоративная культура, управление по целям.

ABSTRACT

The article discusses current issues of corporate culture on the basis of technology of management by objectives. The advantages of this technology, built an algorithm for constructing the system of objectives of the corporate culture. Also the estimation of the expected effect of the application of technology to performance management in relation to the development of corporate culture.

Keywords: corporate culture, management by objectives.

Современная организация представляет собой целенаправленную систему, в которой работники имеют собственные цели. Эффективность функционирования организации зависит от характера взаимодействия персонала и системы управления.

Корпоративная культура, на наш взгляд, является действенным инструментом построения эффективной системы управления персоналом организации. Данное понятие можно рассматривать как систему принципов, ценностей, традиций, позволяющих персоналу организации стремиться к достижению организационных целей.

Мы считаем, что грамотно разработанная корпоративная культура должна основываться на четко сформулированных целях, обеспечивающих максимальное раскрытие потенциала сотрудников. В этом случае корпоративная культура имеет мощный мотивирующий потенциал.

Основной целью корпоративной культуры является повышение эффективности деятельности всех сотрудников организации и деятельности организации в целом. Для достижения своих целей организация объединяет усилия своих сотрудников, стремится адаптироваться к внешней среде, в которой функционирует.

Корпоративная культура организации включает такие элементы, как: критерии приема на работу, продвижения и увольнения, определения вознаграждений; политика в области обучения, личностного и профессионального развития и т.д.

Следует отметить, что большинство руководителей в процессе постановки целей в области корпоративной культуры не учитывают интересы сотрудников, что, в свою очередь, снижает качество работы персонала, приводит к возникновению конфликтов, размыванию ответственности за результат и, как следствие, снижению эффективности бизнеса.

По нашему мнению, основой формирования эффективной корпоративной культуры может служить технология управления по целям. Целевой подход позволяет сконцентрировать усилия руководителя и выстраивать технологию ведения бизнеса исходя из целей организации.

Говоря о технологии управления по целям, мы подразумеваем подход к управлению, который можно определить, как процесс выявления целей и критериев эффективности сотрудников и координации усилий по их достижению.

Технология управления по целям имеет ряд преимуществ, а именно:

1. Наличие системы целей - от стратегических целей компании до оперативных целей сотрудников;
2. Согласованность целей на всех уровнях управления;
3. Объективность критериев оценки труда;
4. Постоянная связь руководитель – подчиненный;
5. Возможность систематической оценки и корректировки деятельности сотрудников и организации в целом.

Концепция управления по целям имеет несколько отличительных особенностей:

1. Цели организации – цели сотрудников. Реализация данного подхода предполагает, что цели сотрудников должны напрямую вытекать из целей организации.
2. Встречные направления целей. Цели разрабатываются «сверху вниз» для обеспечения связи со стратегией организации и «снизу вверх» для учета интересов сотрудников.
3. Коллективность при принятии решений. Процедура разработки целей для сотрудника предполагает взаимодействие руководителя и подчиненных.
4. Оценка результатов работы и систематическая обратная связь.

Рассмотрим возможности применения технологии управления по целям применительно к корпоративной культуре. При ее внедрении реализуется система целей, коррелирующих с целями организации.

А. Регулирование поведения и восприятия сотрудников. Реализация данной цели выступает средством воздействия на поведение сотрудников в направлении, которое целесообразно для организации, исходя из ее специфических особенностей (размера, основного вида деятельности, формы собственности, количества сотрудников и т.д.).

Б. Интегрирующая – направлена на повышение стабильности социальной системы организации на основе разработки и внедрения организационных стандартов поведения.

В. Адаптация персонала предполагает разработку и применение инструментов, формирующих чувство общности сотрудников организации, повышение их лояльности.

Г. Мотивация. Реализация мотивационных целей способствует вовлеченности персонала в деятельность организации и усилению заинтересованности в результатах труда.

Д. Развитие коммуникативности - направлено на построение эффективной системы коммуникации организации, установление вертикальных и горизонтальных связей между ее сотрудниками.

Е. Создание имиджа сотрудников и организации в целом.

На наш взгляд, успешная реализация системы целей по формированию корпоративной культуры позволяет получить удовлетворение от труда и повысить его эффективность, так как если корпоративная культура является не комфортной для сотрудника, то его деятельность не производительна. Наоборот, если цели корпоративной культуры полностью соответствуют ценностям установкам сотрудников, то это приведет к повышению эффективности его труда.

Управление корпоративной культурой организации должно основываться на поэтапном процессе постановки и реализации целей (рис. 1).

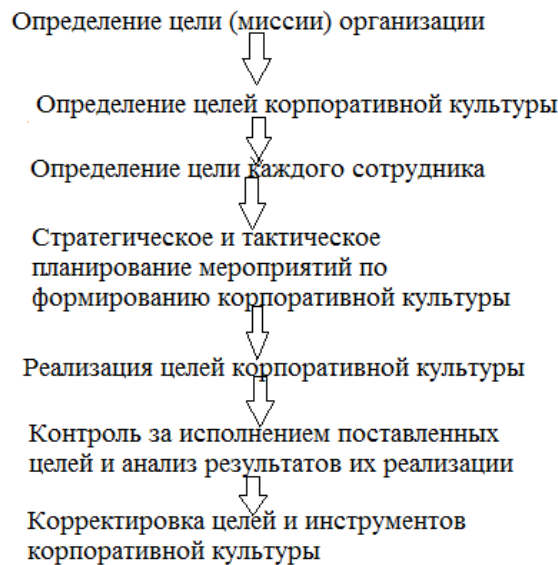


Рисунок 1. Этапы формирования корпоративной культуры

После определения руководством основной цели (миссии) организации, необходимо сформулировать как долгосрочные, так и краткосрочные цели корпоративной культуры. Данные цели формулируются как для руководства, так и для работников в нисходящем порядке. Мы считаем, что в процессе постановки целей должны принимать участие все сотрудники организации. Каждый работник должен иметь возможность принимать участие в процессе разработки корпоративной культуры как структурного подразделения, в котором он работает, так и всей организации.

Планирование корпоративной культуры организации должно учитывать стиль руководства, применяемые методы управления персоналом, социально-психологический климат в коллективе, систему ценностей, убеждений и норм поведения, делового этикета.

На последнем этапе процесса управления по целям корпоративной культурой организации разрабатываются корректирующие методы по устранению выявленных ошибок и недочетов, проводится опрос персонала организации с целью выявления степени удовлетворенности корпоративной культурой организации. На основе результатов проведенного анализа, вносятся коррективы в корпоративную культуру организации.

Таким образом, процесс управления корпоративной культурой организации по целям позволяет ожидать следующие результаты:

- повышение слаженности и взаимодействия в процессе труда;
- рост удовлетворенности персонала процессом и результатом труда;

- повышению заинтересованности персонала в результатах труда;
- возникновение готовности сотрудников к переменам;
- снижение показателей текучести кадров в организации.

Список литературы

1. Валькович О.Н., Сергиенко Ю.В. Совершенствование управления персоналом как фактор устойчивого развития организации в условиях рынка. Шелковый путь: развитие отношений в условиях глобализации и интеграции: материалы Международной научно-практической конференции / Под ред. Ш.А. Курманбаевой, г. Семей, 2014 г. Казахстан, г. Семей ТОО "Международное Агентство подписки" 2014 с. 16-17.
2. Слепцова Е.В., Денисова И.А. Актуальные проблемы управления персоналом в организациях малого среднего бизнеса. // Управление кадровым потенциалом в условиях инновационной экономики: материалы Международной научно-практической конференции / Под ред. Ш.А. Курманбаевой, г. Семей, 24-25 апреля 2014 г. Казахстан, г. Семей ТОО "международное Агентство подписки" 2014 с. 28-30.
3. Слепцова Е.В., Лымарева Л.А. Система оценки персонала в концепции управления по результатам // Теория и практика общественного развития. Научный журнал. 2014 №3 Краснодар ООО Издательский дом "ХОРС" 2014 237-240

ВЗАИМОСВЯЗЬ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА И ПЛАНИРОВАНИЯ КАРЬЕРЫ В ОРГАНИЗАЦИИ

А.Б. Гриценко,

магистрант, Кубанский государственный университет, Краснодар,

Е.В. Слепцова

к.э.н., доцент, Кубанский государственный университет, Краснодар

PERSONNEL DEVELOPMENT SYSTEM CAREER MANAGEMENT

A. B. Gritsenko, graduate, Kuban state University, Krasnodar,

E. V. Sleptsova, C. E. N., associate Professor, Kuban state University, Krasnodar,

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются вопросы взаимосвязи двух элементов кадрового планирования: развития персонала и управления карьерой. Планирование карьеры рассматривается как достаточно самостоятельный процесс. Предложена схема развития персонала с включением в нее планирования карьеры работников.

Ключевые слова: кадровое планирование, управление персоналом, планирование карьеры, развитие персонала.

ABSTRACT

The article considers the issues of the relationship of the two elements of human resource planning: staff development and career management. Career planning is seen as quite a separate process. The scheme of staff development with the inclusion of career planning of employees.

Keywords: manpower planning, personnel management, career planning, staff development.

В настоящее время все более значимым становится регулирование внутрифирменного рынка рабочей силы, в частности различного рода движения работников внутри организации. Данная задача является объектом кадрового планирования.

Одним из главных направлений кадрового планирования выступает планирование карьеры работника, его продвижения по квалификационным уровням в соответствии с определенной схемой. Планирование карьеры можно рассматривать как альтернативу стихийным перемещениям работников.

Планирование карьеры как составная часть кадровой политики организации представляет собой целевую функцию управления, поскольку преследует цель обеспечить наиболее рациональное использование трудового потенциала работника, создать условия для самореализации его как личности.

Исходя из общего понимания деловой карьеры, ее ступени можно рассматривать как рост профессионального мастерства, квалификационное продвижение, освоение смежных профессий, обучение новой более сложной специальности (профессиональное продвижение).

Управление персоналом предприятия, ставящее задачу развития персонала, ориентировано на согласование профессиональной и внутриорганизационной карьеры. Для реализации этой задачи необходимо сочетать цели предприятия и работника, учитывать потребности работника, так как планирование карьеры носит индивидуальный характер, применять понятные критерии служебного роста, соблюдать объективность в оценке кадрового потенциала работника и т.д.

Следует учитывать, что планирование карьеры является двусторонним процессом. С одной стороны оно ставит задачу удовлетворить потребность работников в повышении профессионализма, самоутверждении, изменении своего социального статуса и т.д., а с другой - развитие организационной, управленческой и социальной структуры организации.

Однако планирование деловой карьеры не ограничивается лишь расстановкой работников. Оно также решает задачу развития персонала, квалификационного или должностного продвижения работников. Следовательно, необходимо связать планирование карьеры с деловой оценкой персонала, с планированием повышения квалификации и переподготовки кадров, с программой ротации кадров.

Анализ подходов к развитию персонала показал, что существует некоторое противоречие в расстановке приоритетов при осуществлении этой функции кадрового менеджмента[1]. Часть ученых считает, что первичными являются интересы работников, другие придерживаются мнения о приоритетности интересов организации. Примечательно, что первого подхода придерживается большинство западных ученых, в то время как для отечественных ученых характерен акцент на цели и интересы организации.

Таким образом, развитие персонала представляет собой систему взаимосвязанных действий, включающих выработку стратегии, прогнозирование и планирование

потребности в персонале, управление карьерой и профессиональным ростом, организацию процесса адаптации, обучения.

Так же следует отметить, что независимо от того, на достижение стратегических или тактических целей направлено развитие, осуществляется ли оно в качестве повышения квалификации или позиционируется как инвестиция, прежде всего, оно должно быть целесообразным с позиции соотношения расходов и соответствующих результатов. Иными словами, развитие персонала организации не должно превращаться в самоцель, необходимо учитывать затраты (материальные, нематериальные) и соотносить их с возможной выгодой для всех участников процесса[3].

Развитие персонала включает: профессиональное обучение; переподготовку и повышение квалификации кадров; ротацию; планирование карьеры персонала в организации. При этом следует отметить, что планирование деловой карьеры является не только важнейшей составной частью развития персонала, а зачастую и целевым ориентиром при построении модели развития персонала.

По нашему мнению, управляя развитием персонала организации, можно использовать методы процессного подхода. Такой подход позволяет комплексно реализовывать управленческие виды деятельности, на основе чего возникает возможность более четко ориентировать деятельность на результат. При использовании данного подхода реализуются функции: планирования, действия, контроля результатов, корректировки. Далее процесс функционирует циклично. Схема развития персонала представлена на рис. 1.

В представленной схеме планирование карьеры не только является элементом системы развития персонала, но и выступает в качестве «отправной точки» при формировании стратегии развития персонала. Такой подход, по нашему мнению, позволяет наиболее полно учесть интересы как работников, так и организации.

С позиции предложенного подхода планирование карьеры в организации имеет следующие цели:

1. Гарантировать, что потребности организации в требуемом количестве подготовленных специалистов и руководителей удовлетворяются.
2. Обеспечить перспективным работникам обучение и практический опыт, позволяющий им работать на том уровне ответственности, которого они способны достичь.
3. Дать имеющим потенциал работникам возможность реализовать себя в этой организации через карьерный рост.

Возможность развития карьеры определяется двумя группами факторов: факторы, зависящие от работника и факторы, зависящие от организации[2].

К числу факторов, зависящих от работника, следует отнести:

1. Психологический тип личности работника, который определяет возможное направление развития.
2. Знания, навыки, состояние здоровья, способности, возраст, активность работника.

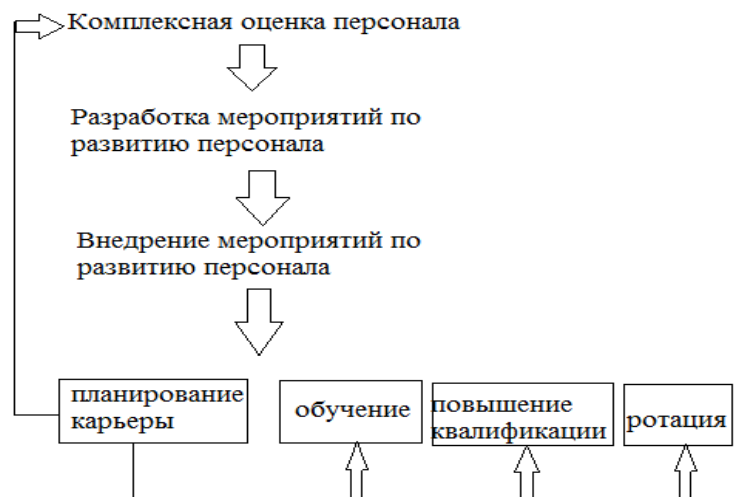


Рисунок 1. Схема развития персонала организации

Факторы, зависящие от организации:

1. Наличие в организации карьерной политики, ориентированной на развитие своих работников, наличие современных методик планирования карьеры, последовательная реализация моделей развития карьеры.
2. Этапы жизненного цикла организации, т.е. рост и зрелость, а не упадок.
3. Организационные структуры компании, имеющие значительное количество подразделений и различные уровни иерархии.

В заключение хотим отметить, что карьера не всегда поддается управлению, карьерный рост не исключает и наличие такого фактора как случай. Однако, управление карьерой является важнейшей частью развития персонала в организации.

Список литературы

1. Веснин В.Р. Практический менеджмент персонала: пособие по кадровой работе. М.: Юристъ, 2003, 495 с.
2. Слепцова Е.В., Денисова И.А. Карьерная логистика в новой воспроизводственной системе// Проблемы воспроизводства общественного капитала в контексте глобального неравенства: материалы IX Международной научно-практической конференции (Краснодар, 15 июля 2014 г.) Краснодарский центр научно-технической информации (ЦНТИ). 2014 с. 161-167
3. Слепцова Е.В., Лымарева Л.А. Профессиональная компетентность как объект оценки// Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире: материалы Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 24-25 декабря 2013. Санкт-Петербург Информационный издательский учебно-научный центр "Стратегия будущего" 2013 с. 104-109

ПОНЯТИЕ «БЛАГОПОЛУЧИЕ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ»

Смагулов Максат Канатбекович

студент НИ Томского политехнического университета

Кащук Ирина Вадимовна

канд. тех. наук, доцент кафедры экономики НИ Томского политехнического университета

THE CONCEPT OF "WELLBEING OF OLDER PEOPLE"

Smagulov Maksat, student at Tomsk Polytechnic University

Kashchuk Irina, Candidate of Science, associate Professor of Tomsk Polytechnic University

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена вопросам благополучия лиц старшего поколения. Рассмотрено понятие «благополучие» человека пожилого возраста. Проанализированы три составляющие общего понятия «благополучие»: физическое, социальное, материальное. Изучены основные характеристики возрастной группы – лиц старшего поколения. Определена приоритетность потребностей по видам благополучия лиц старшего поколения.

ABSTRACT

Article is devoted to the well-being of the older generation. Analyzed the concept of "well-being". We consider three components of the general notion of "well-being": physical, social, material. Studied the main features of the age group - people of the older generation. Identify priority needs by type of well-being of the older generation.

Ключевые слова: благополучие, пожилые люди, физическое благополучие, социальное благополучие, материальное благополучие.

Keywords: well-being, older people, physical well-being, social well-being, material well-being.

Сегодня в мире всё идет к тому, что с каждым годом количество пожилых людей в процентном соотношении от общей численности населения земли будет расти, а значит, проблемы, с которыми сталкиваются лица пожилого возраста, становятся всё более актуальными для всех. Каждый из нас когда-нибудь будет пожилым, и прожить этот период жизни захочет в ощущении благополучия. Необходимо создать все необходимые условия для того, чтобы пожилые люди всех стран мира могли жить полноценно и быть счастливыми.

Отсутствие чувства благополучия - это одна из главных проблем, с которыми сталкиваются лица пожилого возраста всех стран мира. Благополучие людей является главной социальной ценностью любого общества [5, с. 214]. Поэтому необходимо искать пути достижения чувства благополучия у людей пожилого возраста. Для этого необходимо понять, а что скрывается под понятием благополучия.

Сегодня не существует всемирно общепринятого понимания о том, какая категория лиц относится к пожилым людям.

Факт наступления старости достаточно условный, никаких точных календарных дат наступления старости не существует. Еще в 1959 году ООН установила нижнюю границу старости в 65 лет для изучения процессов старения. Этот возраст является вехой ухода на пенсию во многих европейских странах. Пенсия становится основным критерием социального статуса. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) классифицирует лиц старшего поколения на три группы:

1. Пожилые люди: от 60 до 74 лет.
2. Старые люди: 75 лет и старше.
3. Долгожители: от 90 лет и старше.

С точки зрения науки, в этом возрастном периоде происходят необратимые процессы старения. Функциональные возможности систем и органов в организме ослабевают. Так, например, ухудшение работы центральной нервной системы приводит к снижению общей работоспособности организма, впоследствии это выражается в проявлении обидчивости, раздражительности, депрессии. Важно отметить, что пожилой человек теряет способность к быстрой адаптации и становится менее устойчивым в психологическом плане.

Лицам пожилого возраста свойственен эгоцентризм. Особенно часто эгоцентризм проявляется к тем, кто не проявляет к пожилым людям должного, по их мнению, внимания.

Проведенные геронтологические исследования показывали, что умственный статус личности в пожилом возрасте не снижается, а изменяется и дополняется определенными оттенками, именно: умеренностью, осторожностью, рассудительностью, спокойствием.

С увеличением прожитых лет повышается ощущение ценности жизни. Изменяются приоритеты человека. Например, пожилые люди меньше следят за своей внешностью, а больше уделяют вниманию своему физиологическому состоянию и внутреннему миру.

Проведено множество исследований в различных странах мира, в которых пожилых людей спрашивали, что для них значит «благополучие». Результаты были различны. В одних опросах пожилые люди характеризовали собственное благополучие как: крепкое здоровье, чувство счастья и довольства, удовлетворение жизнью, жизнелюбие, душевное спокойствие, комфорт, уверенность в себе, безопасность [2, с. 34]. В других исследованиях благополучие пожилыми людьми определялось как: ощущение хорошего самочувствия, возможность общаться с

людьми, достаточное количество материальных благ [4, с. 8].

В авторитетной книге Джона Роу и Роберта Кана «Успешное старение» авторы выделяют следующие критерии успешного старения:

- низкий уровень заболевания и инвалидности;
- высокий уровень психических и физических возможностей;
- активное участие в жизни общества [3, с. 7].

Несмотря на разное описание ощущения состояния благополучия всеми респондентами четко выделяются три основных группы показателей благополучия пожилых людей. Каждая из групп может характеризовать своеобразный подход к оценке состояния благополучия или, можно назвать, это видом благополучия. Выделяются: физическое, социальное, материальное благополучие.

Физическое благополучие – это чувство человека, которое характеризуется хорошим состоянием здоровья. Здоровье – это динамическое состояние или процесс сохранения и развития биологических, физиологических и психических функций, оптимальной трудоспособности и социальной активности при максимальной продолжительности жизни (В.П. Казначеев). Хорошее функциональное состояние организма является составной частью термина здоровья. Оно зависит от экологического состояния окружающей среды, в которой проживает человек, употребления высококачественных продуктов. Кроме того, повышению биологических и физиологических функций организма способствует физическая активность, которая улучшает работу всех систем и органов. Здоровье характеризуется и психологическим состоянием человека. Высокая стрессоустойчивость, эмоциональная насыщенность и позитивное отношение к жизни являются составляющими хорошего психологического самочувствия пожилых людей.

Следует проводить целенаправленную работу по ознакомлению пожилых людей со средствами, которые улучшают психологическое состояние и помогают фокусироваться на положительных событиях. В совокупности все описанные факторы будут способствовать улучшению физического благополучия пожилых людей.

Социальное благополучие – это вид благополучия, при котором человек удовлетворен своим социальным окружением и контактом с ним, социальным статусом, и ощущает свою безопасность. Социальное благополучие пожилых людей зависит от социальной активности, наличия семьи и друзей и взаимоотношения с ними, удовлетворенности результатов, которые достиг человек в процессе своей жизни, безопасности места, в котором проживает.

В большей части, результаты опросов показали, что лица пожилого возраста чувствуют себя одиночками [1, с. 1]. Многим из них не хватает социальных контактов с близкими людьми и остальной частью общества. Исследования показали, что тактильный контакт способен улучшать состояние благополучия у пожилых людей во много раз. Этот контакт помогает людям пожилого возраста ощутить себя в безопасности. Подобного рода коммуникации относятся к социальным аспектам благополучия.

Материальное благополучие может характеризоваться удовлетворенностью человека количеством и качеством, имеющихся у него материальных благ. Материальное благо лиц пожилого возраста в основном измеряется наличием движимого и недвижимого имущества. Если пожилые люди будут способны приобретать необходимые для жизни товары и услуги, то они будут удовлетворены своим материальным положением.

Исследования показали, что в европейских странах материальное благополучие стоит на третьем месте, после физического и социального.

Проведенный опрос в Великобритании показал, что пожилые люди ассоциируют собственное благополучие, прежде всего с состоянием своего здоровья и самочувствия. Важность контакта с родными и близкими старшее поколение поставило на второе место. Материальное благополучие не всегда входит в определение благополучия для лиц старшего возраста в развитых странах.

В заключение можно отметить, что понятие благополучия пожилых людей мало изучено, отсутствует концептуальная основа его изучения, множество исследований, проведенных в этом направлении, показывают различные результаты, при этом сама проблема благополучной жизни пожилых людей растет с каждым годом.

Список литературы:

1. Beaumont Jen Measuring National Well-being – Older people and Loneliness [Electronic resource] // The Office for National Statistics. – Electronic data. – Newport, 2013. – URL: http://www.ons.gov.uk/ons/dcp171766_304939.pdf (access date: 04.12.2014).
2. Involving Older Age: The route to twenty-first century well-being: Final Report [Electronic resource] / Martin Hoban, Vicki James, Peter Beresford, Jennie Fleming // Royal Voluntary Service. – Electronic data. – Cardiff, 2013. – URL: http://www.royalvoluntaryservice.org.uk/Uploads/Documents/SoA_Closingprojectreport_final_web_v2.pdf (access date: 04.12.2014).

3. SCL/PRB Index of Well-Being in Older Populations: Final Report Global Aging and Monitoring Project [Electronic resource] / Stanford center on longevity; Toshiko Kaneda, Marlene Lee, Kelvin Pollard // Stanford center on longevity. – Electronic data. – 2011. – URL: <http://longevity3.stanford.edu/wp-content/uploads/2012/10/SCL-PRB-Index-of-Well-Being-in-Older-Populations.pdf> (access date: 04.12.2014).
4. Каубер Майу. Для поддержки пожилым людям: информационный справочник / Майу Каубер, Анне Эхасалу; перевод Анне Луйк-Ристикиви. – Таллинн: Изд-во Таллиннская Педагогическая Семинария, 2011. – 43 с.
5. Квеско Р.Б. К вопросу о понятии «Благополучие» / Р.Б. Квеско, С.Б. Квеско // Общество и непрерывное благополучие человека: сборник научных трудов Международного научного симпозиума студентов и молодых ученых, г. Томск, 27-30 марта 2014 г. / Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ); под ред. Г. А. Барышевой и др.. — Томск: Изд-во ТПУ, 2014. — С. 214-216.

Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта №14-12-70009 "Анализ влияния экономических решений на качество жизни и экономическую активность пожилых людей" и проекта "Оценка и улучшение социального, экономического и эмоционального благополучия пожилых людей", реализуемого на базе ТПУ.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВУЗА КАК ОБЪЕКТ ПРОДВИЖЕНИЯ

Стукалова Анастасия Алексеевна

ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», ассистент, кафедра рекламы, дизайна и связей с общественностью, Москва

EDUCATIONAL PROGRAM OF HIGHER EDUCATION INSTITUTION AS AN OBJECT OF PROMOTION

Stukalova Anastasia, FSEI of HPE «Plekhanov Russian University of Economics», assistant, chair of advertising, design and public relation, Moscow

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена рассмотрению методологических подходов к пониманию и соотношению категорий «образовательная услуга» и «образовательная программа». Автором предложены: трехуровневая модель товара применительно к образовательной услуге, разработанная на основе классической трехуровневой модели товара Ф. Котлера, а также авторское определение образовательной программы как объекта продвижения.

ABSTRACT

The article is devoted to consideration of methodological approaches to the understanding and relation between categories "educational service" and "educational program". The author proposed the three-level model of the product in reference to an educational service, developed on the basis of the classical three-level model of the product by P. Kotler, and the author's definition of educational program as an object of promotion.

Ключевые слова: образовательная услуга, образовательная программа, продвижение образовательных программ

Key words: educational service, educational program, promotion of educational programs

Общемировая тенденция роста образовательных систем обуславливает рост интереса отечественных и зарубежных исследователей к изучению рынка образовательных услуг и самой образовательной услуги. Большинство в авторов сходятся во мнении о том, что основным видом деятельности вуза является образовательная деятельность, а основным результатом – образовательная услуга, точнее комплекс образовательных услуг.

В течение длительного времени дефиниция «образовательная услуга» употреблялась отечественными авторами в очень широком смысле, обозначая практически все многообразие образовательной деятельности в целом.

В работах отечественных исследователей ведется почти двадцатилетняя полемика относительно сущности и особенностей образовательной услуги. Кроме того, часть исследователей в качестве синонима термину «образовательная услуга» используют термин «образовательная программа», что на наш взгляд, не совсем правомерно.

Понятие «образовательная услуга» является многогранным и неоднозначным, поэтому представляется целесообразным рассматривать его сущность на различных понятийных уровнях.

Базовым уровнем исследования, на наш взгляд, является экономическая теория. В условиях рыночной эко-

номики результатом функционирования системы образования как социального института, обеспечивающего воспроизводство кадрового потенциала общества, является образовательная услуга, принимающая товарную форму. С точки зрения экономической теории и теории полезности образовательная услуга – это товар, обладающий определенной потребительной стоимостью и стоимостью. При этом, – это товар весьма специфического свойства, обладающий особой потребительной стоимостью способностью удовлетворять – потребность в образовании [1, с. 95].

С точки зрения пространства и времени под категорией «образовательная услуга» большинство исследователей единодушно понимают процесс, протяженный во времени [3, с. 91,93]. Производство и потребление образовательных услуг – это достаточно длительный процесс. В полный цикл высшего профессионального образования в настоящее время может занимать в соответствии с концепцией Long Life Learning практически всю жизнь. Так полный цикл высшего образования при очной форме обучения длится не менее 9 лет: Это достаточно большой отрезок времени для существенных перемен в мировоззре-

нии, приобретения жизненного опыта и изменения потребностей человека, который неоднократно переходит из категории абитуриента в категорию выпускника. В этой связи производителям услуг довольно трудно полностью соответствовать ожиданиям потребителей, которые могут значительно измениться на выходе.

С точки зрения теории и философии маркетинга образовательная услуга – это товар, предназначенный для удовлетворения определённых потребностей. Товар в маркетинговом понимании — это отражение товара в восприятии потребителя. Для моделирования отражения образовательной услуги как товара в восприятии потребителя используем классические маркетинговые подходы к представлению коммерческих характеристик товара, среди которых: многоуровневые модели товара Ф. Котлера и В. Благоева, мультиатрибутивная модель товара Ж.-Ж. Ламбена и модель 4P + IS. Для целей нашего исследования была выбрана 3-х уровневая модель Ф. Котлера [1, с. 501], так как она позволяет определять ключевые характеристики товара, влияющие на выбор потребителей (табл. 1).

Таблица 1

Трёхуровневая модель товара – образовательной услуги

<i>Уровни товара</i>	<i>Содержание</i>
Ключевая ценность	Возможность удовлетворить потребность в образовании.
Товар в реальном исполнении	Внешняя форма проявления образовательной услуги – образовательная программа с присущими ей параметрами
Товар с подкреплением	Возможность получения дополнительных выгод (преференций)

На первом уровне выделяют основную выгоду, предлагаемую для удовлетворения базовой потребности, и совокупность коммерческих характеристик, группируемых на разных уровнях, которые важны для адаптации товара к имеющимся у потребителя второстепенным потребностям. Основная выгода или ключевая ценность соответствует первому уровню товара и является товаром по замыслу.

Применительно к образовательной услуге ключевая ценность – это возможность удовлетворить социальную потребность в образовании. Здесь следует напомнить, что всю совокупность образовательных потребностей, которые предъявляются образовательной системе любыми социальными субъектами принято определять как социальный заказ на образование.

Второй уровень предполагает изучение товара в реальном исполнении. Оно определяется набором полезных, с точки зрения потребителей, характеристик: уровень качества, функциональные свойства, внешнее оформление и упаковка, торговая марка.

Применительно к образовательной услуге товар в реальном исполнении – это внешняя форма ее проявления, форма в которой она становится доступной для потребителя. Представляется, что вопрос о форме существования образовательной услуги особенно важен в связи с тем, что услуги нематериальны и неосвязаемы.

Применительно к образовательной программе можно провести следующие параллели:

- уровень качества – наличие государственной, международной или общественно-профессиональной аккредитации той или иной образовательной программы, как своего рода гарантия качества;
- функциональные свойства – набор профессиональных компетенций, которыми должен обладать выпускник данной программы в соответствии с феде-

ральным государственным образовательным стандартом по данному направлению, уровню и профилю подготовки;

- внешнее оформление – пакет документов, совокупность информации о программе, представленная на официальном сайте образовательной организации; реклама и публикации в СМИ, это бренд вуза, реализующего программу, его позиция в национальных и международных рейтингах.

Исходя из вышесказанного, можно предположить, что применительно к образованию товар в реальном исполнении – это образовательные программы, реализуемые вузом.

С точки зрения основной деятельности вуза и классической теории маркетинга продуктом является образовательная программа. Образовательная программа разрабатывается вузом для того, чтобы удовлетворить потребность в образовании, профессиональной подготовке, обучении или переподготовке, – т.е. достижения определенного социального эффекта или выполнения социального заказа.

Среди авторов, которые посвятили свои труды маркетингу высшего образования, следует выделить американских учёных — всемирно известного авторитета в области современного маркетинга профессора Ф. Котлера, эксперта в области управления образовательными учреждениями профессора Карен Фокс, а также отечественных авторов А.П. Панкрухина (одна из первых российских диссертаций по маркетингу услуг), О.В. Сагинову, Д.А. Шевченко. Нам близко понимание комплексного маркетингового продукта вуза, которое предлагают Ф. Котлер, К. Фокс и О.В. Сагинова [2, 4, с. 7-9]. Данные авторы считают, что продуктом вуза, который работает на двух рынках: рынке труда и рынке образовательных услуг — является образовательная программа, которая представляет собой комплекс, включающий учебный план, рабочие учебные программы; организацию обучения (в том числе

с включением обучения за рубежом); преподавателей, которые работают на программе, а также уровень и весо-мость на рынке диплома (направления подготовки или специальности), который в итоге получают выпускники вуза.

Третий уровень рассматривает «товар с подкреплением» и включает в себя послепродажное обслуживание, наличие гарантий, доставку и другие дополнительные услуги, которые способствуют удобству использования товара и сохранению его потребительских свойств.

Применительно к образовательным услугам «подкрепление», сопряжено, на наш взгляд с характеристиками вуза, который осуществляет реализацию конкретной образовательной программы, пусть даже на основе типовых образовательных стандартов. Нам представляется правомерным трактовать «подкрепление» в контексте образовательных программ следующим образом. Освоение программы в конкретном вузе и его конкурентное положение на рынке образовательных услуг должно определить следующие потенциальные дополнительные выгоды (преференции):

- уровень качества организации образовательного процесса и его кадрового, учебно-методического, библиотечного, программного, технического, коммуникационного обеспечения;
- качество подготовки выпускников программы с соответствующей рыночной стоимостью, перспективами трудоустройства и уровнем оплаты труда;
- возможность пройти практику или стажировку в престижных компаниях, пройти стажировку в вуз-партнере за рубежом, получив перспективы международных интеллектуальных связей, продолжить обучения на льготных условиях, возможность участия в стипендиальных программах;

- доступ к обеспечивающей инфраструктуре вуза (библиотечные центры, общежитие, пункты питания, спортивные сооружения, музеи, конгресс-центры и другие);
 - возможность получить профессиональную консультацию по завершению обучения, продолжить обучение или повысить квалификацию;
 - приобщение к специфической социо-профессиональной группе – ассоциации выпускников, получение определенного социального статуса.
- Таким образом, образовательная программа как объект продвижения может быть определена как продукт, выносимый образовательной организацией на рынок, ключевая ценность которого заключается в возможности удовлетворять комплекс социально экономических потребностей, предъявляемый различными группами социальных заказчиков образовательных услуг и внешняя форма существования образовательной услуги.

Список литературы:

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: 9-е междунар. издание / Пер. с англ. под ред. О. Третьяк, Л. Волковой, Ю. Каптуревского. — СПб: Питер, 1999. — 763 с.
2. Сагинова О.В. Маркетинг образовательных услуг [Электронный ресурс] / О.В. Сагинова. — Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/marketing/1999-1/05.shtml>
3. Шевченко О.М. Сущность и особенности образовательной услуги / Шевченко О.М. // Маркетинг в России и за рубежом/ -2011. - № 3 (83). С - 90-96
4. Kotler Ph., Fox K.F. Strategic marketing for educational institutions. 2d edition.
5. Pearson education. — NY, 1995 — 484 с.

ВОЗМОЖНЫЕ ПОТЕНЦИАЛЫ РОСТА РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Бутова Татьяна Витальевна

к.э.н., доцент, заместитель декана факультета «Государственное и муниципальное управление» ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при правительстве РФ»

Свиридова Елена Сергеевна

студентка факультета «Государственное и муниципальное управление» ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при правительстве РФ»

THE POTENTIAL OF ECONOMIC GROWTH IN RUSSIAN FEDERATION

Butova Tatiana Vitalievna, Ph.D., associate professor. Deputy Dean of the Faculty of "State and municipal management" FGOBU VPO "Financial University under the Government of the Russian Federation"

Sviridova Elena Sergeevna, The faculty of "State and Municipal Management" FGOBU VPO "Financial University under the Government of the Russian Federation"

АННОТАЦИЯ

Основной целью работы является рассмотрение возможных потенциалов роста экономики Российской Федерации. Отдельное внимание уделяется вопросам снижения уровня жизни населения и проведения пассивной экономической политики в России. Необходимо отметить введение новейших технологий в различных отраслях экономики, а также обеспечение роста производительности труда. В заключении авторы рассмотрели возможности количественного и качественного роста экономики Российской Федерации.

ABSTRACT

The main purpose of the article is to examine the possible potential growth of the Russian economy. Special attention is paid to the decline in living standards of the population and the passive economic policy in Russia. It should be noted that the introduction of new technologies in various sectors of the economy, and ensuring the growth of labor productivity. In conclusion, the authors considered the possibility of quantitative and qualitative growth of the Russian Federation economy.

Ключевые слова: качество жизни населения, экономика, рыночные реформы, темпы роста, политика, совершенствование, квалифицированные работники.

Keywords: quality of life, the economy, market reforms, growth rates, policies, improvement, skilled workers.

Известно, что население стремится к повышению уровня качества жизни за счет модернизации экономики. В связи с этим, ключевыми национальными ценностями становятся: высокотехнологичное производство, развитые системы науки, культуры, образования, наличие экономических и политических институтов, соответствующих современным условиям. Однако расходы на проведение рыночных реформ в России, направленных на создание справедливой экономической системы, большинство граждан считают неоправданными.

В то же время следует осознать, что снижение уровня жизни означала бы неудовлетворение ожиданий населения касающихся его совершенствования в ближайшее время. Следовательно понижение темпов роста до 2—3% в год может стать допустимым только на непродолжительный период времени.¹

Мнение об отсутствии возможных потенциалов роста в экономике России может существовать только в качестве малого оправдания для продолжения проведения пассивной экономической политики. Достаточно странно выглядят апелляции к темпам роста, демонстрируемые развитыми странами. Россия же находится в совершенно противоположной ситуации, и перед ней поставлены иные задачи. На самом деле, потенциал роста может быть определен целым рядом факторов, анализируя которые можно прийти к выводам, что экономика России может показывать темпы роста, заметно превышающие уровень в 3-4%, в кратко- и среднесрочной перспективе особенно, при наличии возможности задействовать резервы совершенствования использования материальных, финансовых и человеческих ресурсов. Во-первых, с учетом новых вводов в 2009—2012 годах уровень загрузки ключевых производственных мощностей не превышает уровня 2007 г., когда экономика России демонстрировала высокие темпы экономического роста. Во-вторых, ограничения в развитии все чаще принято связывать с тем фактом, что безработица находится на рекордно низких уровнях, а для увеличения объемов производства отсутствует необходимое количество трудовых ресурсов.

На самом деле, со стороны производства, основным сдерживающим фактором, препятствующим хозяйственному развитию является нехватка трудовых ресурсов. Статистические данные свидетельствуют о том, что при удержании среднегодовых темпов роста производительности труда на уровне 4%, то дефицит рабочих рук составит к 2025 году не менее 12 млн. человек. Однако, при сохранении нынешнего уровня занятости среди населения трудоспособного и старше трудоспособного возраста, существует вероятность превышения количества квалифицированных работников над количеством предложенных рабочих мест, в том случае, если удастся обеспечить рост производительности труда на уровне 5,5% — 6,5% в год.

Анализ демонстрирует, что в России на сегодняшний день показатели производительности труда находятся на достаточно низких уровнях, в том числе, и в силу чрезмерной занятости на большинстве предприятий. Так, согласно оценкам ИПП РАН, повышенный уровень занятости по отношению к фактическим объемам производства и используемым технологиям, лишь в отраслях обрабатывающей промышленности в 2012 г. составил около 2,0 млн. чел. Следовательно, только в данном сегменте экономики потенциальный рост производительности труда, при использовании организационной компоненты, может быть оценен в 15—20%.

Стоит сделать вывод, что политике в сфере занятости следует учитывать и возможности положительных структурных эффектов. Так, введение новейших технологий в таких отраслях, как например сельское хозяйство приведет к высвобождению рабочих рук и началу новой волны урбанизации. Вторая волна — «малые города — крупные агломерации». Как правило, на предприятиях, находящихся в рамках агломерации производительность труда на 46% больше, чем в поселениях за их пределами. Из этого стоит сделать вывод, что следует использовать подобные тенденции при создании новых «точек роста» на территориях Сибири и Дальнего Востока.

Также при решении вопроса, связанного с обеспечением экономики необходимыми трудовыми ресурсами необходимо действовать согласно продуманной политике, направленной на привлечение в страну рабочей силы, а также мерам государственной социальной политики и политики в сфере занятости, которые нацелены на максимальную мобилизацию внутренних резервов предложения на рынке труда. К таким предложениям принято относить: увеличение доли занятых среди лиц пенсионного возраста, увеличение доли занятых среди инвалидов, противодействие наркомании и алкоголизму, снижение уровня смертности в трудоспособном возрасте, сокращение численности государственного аппарата, в первую очередь, контролирующих структур и МВД, распространение дистанционной занятости и т.д. По существующим оценкам, подобные направления позволяют экономике дополнительно получить около 5-ти млн. рабочих рук.

В общем, верная государственная политика в сфере стимулирования роста производительности труда и занятости нацелена на замещение прогнозируемого недостатка квалифицированных специалистов внутренними трудовыми ресурсами, с плавным снижением количества привлекаемой зарубежной рабочей силы. Здесь существуют бесспорные ограничения со стороны внешнего спроса, причем, вопросы поднимаются не только касаясь текущего сужения спроса в послекризисный период, но и о более глобальной тенденции, касаемо роста мировой экономики, которая не будет вступать в зависимость от фазы экономического цикла и долгосрочных темпов роста.

Отметим, что в вопросах потребительского и в частности инвестиционного спроса, подобные ограничения в кратко- и среднесрочной перспективе просто отсутствуют. Таким образом, инвестиционный спрос является не только основой для наращивания капитальных вложений в создание необходимой инфраструктуры и переоснащение производства. Рост инвестиционной активности выступает одним из ключевых элементов экономической динамики, позволяющий прийти к решению совместно несколько задач: расширение возможностей производственных мощностей, повышение эффективности производства, устранение инфраструктурных ограничений в развитии.

Наращивание инвестиционных активностей в ближайшее время не имеет альтернативы. В противоположной ситуации, никакие институциональные реформы не имеют возможности вернуть в экономику утраченную динамику развития, а фронтальное нарастание ограничений приведет к тому, что дальнейшее реагирование на появляющиеся вызовы будет практически невозможно. Все это приведет к новому витку финансовых ограничений и

¹ Зайнашева З.Г., Семкина О.С. Государственно-частное партнерство в сфере предоставления социально значимых услуг.

полному сваливанию экономики в сторону инерционного роста ВВП в 1—3% в год.

Нельзя не обратить внимание на то, что текущие характеристики экономической динамики считаются основными параметрами инвестиционного климата. В свою очередь, для инвестора устойчивые темпы роста определенных отраслей экономики являются значительным показателем наличия потенциала роста спроса на отдельные виды продукции, спросе на продукцию сопряженных отраслей и благоприятной ценовой конъюнктуре данного рынка. Это существенно снижает инвестиционные риски, повышает возможность заимствования требующихся финансовых ресурсов, сокращает период окупаемости проектов. Увеличение среднегодовых темпов роста ВВП до 6—7% в среднесрочной перспективе (до 2020 г.) является одной из основополагающих предпосылок для активирования инвестиционных и инновационных процессов, позволяющих поддерживать значительные темпы роста и в следующие 10—15 лет.

Нельзя также забывать, что в России имеется существенное пространство для количественного и качественного роста. Под пространством роста здесь подразумевается не сама географическая территория, непосредственно экономическое понятие, которое связано с концепцией насыщения. Таким образом, Россия находится не на чрезмерно дальнем расстоянии от удовлетворения основных потребностей: уровень обеспеченности жильем, обеспеченность легковыми автомобилями в России в 3—4 раза ниже, чем в странах с развитой экономикой; значительно ниже и обеспеченность товарами длительного пользования; относительная неразвитость транспортной инфраструктуры; значимым остается также отставание,

связанное с потреблением отдельных видов продуктов питания. Освоение и обустройство территории России также определяется как значительный потенциал экономического роста. Наконец, стоит отметить, что в России на данный момент отсутствуют серьезные ресурсные ограничения, касающиеся объемов инвестиций: в силу завышенной нормы сбережения, часть накопления в ВВП страны возможно повышать, не понижая при этом уровня потребления. Так, в 2006—2012 гг. норма сбережений составляла в среднем 30% от ВВП, тогда как норма накопления лишь около 20%.

Список литературы:

1. Зайнашева З.Г., Семкина О.С. Государственно-частное партнерство в сфере предоставления социально значимых услуг. Вестник Университета (Государственный университет управления). 2013. № 3. С. 029-037.
2. Рагулина Ю.В., Федосова Р.Н. Особенности соотношения государственного, негосударственного и частного секторов в рамках корпоративной социальной ответственности. Вестник Академии. 2013. № 3. С. 78-83.
3. Мухаев Р. Т. Система государственного и муниципального управления / Р. Т. Мухаев. – М.: ЮНИТИ, 2012. – 576 с.
4. Сметанин А.В. Проблема целевых показателей в муниципальных программах развития. // В сборнике: Стратегическое и проектное управление Сборник научных статей. главный редактор В.Г. Прудский; Пермский государственный национальный исследовательский университет. Пермь, 2011. С. 197-200.

УДАЛЁННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ АКТИВАМИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

Титкова Анна Юрьевна

аспирант, Тихоокеанского Государственного Университета, город Хабаровск

REMOTE MANAGEMENT OF INVESTMENT ASSETS MANAGING SUBJECT

Titkova Anna, graduate student, Pacific State University, Khabarovsk

АННОТАЦИЯ

С позиции научного подхода, в основе рыночных взаимоотношений лежит собственность, её регистрация, ревизия, оценка эффективности применения. В результате рыночных преобразований увеличивается доля инвесторов, которым необходима профессиональная помощь по управлению активами, которая позволит повысить эффективность использования собственности. Реализация данных задач происходит через услуги удалённого управления.

ABSTRACT

From the standpoint of a scientific approach to market-based relations are based on the property, its registration, inspection, evaluation of the application. As a result, the share of market reforms investors who need professional help to manage assets, which will allow more efficient use of the property. The realization of these objectives is through remote management services.

Ключевые слова: финансовые услуги, доверительное управление, удалённое управление, инвестиционный портфель.

Keywords: financial services, asset management, remote management, investment portfolio.

Экономические процессы, как положительные, так и отрицательные непосредственно организованы в сфере стратегии экономической области, степени кредитования отраслей. В настоящее время происходит замедление экономического роста, которое можно объяснить увеличением налогового бремени и трудностями в получении кредитных ресурсов.

С позиции научного подхода, в основе рыночных взаимоотношений лежит собственность, её регистрация,

ревизия, оценка эффективности применения. В результате рыночных преобразований увеличивается доля инвесторов, которым необходима профессиональная помощь по управлению активами, которая позволит повысить эффективность использования собственности.

Реализация данных задач происходит через финансовые услуги. Под финансовыми услугами понимаются операции с финансовыми активами, которые осуществляются в интересах третьих лиц за собственный счет или за

счет этих лиц в случаях, предусмотренных законодательством, и за счет привлеченных от других лиц финансовых активов, с целью получения прибыли или сохранения реальной стоимости финансовых активов. Финансовыми считаются такие услуги: выпуск платежных документов, платежных карточек, дорожных чеков и их обслуживание, клиринг, другие формы обеспечения расчетов; доверительное управление финансовыми активами; деятельность по обмену валют; привлечение финансовых активов с обязательством последующего их возвращения; финансовый лизинг; предоставление средств в заем, в том числе и на условиях финансового кредита; предоставление гарантий и поручительств; перевод денег; услуги в сфере страхования и накопительного пенсионного обеспечения; торговля ценными бумагами; факторинг; другие операции, которые отвечают критериям, определенным законом [4].

Финансовые услуги обладают рядом признаков: форма оказания услуг носит посреднический характер, то есть сделки совершаются в пользу третьих лиц; финансовые активы выступают предметом операции; приумножение или сохранение стоимости актива является целью соглашения.

Финансовые услуги, обладают рядом отличительных черт, к которым можно отнести следующее: оказание услуги расценивается как деятельность лица (физического, юридического) оказывающего услугу; отсутствие материально – вещественного вида; через договорные отношения, абстрактный вид финансовой услуги трансформируется в реальное выражение; в процессе оказания финансовой услуги проявляется полезный эффект; соответствие времени предоставления и потребления финансовой услуги.

Финансовые услуги можно классифицировать следующим образом: массовые услуги, характеризуются широтой распространения, не предполагают наличие специализированных навыков и умений для их предоставления (открытие счетов, перевод денег, обмен валют и другие); специальные услуги, предполагают наличие специальных знаний как у лиц их оказывающих, так и у лиц обращающихся за услугами (интернет – страхование, интернет – банкинг и тому подобное); специализированные услуги, имеют ограниченный круг участников, предполагают наличие знаний в финансовой сфере у потребителей услуг (интернет – тренинг, формирование портфеля ценных бумаг и другие); специфические услуги, оказываются в узкоспециализированных областях, имеют ограниченный круг участников обладающих узконаправленными знаниями (форекс – трейдинг, услуги в системе биржевой торговли и тому подобное).

Финансовые услуги с экономической точки зрения, можно представить как преобразование денежных средств в капитал. Исходя из этого, финансовые услуги можно классифицировать следующим образом: услуги по трансформации денежных средств в капитал (субъектами деятельности выступают институциональные инвесторы (банки, страховые компании, ПИФы, пенсионные фонды и тому подобное), особенностью деятельности которых является аккумуляция денежных средств); услуги, направленные на накопление денежных средств, для дальнейшего изменения в денежный капитал (услуги по размещению средств в капитал; услуги инфраструктуры).

Рассмотрим более подробно услуги по управлению активами. Анализируя специализированную литературу, мы пришли к выводу, что существует следующие точки зрения на реализацию имущества. Ряд экономистов счита-

ет, что присвоение дохода осуществляется в виде: процентов, прибыли при использовании средств производства и тому подобное. Другая позиция говорит, что собственность реализуется через всю систему производственных отношений. В свою очередь, существуют смешанные позиции на данную проблему. Через цепочку производственных отношений таких как: производство, обмен, потребление, присвоение, происходит реализация собственности на уровне потребителя. Ряд учёных приходит к выводу, что присвоение дохода, является реальными экономическими формами реализации собственности, на стадии распределения и в сфере производства. Из выше сказанного следует, что управление активами для развитой экономики, является одним из основных элементов эффективного функционирования института распоряжения собственностью.

Российское законодательство подробно описывает механизм доверительного управления. Согласно ГК РФ в доверительное управление могут передаваться следующие категории имущества: государственное, муниципальное, частное. ГК дает подробный, но не законченный перечень имущества, которое может являться объектом управления: это предприятия и другие имущественные комплексы, отдельные объекты, относящиеся к недвижимому имуществу, ценные бумаги, права, удостоверенные бездокументарными ценными бумагами, исключительные права и другое имущество (ГК ст. 1013) [1]. В операциях по доверительному управлению участвуют: учредители; управляющий; выгодоприобретатель.

С нашей точки зрения, можно выделить следующие признаки, характеризующие доверительное управление: имущество, передаваемое в управление, остаётся в собственности учредителя управления; обозначается конкретный период договора управления; договорной характер взаимоотношений; возмездный характер взаимоотношений, то есть управление имуществом производится в интересах указанных в договоре лиц за вознаграждение.

Проведённый анализ показывает, что ГК РФ даёт не полный перечень объектов, которые могут быть переданы в управление. Так, например: управление недвижимостью попадает под определение коммерческого управления. Не учтены такие активы, как просроченная задолженность организации (на май 2014 года, суммарный объем равен 514,8 млрд. рублей [4]). Данный актив, является основным объектом при оказании финансовых услуг коллекторскими агентствами, по агентской схеме. Услуги аутсорсинга (объем рынка 90 млрд. руб. [4]), которые предполагают, на договорной основе, передачу контроля за рядом бизнес – процессов или функций. Всё выше сказанное, подтверждает, что определение, данное в ГК, является на наш взгляд неточным. Более логично данные услуги называть удалёнными.

Таким образом, сущность удалённого управления заключается в передаче клиентами (индивидуально или коллективно), управляющей компании своих временно свободных активов (без передачи права собственности) для последующего управления этими средствами исходя из индивидуальных предпочтений клиента с целью получения прибыли, оптимизации расходов, с которой управляющий берет определенную плату в виде комиссии.

Исходя из определения, можно дать следующую классификацию услуг по удалённому управлению: услуги по оптимизации расходов на объект управления (коллекторские услуги, аутсорсинг и тому подобное); инвестиционная деятельность с целью получения дохода (ПИФы, формирование портфеля ценных бумаг и так далее)

Исходя из изложенного, можно выделить следующие компоненты, относящиеся к элементам структуры удалённого управления: объект управления; субъект управления (учредитель управления, управляющий, выгодоприобретатель).

К элементам среды удалённого управления, мы будем относить следующее: ситуация в народном хозяйстве; общественно - политическая ситуация; экономика - правовое окружение; индекс развития человеческого потенциала (интегральный показатель, рассчитываемый ежегодно для межстранового сравнения и измерения уровня жизни, грамотности, образованности и долголетия как основных характеристик человеческого потенциала исследуемой территории [10]); технологическая среда.

Таким образом, в результате экономических преобразований вырос интерес к эффективному управлению собственностью, вследствие чего появление предложений по оказанию данного рода услуг. В качестве основных предпосылок развития удалённого управления можно выделить следующие: увеличение разнообразных форм собственности; становление новых экономических отношений; разработка специализированных исследований связанных с эффективностью управления; желание собственника обеспечить максимально эффективное использование сформированного инвестиционного портфеля. Рассмотрим более подробно освоённости создания инвестиционного портфеля.

В процессе создания портфеля инвестирования формируется новое инвестиционное свойство с установленными параметрами, таким образом, инвестиционный портфель является инструментом, с помощью которого достигается необходимая доходность при определённом риске и установленной ликвидности.

То есть инвестиционный портфель - это множество инвестиций в рамках определенной стратегии. Основной целью является осуществление инвестиционной политики, через максимальную эффективность и доступный уровень риска вложений. В соответствии с утвержденной политикой и характером реализации инвестиционной деятельности устанавливается база специфических целей: максимальный уровень роста капитала, дохода; минимальный уровень риска; достижение необходимой ликвидности.

Анализ литературных источников показал, что в основе создания инвестиционного портфеля лежат следующие принципы: осуществление инвестиционной политики, вытекает из необходимости достижения цели утверждённых в инвестиционной политике; ликвидность и устойчивость инвестора, достигается путём соотношения инвестиционного портфеля и источников инвестирования; доступное сочетание риск – доходность – ликвидность; диверсификация инвестиционного портфеля; управление портфелем инвестиций, реализуется через ограничение количества и сложности инвестиций, исходя из возможности инвестора по контролю доходности, риска, ликвидности.

Можно выделить три способа управления: активное – подразумевает постоянное изменение состава портфеля; пассивное – нацелен на длительный период инвестирования, состав портфеля изменяется редко; активно-пассивное – состав портфеля имеет долевое соотношение, первая часть подразумевает активное управление, вторая направлена на долгосрочную перспективу.

Формирование портфеля осуществляется с помощью различных экономических инструментов. Инструменты инвестирования представляют собой объединённые совокупностью предложений разнообразные финансовые инструменты. Исходя из вида вложений, инструменты инвестирования делятся на: фактические – инвестирование капитала; интеллектуальные – вложение в обучение, перепрофилирование; материальные – ценные бумаги, депозиты и тому подобное.

Проанализировав экономическую литературу можно дать следующую классификацию инвестиционным инструментам: депозиты; страховые накопительные программы; пенсионные накопительные программы; ценные бумаги; структурированные продукты банков; паевые инвестиционные фонды; акции биржевых фондов; хедж – фонды; драгоценные металлы; недвижимость; драгоценные камни, антиквариат, предметы роскоши и искусства и тому подобное; готовый бизнес; ПАММ – счета (одна из форм доверительного управления, объединяющая несколько доверителей); деривативы.

Рассмотрим более подробно деятельность хозяйствующего субъекта. С точки зрения хозяйствующего субъекта активы — это ресурсы, контролируемые инвестором, возникшие в результате событий прошлых лет, от которых он ожидает экономической выгоды в будущем.

Активы обладают следующими основными характеристиками: при использовании имеющегося потенциала, актив приводит к получению вероятных будущих экономических выгод, как самостоятельно, так и в сочетании с другими активами, что способствует, прямо или косвенно, увеличению благосостояния; инвестор может получать и контролировать выгоду от использования актива; сделка или событие, послужившее возникновением права на актив, или контроля над получаемыми выгодами уже произошли [10].

Особенность удалённого управления активами хозяйствующего субъекта, заключается в том, что инвестор самостоятельно определяет портфельную стратегию, отвечающую запросам доходности и риска. Удалённое управление активами хозяйствующего субъекта, допускает различные механизмы получения прибыли, в том числе путём инвестирования на срочный рынок, в инновационные проекты.

Основными характеристиками инвестиционной деятельности хозяйствующего субъекта являются следующие показатели: надёжность, ликвидность, доходность. В свою очередь данный вид деятельности имеет элементы предпринимательской деятельности, так как решение об инвестировании принимается самостоятельно, ответственность за инвестирование возлагается полностью на инвестора, и процесс направлен на систематическое получение прибыли от пользования имеющихся активов.

Можно выделить следующие задачи, которые стоят перед собой хозяйствующий субъект, отдавая активы в удалённое управление: определение объёма инвестирования; установление срока инвестирования; диверсификация портфеля; формулировка цели инвестирования (то есть необходимо определить, цель вложений; например: рост капитала до определенного уровня); обозначение своего уровня риска, то есть определить сумму которую в неблагоприятном случае инвестор готов потерять.

Для решения поставленных задач инвестор следует следующим принципам: улучшение обеспечения хозяй-

ствующего субъекта, путем увеличения стоимости активов; обеспечение оборота активов, таким образом, что бы обеспечить защиту от инфляции; влияние на деятельность институтов, используя права акционера, полученные в результате инвестирования.

Основными этапами управления активами хозяйствующего субъекта являются: предварительный (даёт представление о перспективах связанных с использованием актива); создание инвестиционного портфеля (взаимодействие хозяйствующего субъекта и источников инвестирования); удалённое управление.

По мнению большинства экспертов, для развития удалённого управления, необходимо создать систему гарантий и налоговых льгот. В данном сегменте сосредоточена значительная часть долгосрочных инвестиций. Таким образом, необходимо отметить, что данные направления обладает огромным потенциалом для развития, но в текущем периоде находится на начальном этапе своего развития. Следовательно, необходимо акцентировать внимание экспертов к проблеме долгосрочных вложений.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая): Федеральный закон Российской Федерации от 26.01.1996 № 14-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 1996. - № 5. – 168 с.
2. О банках и банковской деятельности: Федеральный закон Российской Федерации от 02.12.1990 № 395-1 // Собрание законодательства РФ. – 1996. - №6. – 8 с.
3. Об инвестиционных фондах: Федеральный закон Российской Федерации от 29.11.2001 №156 // Российская газета. – 2001. - № 237-238. – С.6-9.
4. URL: <http://www.banki.ru>.
5. URL: <http://www.banksrate.ru>.
6. URL: <http://www.cbr.ru>.
7. URL: <http://www.consultant.ru>.
8. URL: <http://www.fcsm.ru>.
9. URL: <http://www.Investfunds.ru>.
10. URL: <http://www.rating.ru>.

ДОСТИЖЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ РОССИИ

Тушева Светлана Владимировна

Аспирант Санкт-Петербургского научного исследовательского университета информационных технологий механики и оптики, Санкт-Петербург

ACHIEVEMENTS AND PROSPECTS OF INNOVATIVE RUSSIA

Tusheva Svetlana, Post graduate student of Saint-Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics, Saint-Petersburg

АННОТАЦИЯ

В статье ставится задача исследования инновационной активности предприятий Российской Федерации на основе ключевых показателей. Особое внимание уделяется государственной политике в данной сфере, а именно формированию законодательной базы. Произведен регрессионный анализ, описаны тенденции развития. Проведена рейтинговая оценка субъектов Российской Федерации по уровню развития инновационной деятельности. В результате исследования удалось определить оптимальный путь развития инновационной деятельности субъектов Российской Федерации.

ABSTRACT

The main purpose of article is to study the innovative activities of the enterprises of the Russian Federation on the basis of key performance indicators. Particular attention is paid to public policy in this area, namely the formation of the legal framework. Regression analysis is provided and development trends are described. Rating of subjects of the Russian Federation on the level of innovation activity is formed. As a result the optimal path of development of innovative activity of the Russian Federation is determined.

Ключевые слова: инновационная деятельность, ключевые факторы, затраты, регрессионный анализ.

Key words: innovation activity, the key indicators, expense, regression analysis.

Россия ставит перед собой цель долгосрочного развития – обеспечение высокого уровня благосостояния населения, закрепление геополитической роли страны как одного из глобальных лидеров, определяющих мировую политическую повестку дня. Единственным возможным способом достижения этих целей является переход экономики на инновационную социально-ориентированную модель развития.

Основными предпосылками становления на инновационный путь развития являются ускорение технологического развития мировой экономики, усиление в глобальном масштабе конкурентной борьбы за факторы, определяющие конкурентоспособность инновационных систем, в первую очередь, за высококвалифицированную рабочую силу и «умные» деньги (инвестиции, привлекающие в проекты новые знания, технологии, компетенции), резкое повышение мобильности этих факторов. А так же

вызовы, с которыми сталкивается не только наша страна, но и человечество в целом – изменение климата, старение населения и вызовы здравоохранения, продовольственная безопасность в глобальном масштабе.

Эти вызовы диктуют необходимость опережающего развития отдельных специфичных направлений научных исследований и технологических разработок.

Любой инновационный процесс представляет собой взаимодействие некоторых субъектов: авторов идей (ученые, изобретатели, деятели культуры и образования) и инноваторов. В лице предпринимателей, инвесторов, политиков, деятелей культуры, которые реализуют отобранные инновационные идеи «авторов», выделяя на это необходимые ресурсы. Существует еще один немаловажный участник инновационной деятельности – государство. Политика государства в инновационной сфере направлена на

выполнение функции, при которых формируется благоприятный инновационный климат, обеспечивается соблюдение установленных норм и правил инновационной деятельности.

Инновационная политика в Российской Федерации ведется сравнительно недавно. Начало было положено в 1998 году Постановлением Правительства РФ от 24 июля 1998 г. N 832 «О Концепции инновационной политики Российской Федерации на 1998 – 2000 годы». В данной концепции были определены основные понятия инновационной деятельности, обозначены инструменты и методы реализации инновационной политики.

В настоящее время вектор инновационного развития задан таким нормативно-правовыми актами, как Государственная программа Российской Федерации "Развитие науки и технологий" на 2013- 2020 годы. Целью программы является формирование конкурентоспособного и эффективно функционирующего сектора исследований и разработок и обеспечение его ведущей роли в процессах технологической модернизации российской экономики. В 2011 году утверждена Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. В Стратегии определены цели, приоритеты и инструменты государственной инновационной политики. Ключевыми приоритетами являются: развитие человеческого капитала, значительное повышение инновационной активности бизнеса, продвижение инноваций в государственном секторе [2].

Инновационную активность предприятий субъектов Российской Федерации можно определить по ряду показателей, основными из которых являются: объем инновационной продукции, доля занятых исследованиями и разработками, внутренние затраты на исследования и разработки, затраты на технологические инновации.

В качестве сравнительной оценки субъектов Российской Федерации по уровню инновационной активности предприятий проведем ранжирование на основе указанных выше показателей. Для расчета рейтинговой оценки в таблице 1 рассчитаем доли каждого показателя в объеме ВВП.

K_i – коэффициент значимости (весомости) экономико-статистических показателей [1]. Данный коэффициент принимает значение *коэффициента эластичности* регрессионной модели, рассчитанного по формуле:

$$\mathcal{E}_i = a_i \times \frac{x_{cp}}{y_{cp}}, \quad (1)$$

где a_i – коэффициент регрессии i -го фактора;
 $x_{i\text{cp}}, y_{cp}$ – средние значения выборки.

Для проверки значимости модели регрессии и точности коэффициентов регрессии использовались F -критерий Фишера и t -критерий Стьюдента.

Таблица 1

Показатели инновационной активности предприятий субъектов Российской Федерации

Показатели	Субъекты РФ	2009	2010	2011	2012	2013	K_i
Объем инновационной продукции к ВВП (X_1)	Российская Федерация	2,41	2,69	3,76	4,62	5,25	0,900
	Центральный федеральный округ	0,62	0,63	0,86	1,51	1,74	
	Северо-Западный федеральный округ	0,20	0,26	0,35	0,48	0,61	
	Южный федеральный округ	0,17	0,19	0,11	0,08	0,11	
	Северо-Кавказский федеральный округ	0,05	0,06	0,06	0,04	0,04	
	Приволжский федеральный округ	1,03	1,18	1,40	1,53	1,69	
	Уральский федеральный округ	0,22	0,24	0,32	0,24	0,28	
	Сибирский федеральный округ	0,09	0,10	0,16	0,19	0,23	
Доля занятых исследованиями и разработками к общему числу занятых (X_2)	Российская Федерация	1,07	1,05	1,04	1,02	1,02	0,998
	Центральный федеральный округ	1,98	1,94	1,90	1,83	1,85	
	Северо-Западный федеральный округ	1,36	1,33	1,34	1,33	1,32	
	Южный федеральный округ	0,43	0,44	0,43	0,37	0,37	
	Северо-Кавказский федеральный округ	0,16	0,17	0,23	0,18	0,16	
	Приволжский федеральный округ	0,81	0,79	0,75	0,77	0,77	
	Уральский федеральный округ	0,71	0,71	0,71	0,71	0,72	
	Сибирский федеральный округ	0,60	0,58	0,58	0,58	0,59	
Внутренние затраты на исследования и разработки к ВВП (X_3)	Российская Федерация	1,25	1,13	1,09	1,12	1,12	1,004
	Центральный федеральный округ	0,71	0,62	0,59	0,59	0,60	
	Северо-Западный федеральный округ	0,17	0,15	0,15	0,16	0,16	
	Южный федеральный округ	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	
	Северо-Кавказский федеральный округ	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	
	Приволжский федеральный округ	0,16	0,16	0,16	0,18	0,17	
	Уральский федеральный округ	0,06	0,06	0,06	0,06	0,07	

Показатели	Субъекты РФ	2009	2010	2011	2012	2013	K_i
Затраты на технологические инновации к ВВП (X_i)	Сибирский федеральный округ	0,08	0,07	0,07	0,08	0,07	0,928
	Дальневосточный федеральный округ	0,03	0,02	0,02	0,02	-	
	<i>Российская Федерация</i>	<i>1,03</i>	<i>0,87</i>	<i>1,31</i>	<i>1,45</i>	<i>1,67</i>	
	Центральный федеральный округ	0,25	0,22	0,49	0,49	0,46	
	Северо-Западный федеральный округ	0,09	0,08	0,14	0,13	0,25	
	Южный федеральный округ	0,02	0,02	0,03	0,06	0,07	
	Северо-Кавказский федеральный округ	0,01	0,01	0,00	0,00	0,01	
	Приволжский федеральный округ	0,21	0,17	0,30	0,39	0,43	
	Уральский федеральный округ	0,21	0,20	0,19	0,17	0,20	
	Сибирский федеральный округ	0,07	0,11	0,11	0,13	0,20	
Дальневосточный федеральный округ	0,17	0,05	0,05	0,07	0,07		

Примечание: таблица составлена автором

Сокращение доли занятых исследованиями и разработками в общем числе занятых в экономике России с 1,07% в 2009 г. до 1,02% в 20013 г. происходило за счет уменьшения числа исследователей и в то же время за счет увеличения общего числа занятых в экономике. Внутренние затраты на исследования и разработки к ВВП так же снижаются с 1,25 до 1,12 % в исследуемом периоде.

Растет показатель затраты на технологические инновации к ВВП с 1,03 до 1,67% за тот же период. Стоит отметить, показатель объем инновационной продукции к ВВП, который может выступать как результирующий фактор инновационной деятельности, так же имеет тенденцию к росту – с 2,41 до 5,25% за период с 2009 по 2013

гг. Можно говорить о том, что инновационная политика государства дает в целом положительные результаты.

На основании данных, представленных в таблице 1, произведем рейтинговую оценку инновационной активности предприятий субъектов Российской Федерации (таблица 2).

Функциональная модель рейтинга инновационной активности выглядит следующим образом:

$$R_{ij} = \sum_{i=1}^4 K_i \times X_{ij}, \quad (2)$$

где R_{ij} – рейтинг инновационной активности i -го фактора j -го года.

Таблица 2

Рейтинговая оценка инновационной активности субъектов Российской Федерации

Субъекты РФ	2009	2010	2011	2012	2013	$R_{ij\text{ ср}}$	Место
Центральный федеральный округ	3,49	3,33	3,72	4,24	4,44	3,84	1
Северо-Западный федеральный округ	1,79	1,79	1,92	2,04	2,26	1,96	3
Южный федеральный округ	0,63	0,65	0,58	0,53	0,56	0,59	6
Северо-Кавказский федеральный округ	0,22	0,24	0,29	0,23	0,21	0,24	8
Приволжский федеральный округ	2,09	2,17	2,45	2,68	2,86	2,45	2
Уральский федеральный округ	1,16	1,17	1,24	1,15	1,22	1,19	4
Сибирский федеральный округ	0,82	0,84	0,90	0,95	1,05	0,91	5
Дальневосточный федеральный округ	0,62	0,51	0,95	0,99	-	0,61	7

Примечание: таблица составлена автором

На основании проведенной рейтинговой оценки (табл.2.), можно выделить лидеров среди субъектов Российской Федерации в инновационной активности предприятий, которым присвоены первые три места. Такими являются: Центральный федеральный округ (1 место), Приволжский федеральный округ (2 место) и Северо-Западный федеральный округ (3 место).

Исследуемые субъекты РФ становились на путь экономического преобразования с различными стартовыми условиями (особенности географического положения, климатические условия, обеспеченность природными ресурсами, характер расселения и рост (снижение) численности населения, характер миграции, изменения половозрастной структуры населения, система образования и обучения трудовых ресурсов, степень близости к рынкам сбыта, структура производства, инвестиции в основной капитал, уровень развития рыночной инфраструктуры и

транспортной сети и т.д), что и объясняет высокую степень дифференциации рейтинговой оценки.

На данный момент существует три варианта инновационного развития экономики России [5].

Один из наименее вероятных путей реализации стратегии инновационного развития является *достижение лидерства в ведущих научно-технических секторах и фундаментальных исследованиях*. Это наиболее привлекательный вариант, но при этом наиболее затратный вариант, здесь весьма значительные риски.

Другой вариант – *догоняющее развитие и локальная технологическая конкурентоспособность*. Что может привести к жесткой конкуренции в данной нише и торможению собственных разработок.

Оптимальным вариантом достижения высокого уровня инновационного развития будет реализация *смешанной стратегии*, нацеленной на достижение лидерства

в отдельных приоритетных секторах при поддержании достаточного уровня конкурентоспособности большинства остальных. Таким образом, сохранится преемственность с политикой, реализуемой в последние годы, при значительном повышении ее активности и системности, с учетом изменившейся в результате кризиса экономической ситуации.

Одним из основных индикаторов реализации поставленных задач в Стратегии инновационного развития Российской Федерации до 2020 года является интенсивность затрат на технологические инновации (удельный вес затрат на технологические инновации в объеме отгружен-

ных товаров). В соответствии с данной стратегией, интенсивность затрат на технологические инновации возрастет с 1,39 в 2008 году до 2,00 в 2016 году.

Для оценки перспектив развития инновационной деятельности предприятий применим инструмент, используемый участниками фондовых рынков при графическом анализе динамики уровня цен (линия поддержки и линия сопротивления). Рассмотрим интенсивность затрат на технологические инновации в объеме инновационной продукции (рис.1). По оси абсцисс отмечены года, по оси ординат – удельный вес затрат на технологические инновации в объеме инновационных продукции.

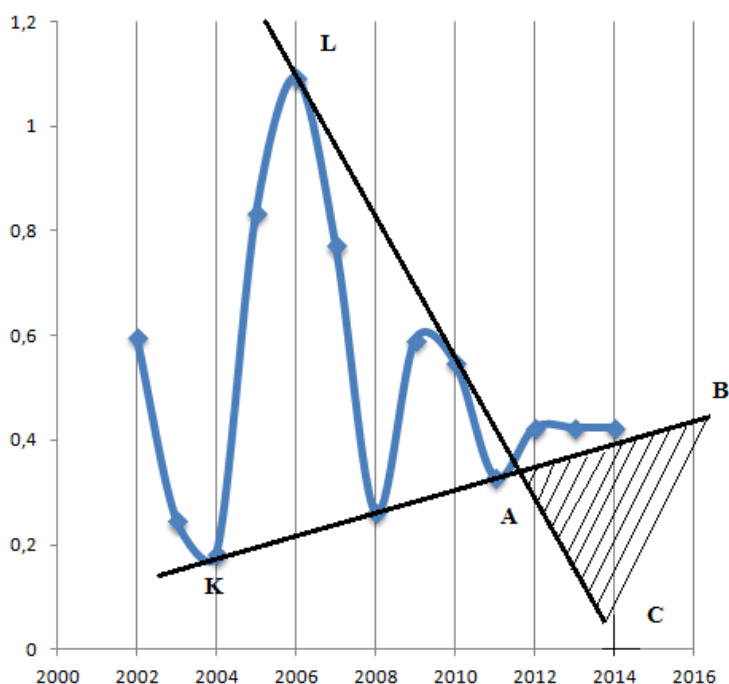


Рисунок 1. Интенсивность затрат на технологические инновации

KB – линия поддержки (Support) – уровень инновационной активности, при котором потенциал развития в данной сфере достаточно велик и, если линия интенсивности затрат находится выше линии KB, то необходимо разработать такую стратегию, чтобы поддерживать данное состояние и не «пробить» линию поддержки вниз.

LC – линия сопротивления (Resistance) имеет значение, обратное значению линии поддержки KB.

Линии поддержки и сопротивления имеют свойство меняться местами. То есть довольно часто линия сопротивления после ее пробоя становится линией поддержки и наоборот. Таким образом, в 2015 году ожидается, что кривая интенсивности затрат «пробьет» линию сопротивления. Тогда целью стратегии инновационного роста будет являться недопущение того, чтобы данная кривая снова «пробила» линию АВ и опустилась в пределы треугольника ABC. Площадь данного треугольника можно интерпретировать как «инновационный вакуум», в котором отсутствуют необходимые условия для инновационного роста, вследствие чего, замедляется развитие системы.

Рис.1 позволяет сделать вывод, что для осуществления успешной стратегии инновационного развития и поддержания заданного уровня инновационной системы

важно увеличить интенсивность затрат на технологические инновации, что достигается, соответственно, путем увеличения затрат на технологические инновации. Данные затраты должны быть ориентированы на приоритетные сектора экономики и на поддержание конкурентоспособности остальных.

Список литературы:

1. Гореева Н.М. Эконометрика: учебное пособие в схемах и таблицах / Н.М. Гореева [и др.]; ред. д.э.н. проф. С.А. Орехов. - М.: Эксмо, 2008. - 224 с.
2. Инновации в России // Единый информационно-аналитический портал государственной поддержки инновационного развития бизнеса.—2014. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL:[<http://innovation.gov.ru/taxonomy/term/586>]
3. Кушлин В. И. Инновационный тип развития экономики России. - М.: РАГС, 2005.
4. Кузык Б. Н. и Яковец Ю. В. Россия-2050: стратегия инновационного прорыва. - М.: ЗАО "Издательство "Экономика", 2004. - 632с.
5. Министерство экономического развития РФ. Инновационная Россия-2020 (Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до2020 года): Проект. - М., 2010.

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ТЕКУЩИХ РАСХОДОВ РОССИЙСКИХ ДОМОХОЗЯЙСТВ (ПО ДАННЫМ ОБСЛЕДОВАНИЯ RLMS ЗА 2013 ГОД)

Войнова Виктория Игоревна,
аспирант, ФГБОУ ВПО «РГЭУ (РИНХ)»

STATISTICAL STRUCTURE ANALYSIS OF THE RUSSIAN HOUSEHOLDS' CURRENT EXPENSES
(BASED ON THE RLMS RESEARCH FOR YEAR 2013)

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается структура финансовых ресурсов домохозяйств в разрезе текущих регулярных расходов (на одного члена домашнего хозяйства) на основе данных выборочных обследований за 2013 г., проводимых Российским мониторингом экономического положения и здоровья населения НИУ-ВШЭ (RLMS-HSE). Автором выявлены основные статьи расходов домашних хозяйств в зависимости от уровня их благосостояния.

Ключевые слова: домохозяйство, бюджет домохозяйств, финансы домохозяйств, текущие расходы домохозяйства.

ABSTRACT

Article related to the households' financial resources structure detailed by current regular expenses (assessed as average per one member of household). Research was based on results of RLMS-HSE researches. Author classified basic captions of household budgets depends on its wealth.

Keywords: household, household's budget, household's finance, expenses

В последнее время всё больше внимания уделяется процессам формирования и использования финансовых ресурсов внутри домашних хозяйств. Финансы домохозяйств – это совокупность экономических денежных отношений, связанных с формированием и использованием денежных средств, создаваемых в результате индивидуальной трудовой деятельности [1, с.496].

Благосостояние домохозяйств отражает состояние национальной экономики в целом и характеризует качество жизни в стране.

Косвенным индикатором благосостояния домохозяйств могут служить расходы домохозяйств. Очевидно, что структура и объём расходов определяются объёмом и структурой доходов домохозяйств, однако информация о доходах домохозяйств более скрыта и не так достоверна.

Цель данной работы – исследование структуры текущих расходов российских домохозяйств и выявление основных статей расходов в зависимости от благосостояния домохозяйства.

Эмпирической базой исследования выступила база данных 22 волны обследования домохозяйств, проводимого Российским мониторингом экономического положения и здоровья населения НИУ-ВШЭ (RLMS-HSE) в 2013 году [2]. Итоговый объём выборки составил 7 987 домашних хозяйств России (по итогам расчёта величины текущих расходов во избежание искаженных выводов из выборки были исключены по 1% наблюдений, по которым получались неправдоподобно низкие и высокие значения расходов).

Под текущими расходами домохозяйств понимались регулярные ежемесячные расходы в среднем на одного члена домохозяйства. К ним относились расходы на продовольственные и непродовольственные товары, оплату услуг и обязательных платежей и прочие ежемесячные расходы домохозяйств. Под прочими расходами скрывалась регулярная ежемесячная материальная помощь родным и знакомым.

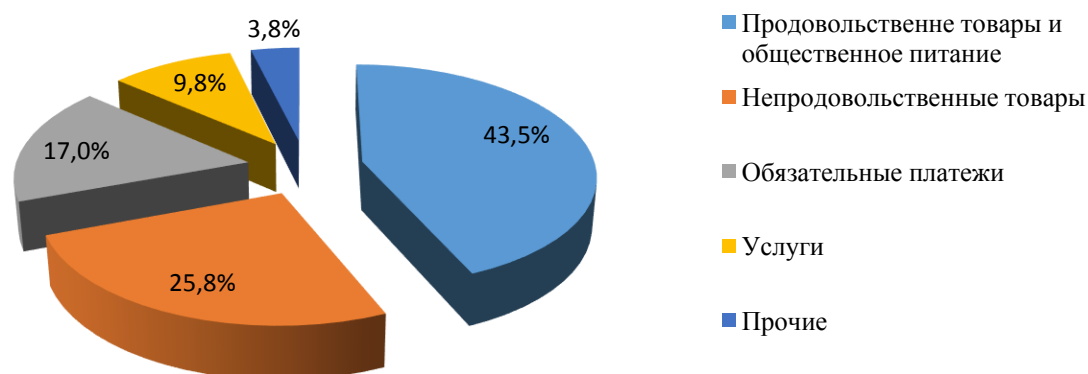


Рисунок 1. – Структура текущих расходов в среднем в месяц на одного члена домохозяйства (по данным за 2013 год).

На рисунке 1 представлена структура текущих расходов в среднем в месяц на одного члена домохозяйства.

Основной статьёй расходов являются расходы на продовольственные товары, которые включают в себя покупку продуктов питания, алкогольной продукции и питание вне дома. На втором месте – расходы на непродовольственные товары, на третьем – обязательные платежи. На

услуги и прочие расходы приходится не более 13% всех текущих расходов.

Рассмотрим каждую статью расходов более подробно.

На рисунке 2 представлена структура текущих расходов на непродовольственные товары. Видно, что наибольший вес здесь имеют расходы на приобретение

одежды и обуви, топлива, а также лекарств и медикаментов. Около 10% расходов данной категории идёт на приобретение табачной продукции.

На рисунке 3 представлена структура текущих расходов на уплату обязательных платежей, которые включают в себя коммунальные платежи, уплату страховых взносов, алименты, уплату налога на недвижимость и транспорт, оплату членских взносов и т.п.

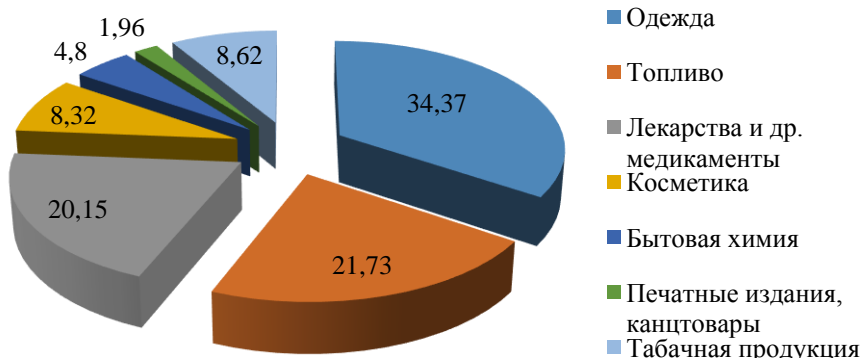


Рисунок 2. – Структура текущих расходов на непродовольственные товары (в среднем в месяц на одного члена домохозяйства)

Очевидно, что основная доля данных расходов приходится на коммунальные платежи. В данном случае, она составила около 91%.

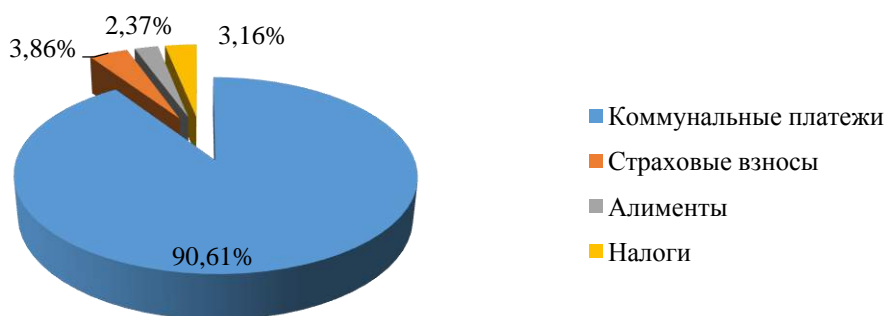


Рисунок 3. – Структура текущих расходов на обязательные платежи (в среднем в месяц на одного члена домохозяйства)

Далее рассмотрена структура текущих расходов на оплату услуг (рисунок 4). В расходы на оплату услуг входили бытовые услуги (парикмахерской, прачечной и пр.), услуги пассажирского транспорта, услуги мобильной сотовой связи и Интернет, услуги дошкольного воспитания, оплаты занятий взрослых в секциях, услуги организаций культуры (покупка билетов в кино, цирк и т.п.).

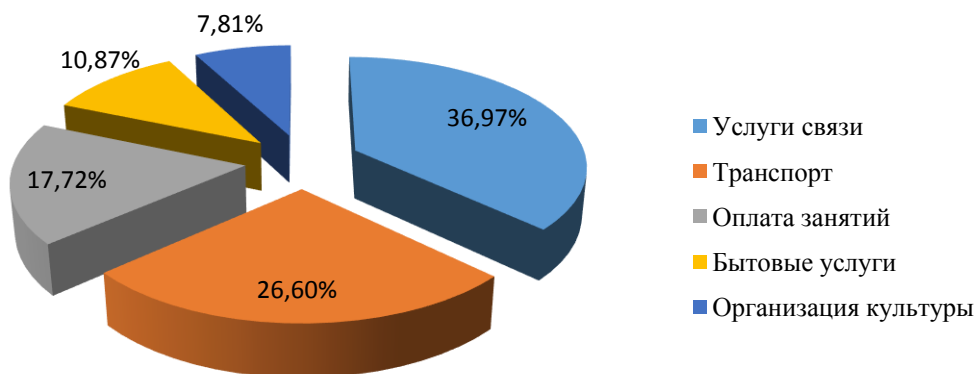


Рисунок 4. – Структура текущих расходов на оплату услуг (в среднем в месяц на одного члена домохозяйства)

Как видно на диаграмме, более 60% расходов данной категории идут на оплату связи и пассажирского транспорта. На организацию культуры тратится менее 10%.

Говоря о текущих расходах в целом, следует отметить, что по рассмотренным 7 987 домохозяйствам средняя величина текущих расходов находится в границах от 1550 руб. до 38808 руб. на одного члена домашнего хозяйства в месяц.

Учитывая высокий размах, представляет интерес рассмотрение распределения структуры текущих расхо-

дов по децильным группам (таблица 1). Как видно из таблицы 1, для 10% наиболее финансово скромных домохозяйств, доля расходов на питание составляет почти 47%, а для 10% наиболее финансово обеспеченных – 42%. При этом структура текущих расходов не меняется с ростом благосостояния домохозяйства. Данное обстоятельство объясняется тем, что в данном случае учёту подлежали только регулярные ежемесячные расходы, не учитывающие покупку дорогостоящих товаров длительного пользования, недвижимости и т.п.

Таблица 1

Структура текущих домашних хозяйств в 2012 году в группировках по 10% (децильным) группам населения в зависимости от величины потребительских расходов, % (в среднем на одного члена домашнего хозяйства в месяц)

Значение i-го дециля, руб.	Децили	Продовольственные товары	Непродовольственные товары	Обязательные платежи	Услуги	Прочие	Сумма
4251,20	1	46,49%	27,15%	15,97%	9,50%	0,88%	100%
5448,91	2	45,06%	25,76%	17,68%	10,14%	1,35%	100%
6512,52	3	44,29%	26,14%	18,53%	9,37%	1,67%	100%
7525,00	4	44,93%	25,88%	18,10%	9,64%	1,44%	100%
8545,60	5	44,22%	25,67%	18,44%	9,90%	1,77%	100%
9744,43	6	45,10%	25,00%	18,24%	9,36%	2,29%	100%
11296,22	7	43,63%	26,45%	17,36%	9,44%	3,11%	100%
13495,48	8	44,78%	25,30%	16,40%	9,80%	3,71%	100%
17175,84	9	43,83%	25,51%	16,27%	9,82%	4,55%	100%
38808,10	10	41,70%	26,13%	15,88%	9,73%	6,56%	100%

Таким образом, была рассмотрена структура текущих финансовых ресурсов домохозяйств за 2013 год. Основными статьями регулярных текущих расходов являются продовольственные и непродовольственные товары, а также оплата обязательных платежей, в частности, коммунальных услуг. При этом, если говорить только о текущем потреблении, то структура расходов в целом не меняется для групп домохозяйств с различным уровнем финансового благосостояния.

Библиографический список

1. Финансы: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям

«ФиК»/под ред. Г.Б.Поляка. - 3-е изд., перераб. и доп. - М: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 703с.

2. «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ-ВШЭ (RLMS-HSE)», проводимый Национальным исследовательским университетом - Высшей школой экономики и ЗАО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел Хилле и Института социологии РАН. (Сайты обследования RLMS-HSE: <http://www.hse.ru/rlms>, <http://www.cpc.unc.edu/projects/rlms>»).

КЛАССИФИКАЦИЯ ИННОВАЦИЙ – ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ ФАКТОР ПРИ ИХ АНАЛИЗЕ

Новиков Николай Иннокентьевич

доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономики Новокузнецкого института (филиала) Кемеровского государственного университета (НФИ КемГУ), г. Новокузнецк

Загороднова Лилия Вячеславовна

соискатель ученой степени к.э.н., ассистент кафедры экономики Новокузнецкого института (филиала) Кемеровского государственного университета (НФИ КемГУ), г. Новокузнецк

Novikov Nikolay, doctor of economics, professor, department chair of economy of Novokuznetsk institute (branch) of the Kemerovo state university (KEMGU'S NFI), Novokuznetsk

Zagorodnova Lilia, competitor of an academic degree cand.econ.sci., assistant to department of economy of Novokuznetsk institute (branch) to the Kemerovo state university (KEMGU'S NFI), Novokuznetsk

АННОТАЦИЯ

В статье представлена классификация инноваций – как основополагающий фактор при их анализе. Данный вопрос исследуется в работах российских ученых и авторами предлагается обобщенная классификация инноваций.

ABSTRACT

Classification of innovations – as a fundamental factor is presented in article in their analysis. The matter is investigated in works of the Russian scientists and authors offer the generalized classification of innovations.

Ключевые слова: инновации, классификация, анализ, результат, научные исследования.

Keywords: innovations, classification, analysis, result, scientific researches.

Значения для производственно-хозяйственной деятельности предприятия заключается в классификации инноваций, которая, по мнению авторов, целесообразна для выявления их научной, технической, технологической роли в производственном прогрессе, использования результатов научных исследований и разработок, направленных на совершенствование процесса производственной деятельности, а также позволяет идентифицировать особенности и характер конкретного нововведения.

В связи с этим, по нашему мнению, важным этапом при анализе значимости инноваций для экономики является их классификация по ряду основополагающих признаков.

Эта проблема в последнее время исследуется в работах российских ученых. Классифицирование инноваций разработал известный российский ученый А.И. Пригожин на основе следующих признаков:

- распространенность;
- место в производственном процессе;
- преемственность;
- ожидаемый охват доли рынка;
- степень новизны и инновационный потенциал [6].

П. Н. Завлин предложил классифицировать инновации по двенадцати признакам:

- по значимости;
- по направленности;
- по отраслевой структуре жизненного цикла;
- по глубине изменения;
- по отношению к разработке;
- по масштабам распространения;
- по роли в процессе производства;
- по характеру удовлетворяемых потребностей;
- по степени новизны;
- по времени выхода на рынок;
- по причинам возникновения;
- по предмету и сфере приложения [1, с. 28].

Подход С.Д. Ильенковой к классификации инноваций во многом совпадает с подходом Г. Менша [4, с. 132].

Это совпадение заметно прежде всего в том, что С.Д. Ильенкова в качестве одного из критериев своей классификации обозначает глубину вносимых изменений и выделяет радикальные (базовые), улучшающие и модификационные инновации [4, с. 132].

Г. Менш осуществил классификацию инноваций по трем группам:

- базисные;
- улучшающие и псевдоинновации [3, с. 55].

Ю.В. Яковец выделил четыре классификационные черты инноваций с точки зрения циклического развития техники:

- крупнейшие базисные инновации реализуют крупнейшие изобретения и становятся основой революционных переворотов в техники, формирования новых ее направлений, создание новых отраслей;
- крупные инновации, формируют новые поколения техники в рамках данного направления;
- средние инновации реализуют такого же уровня изобретения и служат базой для создания нового поколения техники, заменяющей устаревшие модели;
- мелкие инновации улучшают отдельные производственные или потребительские параметры выпускаемых моделей техники на основе мелких изобретений, способствуют более эффективному производству, либо повышению эффективности [3, с. 176].

Следует отметить, что подходы Г. Менша и Ю.В. Яковца во многом совпадают и носят ограниченный характер, так как сосредотачивают свое внимание на рас-

смотрении исключительно технологических нововведений, при этом используется единый критерий классификации и уровень новизны.

Научный интерес представляет эволюция инновационных стратегий и инновационного бизнеса, согласно концепции К. Кристенсена, предлагает периодическую смену «подрывных» и поддерживающих технологических инноваций и их приложений – инновационных продуктов и услуг [5, с. 171].

Ф. Валента приводит классификацию инновационных изменений, включающую несколько уровней разного порядка. Инновации нулевого порядка предполагают изменения, сохраняющие существующие функции производственной системы. Инновации первого порядка означают изменение количественных характеристик при сохранении функций производственной системы. Инновации второго порядка именуется простые организационные изменения для оптимизации производственного процесса [2, с. 44].

М. Хучек инновации предлагает классифицировать по семи критериям:

- оригинальность характера изменений;
- степень сложности;
- отрасль хозяйства;
- степень новизны;
- радиус действия;
- социально-психологические условия внедрения;
- сфера применения [3, с. 234].

К. Певит и М. Уолкер выделяют семь типов инноваций в зависимости от степени использования в них научных знаний и их широкого применения в различных сферах общественной деятельности:

- основанные на использовании фундаментальных научных знаний, результаты которых находят широкое применение в сферах общественной деятельности;
- инновации, также опирающиеся на научные исследования, но имеющие ограниченную область применения;
- разработанные с использованием уже существующих технических знаний новшества с ограниченной сферой применения;
- инновации, входящие в комбинации различных типов знаний в одном продукте;
- использование одного продукта в различных областях;
- технически сложные новшества, появившиеся как побочный результат крупной исследовательской программы;
- применение уже известной техники или методов в новой области [4, с. 298].

Руководство «Осло» (рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям) классифицировали инновации на:

- продуктовая инновация;
- процессная инновация;
- маркетинговая инновация;
- организационная инновация [7].

Проанализированные выше классификации инноваций, разработанные российскими и зарубежными авторами, следует отметить, что наиболее полную и развернутую классификацию предложил А.И. Пригожин, позиции которого придерживаются авторы.

Он, в отличие от П.Н. Завлина, С.Д. Ильенковой, Г. Менша, которые предлагают классифицировать инновации лишь по некоторым признакам и Д. М. Степаненко, который считал целесообразным запретить последовательность лишь критериев классификации инноваций, учитывая масштаб и новизну инноваций, интенсивность инновационного изменения, учитывая охват рынка, в то

же время, определяя место инноваций в производственном цикле, однако также основывался исходя из признаков инноваций.

Э.А. Уткин, Г. И. Морозова, Н.И. Морозова в классификации инноваций уделяют внимание только причинам возникновения инноваций, в сфере применения и характеру удовлетворения потребностей.

Недостаток классификации, которую предложил В.Ю. Яковец, состоит в том, что он выделял инновации, ограниченные циклическим развитием техники, о чем упоминается выше. Этот недостаток заключается в том, что техника не должна ограничиваться лишь циклическим развитием.

Следует отметить, что В.В. Горшков и Е.А. Кретова выделяли инновации, ограничиваясь исключительно предприятием – как системой.

Важным отличием являются классификации инноваций зарубежных исследователей, таких как К. Пэвит и М. Уолкер, которые выделяют семь типов инноваций, что, в зависимости от степени использования и научных знаний отражает широту их применения, в отличие от авторов Ф. Валента и М. Хучек, которые классифицируют инновации по уровням и по критериям. По мнению авторов,

классификация по уровням и критериям имеет ограничения по параметрам, а классификация по типам инноваций, куда уже входят различные уровни и критерии, отражает широту их применения инноваций.

Авторы в работе придерживаются современной теории и практики классификации инноваций по типам: А.И. Пригожина, К. Пэвита и М. Уолкера, охватывающей не только признаки, критерии, уровни, но и причины возникновения инноваций.

В большей степени авторы придерживаются классификации, предложенной А.И. Пригожиным, которая является наиболее полной и развернутой и классификации зарубежных исследователей К. Пэвита и М. Уолкера, которая отражает широту применения инноваций.

По мнению автора, классифицировать инновации следует комплексно, исходя из определенных критериев характерных для определенного вида инноваций, признаков и параметров, на основе которых выделяются виды и типы. Комплексный характер инноваций, их многосторонность и разнообразие областей и способов использования требуют разработки обобщенной классификации. Следовательно, ограничиваясь общими представлениями, по нашему мнению, обобщенную классификацию инноваций целесообразно представить в виде кругооборота.

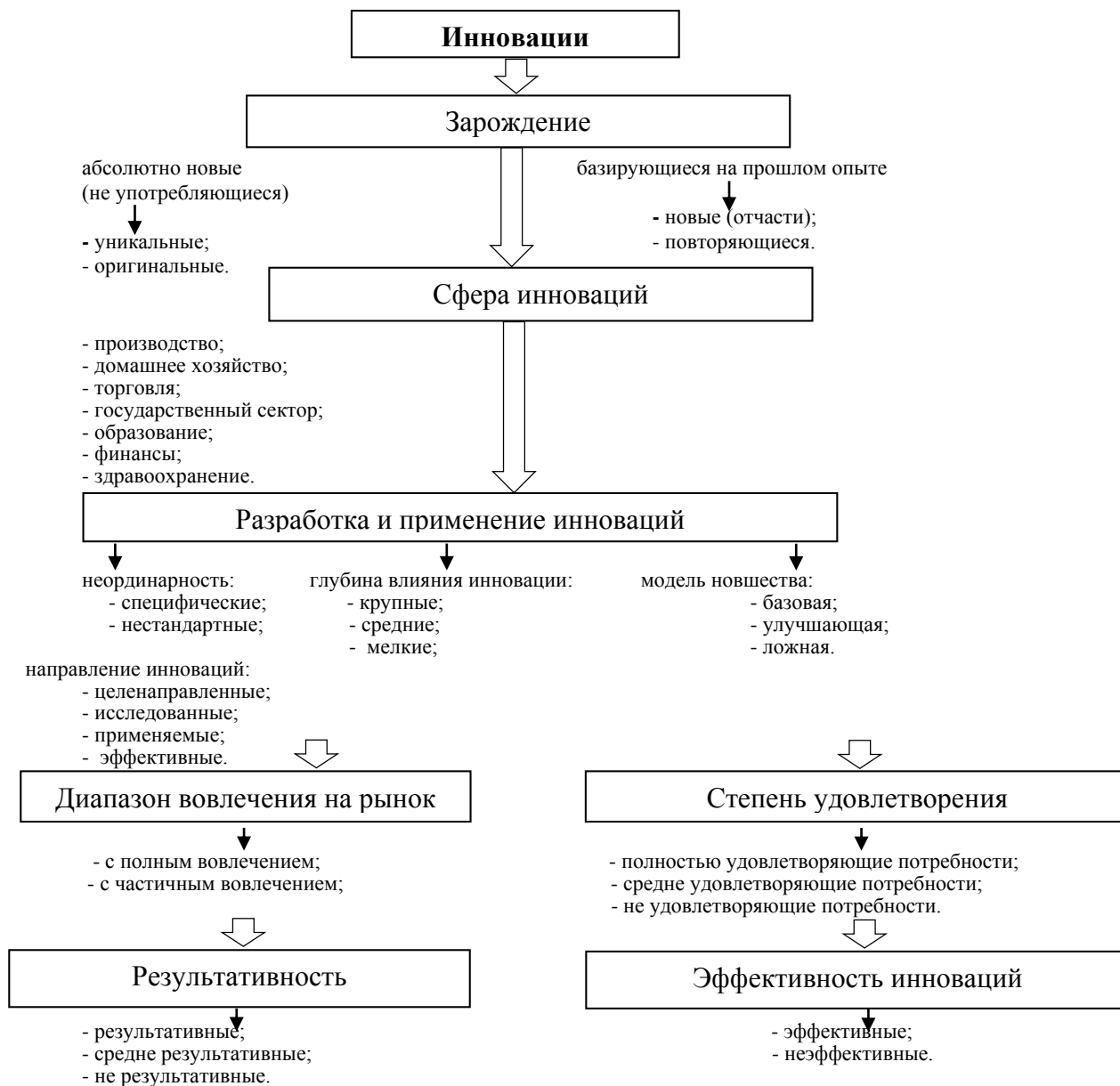


Рисунок 1. Обобщенная классификация инноваций

Обобщенная классификация инноваций, представленная автором - это не совершенство и не уникальность, но, по нашему мнению, ее новизна в том, что она отражает кругооборот инноваций (начиная от зарождения и заканчивая эффективностью от применения инноваций), одновременно, классифицируя их.

По нашему мнению, целесообразно соблюдать последовательность классификации инноваций, когда из критериев, признаков и параметров формируются типы и виды инноваций, что и учтено автором на рисунке 1.

Следует отметить, что плюсами обобщенной классификации инноваций (рисунок 1), предложенная авторами, отражает разработку и применение, диапазон вовлечения на рынок, направления инноваций, степень удовлетворения, результативность, эффективность, а также типы и виды инноваций, например: уникальные, оригинальные, новые, повторяющиеся, специфические, нестандартные, крупные, мелкие, средние, целенаправленные, не удовлетворяющие потребности, нерезультативные, эффективные и не эффективные.

Список литературы:

1. Батюрин Л.С. и др. под ред. Казанцева А.К., Миндели Л. Э. Основы инновационного менеджмента. Теория и практика. Учебник 2-е изд. Перераб. и доп.: М.: ЗАО из-во «Экономика», 2004. – 28 с.
2. Валента Ф., Управление инновациями. Книга.: М.: Прогресс, 1985. – 258с.
3. Ильдеменов С.В., Ильдеменов А.С., Воробьев В.П. Инновационный менеджмент. Книга.: ИНФРА –М, 2002. – 208с.
4. Ильенкова С.Д., Гохберг Л.М., Ягудин С.Ю. Инновационный менеджмент. Учебник 4-е изд.: М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 392с.
5. Клайтон М., Кристенсен К., Рейнор Е. Решение проблемы инноваций в бизнесе. Как создать растущий бизнес и успешно поддерживать его рост. Книга.: из-во «Альпина Паблишер», 2014. - 290с.
6. Пригожин А.И. Нововведения: стимулы и препятствия (соц. Проблемы инноватики): книга. М.: Политиздат, 1989. - 270-275с.
7. Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data: Oslo manual. Paris: OESD, Eurostat, 1997.
8. Яковец Ю.В. Инвестиционный бизнес. Книга.: М.: изд-во РАГС, 2002. – 77с.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ЦЕНТРЫ ИНЖИНИРИНГА - НОВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

Здунов Артём Алексеевич

канд. э. наук, доцент Казанского федерального университета

REGIONAL CENTERS OF ENGINEERING - NEW ELEMENTS OF INSTITUTIONAL INNOVATION OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN

Zdunov Artyom, Candidate of Sciences, Associate Professor of Kazan Federal University

АННОТАЦИЯ

На примере Республики Татарстан в статье рассмотрена специфика формирования новых элементов инновационной инфраструктуры – региональных центров инжиниринга. Эти формы интеграции науки, образования и сферы производства будут играть заметную роль в развитии институциональной среды региона.

ABSTRACT

On the example of the Republic of Tatarstan in the article the specificity of formation of new elements of innovation infrastructure - regional centers of engineering. These forms of integration of science, education and the sphere of production will play a significant role in the development of the institutional environment of the region.

Ключевые слова: инновационное развитие, региональные центры инжиниринга, институциональная система.

Keywords: innovative development, regional centers of engineering, institutional system.

Сегодня инжиниринговые центры становятся неотъемлемым элементом региональной инновационной системы. В текущих условиях ограничения доступа к рынку капитала и новым технологиям, вызванным, в том числе, влиянием санкций, государству приходится противостоять турбулентным явлениям в мировой экономике. При этом для поддержания устойчивой траектории инновационного развития критически важно создавать новые точки роста, активно вкладывать инвестиции в человеческий капитал, научные и инженерные кадры нового поколения.

Данная задача может быть решена посредством формирования сети региональных центров инжиниринга (РЦИ). Эти относительно новые для России элементы инновационной инфраструктуры позволяют обеспечить логическую увязку между наукой, образованием и сферой производства.

При этом РЦИ органично встраиваются в региональную институциональную систему, позволяя решить важнейшую задачу – обеспечить диффузию научной

мысли в практическую плоскость производства. Инжиниринговый процесс обеспечивает протекание полного жизненного цикла промышленного продукта: от разработки опытного образца на основе идеи, внедрения в производство до маркетинга, поставки на рынок, сервисного обслуживания и последующей утилизации, что является наиболее прогрессивной моделью построения бизнеса.

Сегодня инжиниринг становится необходимым связующим звеном между наукой и промышленностью. По экспертным оценкам к 2020 году рынок инжиниринговых услуг достигнет 1,4 трлн. долл. США [1].

Российский рынок инжиниринговых услуг пока находится в стадии формирования. Вместе с тем, несмотря на некоторое отставание в этом вопросе, есть все предпосылки для ускоренного развития инжиниринга. Появление новых и развитие существующих отечественных компаний будет способствовать технологическому прорыву, привлечению инвестиций в высокотехнологичные отрасли экономики и общему росту промышленного произ-

водства. Также создание инжиниринговых центров представляется важнейшим недостающим звеном в региональной, межрегиональной и российской политике и инструментом, позволяющим обеспечить глобальную конкурентоспособность отечественной продукции.

В настоящее время в соответствии с федеральной программой Министерства экономического развития Российской Федерации «Развитие малого и среднего предпринимательства до 2015 года» идет активная работа по созданию и развитию инжиниринговой инфраструктуры. На сегодняшний день по всей России функционируют порядка 25 подобных организаций, находящихся в 15 субъектах.

У каждого региона имеются свои подходы к вопросу развития инжиниринговых компаний. В Татарстане традиционно сильными являются такие сферы производства как машиностроение, высокотехнологичная медицина, химия и нефтехимия. Это обуславливает соответствующую специфику развития инжиниринговой инфраструктуры республики.

Для поддержки производственных предприятий МСП путем внедрения современных лазерных технологий в технологические производственные комплексы предприятий МСП создан Региональный инжиниринговый центр промышленных лазерных технологий «КАИ-Лазер» [2]. Он создан по инициативе Правительства Республики Татарстан при участии Казанского национального исследовательского технического университета им. А.Н.Туполева, а также ООО НТО «ИРЭ-Полюс», входящего в группу компаний IPG Photonics, общепризнанного лидера в мире волоконных лазеров.

Целью деятельности РЦИ «КАИ-Лазер» является оказание инжиниринговых услуг в области лазерных технологий предприятиям малого и среднего предпринимательства (МСП) для использования их в промышленности.

В результате деятельности РЦИ регион получает современные высокотехнологичные предприятия МСП с квалифицированным персоналом и высокой производительностью труда, способные выдержать долгосрочную конкуренцию на рынке и повысить налоговую базу республики.

Развивается региональная технологическая инфраструктура, позволяющая формировать новые формы сотрудничества между крупными отраслевыми предприятиями и предприятиями МСП, интегрируя их в производственные технологические цепочки крупных предприятий, разрабатывая и обеспечивая внедрение современных технологий в процесс производства, продвижения и реализации продукции.

Другим актуальным направлением для республики являются высокие медицинские технологии. В этой части важной работой является реализация проекта по развитию РЦИ медицинских симуляторов «Центр медицинской науки» [3]. Инициатором и партнером создания данного проекта выступила компания «Эйдос», чей проект реализуется при поддержке Агентства стратегических инициатив. Компания является резидентом биомедицинского кластера Фонда «Сколково».

Основной целью деятельности РЦИ является повышение уровня оказания высокотехнологичной медицинской помощи в Российской Федерации. Здесь объединяются в единую организацию разрозненные группы разработчиков медицинского оборудования, электронного оборудования, инженерных изделий, программного обеспечения и научные группы в области медицины.

Использование новых отечественных медицинских технологий позволит решить ряд серьезных проблем. Прежде всего, поможет преодолеть зависимость отечественных клиник и медицинских предприятий от зарубежных производителей, стимулировать развитие российских разработчиков медицинских технологий, обеспечить медицинские клиники и предприятия медицинскими продуктами нового поколения.

В Татарстане традиционно сильной является химия и нефтехимия. Реализация проекта по развитию РЦИ «Региональный центр инжиниринга в сфере химических технологий» позволит разработать отечественные технологии и оборудование по характеристикам, не уступающим зарубежным аналогам [4]. В перспективе российский химический сектор в результате создания РЦИ может увеличить пропорции вклада собственного сектора исследований и разработок в сумму НИОКР с 5% до 20% и более (до уровня экономически развитых стран).

Участниками проекта являются КНИТУ, НИИ Казанский научно-исследовательский институт полимеров и спецаучук, ОАО «Союзхимпромпроект», а также ООО «Инженерно-внедренческий центр «Инжехим».

Деятельность РЦИ ориентирована, прежде всего, на поддержку субъектов МСП в части оказания химико-аналитических услуг, разработки химических продуктов, НИОКР-услуг, в результате которых на предприятиях будут внедрены современные технологии. Планируется организация опытного производства полимерных композиций и среднетоннажной химии для субъектов МСП на оборудовании и с использованием технологий данного РЦИ.

Безусловно, направления инжиниринговой поддержки в республике не ограничиваются вышеуказанными сферами производства. В Татарстане в активной фазе развития находятся IT-направление, сельское хозяйство, станкостроение, нанотехнологии и другие сферы. И, конечно, данным направлениям уделено повышенное внимание со стороны руководства республики. В этой части планируется формирование соответствующих элементов инновационной инфраструктуры, как в виде инжиниринговых центров, так и центров прототипирования.

Сегодня Республика Татарстан, несмотря на имеющиеся место ограничения, проводит активную политику в области импортозамещения, развивает инновационную инфраструктуру, в целом активно совершенствуя региональную институциональную систему. И, конечно, развитие инжиниринговой сферы играет в этих процессах свою значимую роль.

Список литературы:

1. Сайт Минпромторга России. [электронный ресурс] – Режим доступа. URL: <http://minpromtorg.gov.ru/press-centre/all/#!8749>.
2. Сайт Казанского национального исследовательского технического университета им. А.Н.Туполева. [электронный ресурс] – Режим доступа. URL: <http://www.kai.ru/univer/kai-laser>.
3. Сайт ОАО «Центр Медицинской Науки». [электронный ресурс] – Режим доступа. URL: http://oooeidos.ru/ru/production/medicinskie-trenazhery/centr_medicinskoj_nauki.html.
4. Сайт компании ГК «ИНВЭНТ». [электронный ресурс] – Режим доступа. URL: <http://www.inventunion.ru/business/regionalniy-tsentr-inzhiniringa-v-sfere-himicheskikh-tehnologii>.

РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Жигарев В.А.

ООО МАКСЛЕВЕЛ, Групп бренд менеджер, г. Москва, 5-ый Донской проезд, дом 23

DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF A BALANCED SCORECARD THROUGH FURNITURE INDUSTRY

Zhigarev V.A., MAKSLEVEL, Group brand manager, Moscow, 5th Donskoy Drive, house 23

SUMMARY

The essence of a technique of introduction of the balanced system of indicators consists that management of the company or external consultants, having analysed business processes within the carried-out strategy of advance of goods, allocate areas, significant for it, and develop for them set of indicators which are subject to regular measurement on the basis of data of a subsystem of the account.

When forming structure of these indicators it is important to define such indicators which will be clear to all categories of the personnel participating in these processes: and that who establishes them, and that who directly has on them impact. The logic and the nature of these indicators what exactly they reflect have to be clear to all participants of process of introduction of the balanced system of indicators, only in that case there is an opportunity to influence these indicators that to improve each of them. Therefore development of such system is a way to enter system of coordinates, uniform for all personnel, on different sites of the main business processes.

Keywords: system of the balanced indicators, management, konkurentospoonsnost, furniture, enterprise, management, business processes.

АННОТАЦИЯ

Суть методики внедрения сбалансированной системы показателей состоит в том, что менеджмент компании или внешние консультанты, проанализировав бизнес-процессы в рамках осуществляемой стратегии продвижения товаров, выделяют значимые для нее области и разрабатывают для них совокупность показателей, которые подлежат регулярному измерению на основе данных подсистемы учета.

При формировании состава данных показателей важно определить такие показатели, которые будут понятны всем категориям персонала, участвующим в этих процессах: и тем, кто их устанавливает, и тем, кто непосредственно оказывает на них влияние. Всем участникам процесса внедрения сбалансированной системы показателей должны быть понятны логика и природа этих показателей, что именно они отражают, только в таком случае появляется возможность воздействовать на эти показатели, чтобы каждый из них улучшить. Поэтому разработка такой системы - это способ ввести единую для всего персонала систему координат на разных участках основных бизнес-процессов.

Ключевые слова: система сбалансированных показателей, управление, конкурентоспособность, мебель, предприятие, менеджмент, бизнес-процессы.

Теоретические основы системы сбалансированных показателей

Последнее десятилетие, особое внимание в отечественной научной теории, уделяется вопросам управления компаниями. Поэтому в качестве источников информации о применении методов экономико-математического моделирования, о проблемах управления конкурентоспособностью, системе сбалансированных показателей (ССП).

Вопросами внедрения в российскую практику системы сбалансированных показателей занимались Е.Ф. Баранов[1], Д.И. Дубова[2], С.Б. Барышников[3], В.Г. Иванова, А.Ф. Кочнев, Г.А. Леревань[4], И.С. Матлин, Д.В. Сергеев[5], Р.Н. Шайбаков, М.А. Шафранская[6] и др.

Внимание учёных, в первую очередь, концентрируется на применении экономико-математических методов

и самой СПП, а также на их участии в общем виде управления конкурентоспособностью, без апробации имеющихся моделей на конкретных предприятиях отраслевых субъектов экономики, в числе которых находится мебельная промышленность России.

Глубокого изучения требуют многие вопросы о проблемах современных экономических тенденций, в условиях совершенствования системы сбалансированных показателей.

Сбалансированная система показателей конкретной компании должна быть направлена и на увязку показателей с операционными измерителями таких аспектов деятельности фирмы, как, например, удовлетворенность внутренних пользователей.

Автором предложен ряд аналитических процедур сбалансированной системы показателей (рис. 1).

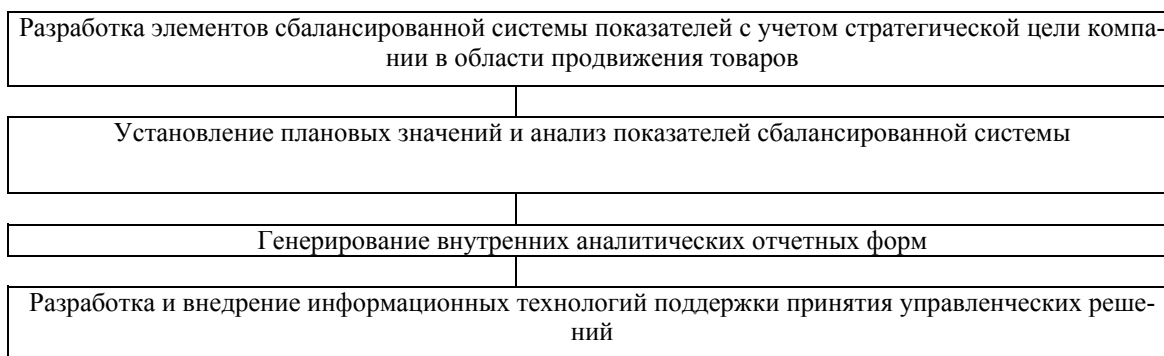


Рис.1. Последовательность проведения аналитических процедур оценки расходов на продвижение товаров с использованием сбалансированной системы показателей

Разработка элементов сбалансированной системы показателей с учетом стратегической цели компании в области продвижения товаров

Финансовые показатели деятельности по продвижению товаров в совокупности с показателями по внутренним бизнес-процессам, взаимоотношениям с клиентами, обучению и развитию образуют сбалансированную систему показателей.

Финансовые показатели, выступая своеобразным ориентиром при определении целей, задач и параметров других сбалансированных показателей системы, складываются из взаимосвязи стратегии и финансовых целей организации. Каждый выбранный финансовый показатель сбалансированной системы показателей представляет собой звено в цепи причинно-следственных связей, направленных на достижение стратегически важных целей организации и на совершенствование ее финансовой деятельности. Сбалансированную систему показателей можно также охарактеризовать как историю стратегии, которая начинается с постановки долгосрочных финансовых целей и далее перетекает в последовательность мероприятий, выполняемых в рамках всех четырех составляющих системы для достижения желаемого экономического результата [7, С. 87].

Анализируя финансовые показатели можно использовать различные аналитические методы. К наиболее часто используемым относятся: метод абсолютных, относительных и средних величин, метод сравнения, вертикальный и горизонтальный, анализ с помощью финансовых коэффициентов, метод экспертных оценок.

Показатели клиентской составляющей

Клиентская составляющая в сбалансированной системе показателей отражает то, как организация стремится выглядеть в глазах потребителей, т. е. отражает ее конкурентное предложение. Стратегическими целями аспекта клиенты является:

- повышение степени удовлетворения клиентов;
- сокращение числа упущенных клиентов;
- расширение базы клиентов;
- стать лидером на рынке по новым видам продукции;
- достижение определенной доли рынка в целевых сегментах.

Клиентская составляющая критически важна для общей стратегии предприятия, потому что она четко определяет выбор рыночной позиции и ключевых клиентов, на которых ориентируется компания. Основными показателями клиентской составляющей сбалансированной системы показателей являются:

- удовлетворение потребностей клиентов;
- сохранение потребительской базы;
- привлечение новых клиентов;
- показатели, характеризующие логистический сервис (доступность запасов, использование складского пространства, частота претензий клиентов).

Однако показатели, характеризующие взаимоотношения с клиентами, должны также включать специфические показатели ценности предложений, получаемых потребителем целевого сегмента от данной компании, к примеру, уровень доверия к товарам компании.

Целью анализа показателей клиентской составляющей системы является формирование аналитического обеспечения принятия управленческих решений в области взаимоотношений с клиентами. Среди задач анализа важнейшими являются сравнительная оценка, диагностика отклонений и прогнозирование клиентских показателей сбалансированной системы.

Показатели, характеризующие внутренние бизнес-процессы

Внутренние процессы представляют собой совокупность последовательных, целенаправленных и регламентированных видов деятельности, в которой с помощью ресурсов входы процесса преобразуются в выходы (результаты процесса), имеющие ценность для потребителя.

В современно динамичной среде, на рынке с большой конкуренцией и требовательными клиентам наиболее конкурентными оказываются те организации, бизнес-процессы которых имеют наиболее короткие сроки исполнения. Если у предприятия срок обработки заказа отгрузки продукции хотя бы на 5-20% меньше, чем у конкурента, то позиция данной организации является очень высокой.

Существуют оценки, что при сохранении данной конкурентной позиции в долгосрочной перспективе до 3 лет предприятие может стать монополистом на своем рынке. Сейчас многие российские организации вынуждены снижать время своих основных бизнес-процессов, в особенности процессов по обслуживанию клиентов. Подобные требования предъявляются и управленческим процессам, что способствует принятию более своевременных решений обеспечивающих выживаемость и конкурентоспособность организаций.

Деятельность по продвижению товаров является внутренним бизнес-процессом, схематично его можно представить следующим образом (рис.4).



Рис.2.. Бизнес-процесс «Продвижение товаров»

Чтобы дать характеристику такому бизнес-процессу, как продвижение товаров, необходимо выбрать адекватные показатели и включить их в сбалансированную систему показателей.

Показатели обучения и развития
При разработке системы показателей для составляющей обучения и развития деятельности по продвижению

товаров возможно использование таких показателей как сумма затрат на подготовку и переподготовку кадров.

К выбору показателей необходимо отнестись с должной тщательностью, ведь высокий уровень образования сотрудников отдела маркетинга еще не гарантирует предприятию большого количества успешных кампаний по продвижению товаров. Отобранные показатели должны дать возможность пользователям делать собственные заключения относительно достаточности и эффективности использования того или иного набора ресурсов.

Выбранные показатели могут быть различными в зависимости от природы инвестиций в будущие конкурентные преимущества. Автором сформирован следующий перечень показателей обучения и развития.

Составляющая обучения и развития - это составляющая определения факторов, способствующих повышению эффективности персонала для успешной реализации стратегии компании.

Таблица 1

Показатели обучения и развития

Составляющая ССП	Стратегическая цель	Показатель	Методика расчета
Составляющая обучения и развития сбалансированной системы показателей	Рост профессионализма сотрудников	Частота обучения сотрудников	Число раз
		Снижение количества ошибок персонала	Дополнительные затраты, вызванные ошибками персонала
		Количество часов обучения на 1 работника по профессиональной деятельности	Общее число часов обучения/Общая численность работников
		Доля работников прошедших переподготовку	Численность сотрудников, прошедших переподготовку/Общая численность сотрудников * 100%
	Лояльность сотрудников	Коэффициент текучести кадров	Число уволившихся / Среднесписочная численность персонала
	Развитие информационного капитала	Усовершенствование компьютерных программ	Число сотрудников, использующих специальное программное обеспечение

Установление плановых значений и анализ показателей сбалансированной системы

Выбор показателей предполагает установление плановых значений. В ряде случаев, когда есть точные данные подсистемы учета, эти значения определить не сложно по данным управленческого учета. Часто в начале внедрения системы сбалансированных показателей возможно только отслеживать тенденцию: положительными или отрицательными будут целевые значения при введении тех или иных показателей. [8, С. 32]

В качестве целевых значений могут использоваться соответствующие показатели конкурентов: признанных лучшими или близкими по показателям. Данный процесс получил название бенчмаркинга, т.е. сравнительного анализа эффективности работы одной компании с показателями других, более успешных фирм с целью получения информации, полезной для усовершенствования собственной деятельности.

Алгоритм эталонного сравнения не имеет строгой регламентации и включает ряд этапов:

А) Определение предмета эталонного сопоставления. Этот этап предполагает диагностику организации, определение ключевых показателей деятельности по продвижению товаров, подлежащих сравнительному анализу. Информация, полученная в ходе анализа, является базой для сравнения с конкурентами и позволяет выявить сильные и слабые стороны организации, области, где показатели заметно отстают от конкурентных.

Б) Поиск эталонной компании и выбор формы эталонного сопоставления. Выбор эталонной компании - трудный, но важный этап, определяющий успех всего проекта. Обычно список кандидатов ограничивается одной-двумя компаниями. Уже сформировавшаяся практика бенчмаркинга на Западе позволяет обращаться к компаниям с просьбой провести эталонное сопоставление их процессов. Подобные предложения воспринимаются

адекватно, так как один из основных принципов современного бизнеса - открытость. В России же большинство компаний в силу многих причин являются закрытыми и не готовы делиться информацией даже с теми, кто работает в другой отрасли.

В) Сбор и анализ информации. Получив количественную и качественную информацию относительно деятельности эталонной компании по продвижению товаров, ее ключевых показателей, процессов, используемых методов, необходимо проанализировать полученные данные, определить, какой блок информации может помочь в улучшении работы, и подготовить проект внедрения опыта эталонной компании. Менеджеры, проводящие эталонное сопоставление, должны понимать, что не каждое исследование приводит к изменениям. Собранная информация может показать, что ранее планируемый проект совершенствования невозможно осуществить в силу выявленных ограничений.

Г) Внедрение полученного опыта в деятельность организации. Без изучения условий, которые следует изменить, чтобы они подходили под среду и культуру организации, невозможно перенести практические методы другой организации. Поэтому абсолютное копирование вызовет проблемы, если деловая практика одной компании не откорректирована на существующие реалии другой, так как в этом случае желаемые результаты заведомо не будут достигнуты, и интерес к дальнейшим эталонным исследованиям в организации будет потерян надолго.

Реализация плана постоянного совершенствования помогает повысить эффективность внедряемого процесса или метода, а в случае успешного осуществления проекта и достижения запланированных результатов позволяет перейти к поиску новых возможностей для эталонного сопоставления.

В случае отсутствия информации по каким-либо показателям конкурента, целевое значение может быть

определено на основе общих рыночных тенденций и собственных потенциальных возможностей развития.

Анализ финансовых и нефинансовых показателей сбалансированной системы в динамике позволяет корректировать действия по продвижению товаров и формировать выводы о достижении поставленных целей.

Генерирование внутренних аналитических отчетных форм

Периодическую и систематическую оценку и анализ результатов деятельности по продвижению товаров рекомендовано проводить по данным табличных форм отчетов, включающих в себя:

- «Отчет об уровне развития системы продвижения товаров»
- «Отчет о динамике показателей сбалансированной системы оценки расходов на продвижение товаров»

Отчет о динамике развития системы продвижения товаров должен быть построен в соответствии с созданной классификацией расходов на продвижение товаров, но его особенностью является использование не только стоимостных показателей расходов, но и натуральных, что позволяет сформировать более полную картину действительности с оценкой масштаба проводимых мероприятий в разрезе каждого из направлений продвижения товаров. В данном отчете раскрывается информация об объемах расходов на различные виды продвижения товаров, а также рассчитывается доли частных видов расходов в общем объеме расходов на продвижение товаров.

Отчет о динамике показателей сбалансированной системы оценки расходов на продвижение товаров должен содержать значение показателей всех четырех составляющих системы (финансы, клиенты, внутренние бизнес-процессы, обучение и развитие) за несколько отчетных периодов, которые компания определяет для себя самостоятельно. Для более оперативного воздействия на систему продвижения товаров следует устанавливать недлительные периоды для измерения значений показателей (неделя, месяц).

Разработка и внедрение информационных технологий поддержки принятия управленческих решений

Функционирование сбалансированной системы показателей похоже на контроль параметров в технических системах и процессах (например, в автоматических системах управления - АСУ). Сам процесс выработки управленческих решений заключается в постоянном или периодическом сравнении заданных (базовых, стандартных) характеристик и параметров с текущими значениями этих параметров. Сложность такого сравнения заключается в том, что многие показатели и характеристики носят как количественный, так и качественный характер, а критерии принятия решения по управлению векторные.

Фокус процедуры контроля параметров сбалансированной системы показателей должен быть направлен на реализуемый процесс, в качестве которого может выступать какая-либо функция деятельности, направленной на продвижение товаров, например, поддержка процесса продвижения продукции на уровне стимулирования сбыта. [9, С. 47]

«Входом» процесса функционирования в фирме являются планы, нормативы и стандарты, которые в совокупности составляют некоторую «настройку» показателей продвижения товаров (по аналогии со следящими системами в теории автоматического управления). Реализуя заданную настройку, персонал сталкивается с влиянием внешней, макроэкономической среды (изменение цен, тарифов, налогов, уровня инфляции, процентных ставок, за-

конодательства и т.п.) и внутренней среды (изменение финансового состояния компании, совершенствование технологий и т.п.). Эти изменения вызывают отклонения параметров сбалансированной системы показателей от заданной настройки, что определяется в результате сравнения в блоке мониторинга. По итогам мониторинга вырабатываются корректирующие воздействия на входы системы.

Контроль в первую очередь предполагает регулярное измерение фактических значений показателей на основе организации управленческого и бухгалтерского учета хозяйственной деятельности, постоянного сбора и обработки внеучетных данных, анализ и выявление причин отклонений фактических значений показателей продвижения товаров от плановых (заложенных в бюджете) и, в конечном счете, принятие управленческих решений для минимизации отклонений либо обоснованной корректировки бюджетных значений.

Типичная информация для мониторинга включает расходы на продвижение товаров (общие и по отдельным направлениям), использование бюджета на продвижение товаров, уровень качества сервиса в данной области, производительность инфраструктуры и т.п. Мониторинг может осуществляться вручную персоналом менеджмента, консультантами, аудиторами или с помощью информационно-компьютерной поддержки. По результатам мониторинга принимаются решения о корректирующих (управляющих) воздействиях на бизнес-процессы в рамках стратегии продвижения товаров.

Например, если установлен недостаточный уровень сервиса (доступности запасов) по требуемому ассортименту продаваемых в данный момент товаров в розничной сети, логистический менеджер может принять решение об увеличении страховых запасов на оптовом складе, с которого снабжается розница. Для реализации схемы мониторинга большое значение имеют заданная точность сравнения и процедура установления граничных уровней «настройки».

Важно не только сформировать сбалансированную систему показателей, но и найти программное решение для внедрения ее в деятельность компании. Одним из наиболее простых вариантов является использование стандартно пакета MS Office, в частности MS Excel. [10, С. 72]

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов Е.Ф., Матлин И.С. О методологических основах построения системы моделей согласования отраслевых и региональных решений (препринт). ЦЭМИ АН СССР, М., 1981.
2. Дубова Д.И. Оценка эффективности деятельности предприятия на основе системы ключевых показателей // Управленческий учет №7, 2008.
3. Барышников Н.Н., Иванова Н.В., Мальцев Г.Н., Матеров И.С., Уринсон Башкортостан в 1985-1998 гг. Стерлитамак. СГПИ. - 1998.
4. Леревань Г.А. Сбалансированность рабочих мест и трудовых ресурсов. -М.: Экономика. 1988.
5. Сергеев Д.В. Прогнозирование финансовых показателей в системе управленческого учета предприятия // Бухгалтерский учет №15 август 2008.
6. Шафранская М.А. Управленческие отчеты подразделений компании / М. Шафранская // Консультант, - 2006. - №4.
7. Прахова Т. Понятие и сущность конкурентоспособности. // Сборник научных трудов СевКавГТУ. Серия "Экономика". - 2005. -№2. - С. 87.

8. Барашков С.У. Конкурентоспособность и качество продукции: два уровня управления // Маркетинг, 2008. - №4. - С.32.
9. Воронов А., Деметьева А., Максимов А., Мельникова М., Семенов А., Цветкова С. и др. Анализ конкурентоспособности фирмы. // Экономика&Бизнес. - 2011. - №3. С. 116. - С. 47.
10. Дежкина И.П., Казанова Ф.К., Сергеева И.А. Предприятие: стратегия, структура, положения об отделах и службах, должностные инструкции. - М.: Норма, 2007. - С. 72.
4. Lerevan G.A. Sbalansirovannost rabochih mest i trudovyih resursov. -М.: Ekonomika. 1988.
5. Sergeev D.V. Prognozirovaniye finansovyih pokazateley v sisteme upravlencheskogo ucheta predpriyatiya // Buhgalterskiy uchet #15 avgust 2008.
6. Shafranskaya M.A. Upravlencheskie otchetyi podrazdeleniy kompanii / M. Shafranskaya // Konsultant, - 2006. - #4.
7. Prahova T. Ponyatie i suschnost konkurentosposobnosti. // Sbornik nauchnyih trudov SevKavGTU. Seriya "Ekonomika". - 2005. -#2. - P. 87.
8. Barashkov S.U. Konkurentosposobnost i kachestvo produktsii: dva urovnya upravleniya // Marketing, 2008. - #4. - P.32.
9. Voronov A., Dementeva A., Maksimov A., Melnikova M., Semenenko A., Tsvetkova S. i dr. Analiz konkurentosposobnosti firmy. // Ekonomika&Biznes. - 2011. - #3. S. 116. - P. 47.
10. Dezhkina I.P., Kazanova F.K., Sergeeva I.A. Predpriyatie: strategiya, struktura, polozheniya ob otdelakh i sluzhbah, dolzhnostnyie instruksii. - М.: Norma, 2007. - P. 72.

LITERATURA

1. Baranov E.F., Matlin I.S O metodologicheskikh osnovah postroeniya sistemyi modeley soglasovaniya otraslevyih i regionalnyih resheniy (preprint). TsEMI AN SSSR, M., 1981.
2. Dubova D.I. Otsenka effektivnosti deyatel'nosti predpriyatiya na osnove sistemyi klyuchevyih pokazateley // Upravlencheskiy uchet #7, 2008.
3. Baryshnikov N.N., Ivanova N.V., Maltsev G.N., Materov I.S, Urinson Bashkortostan v 1985-1998 gg. Sterlitamak. SGPI. - 1998.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Жлуктенко Александр Андреевич

Студент Ростовского Государственного Университета

В условиях рынка нереально добиться стабильного успеха в бизнесе, если не планировать его эффективное развитие, не аккумулировать постоянно информацию о собственных перспективах и возможностях, о состоянии целевых рынков, о положении на них конкурентов и своей конкурентоспособности.

Конкурентоспособность предприятия — это относительная характеристика, которая выражает степень отличия данного предприятия от конкурентов в сфере удовлетворения потребностей клиентов.

Высокая конкурентоспособность предприятия обуславливается удовлетворенностью и готовностью потребителей повторно приобрести продукцию этой фирмы, отсутствием претензий к предприятию со стороны общества, акционеров, партнеров, престижностью работы на данном предприятии.

Конкурентоспособность предприятия, будучи многогранным понятием, не только включает качественные и ценовые параметры промышленной продукции, но зависит от уровня менеджмента, сложившейся системы управления финансовыми потоками, инвестиционной и инновационной составляющими его деятельности. Кроме того, на конкурентоспособность оказывает влияние конъюнктура, складывающаяся на том или ином рынке, степень конкуренции, испытываемая предприятием со стороны других участников рынка, техническая оснащенность, степень внедрения инноваций, мотивация и квалификация персонала, финансовая устойчивость.

При прочих равных условиях важнейшую роль приобретает маркетинговая составляющая конкурентоспособности предприятия. Маркетинг ориентирован на выявление наиболее значимых потребностей клиентов, учет изменений потребительских предпочтений, оценку перспективности сегментов рынка, разработку и претворение действенных стратегий по повышению конкурентоспособности.

Необходимым условием определения конкурентоспособности выступает наличие конкуренции. Конкуренция осуществляется на рынке — условном месте купли-продажи конкретного вида товара, заключения торговых сделок, которые осуществляются в определенных по интенсивности условиях конкуренции с соблюдением этических и правовых норм и правил.

Конкурентоспособность товара — способность отвечать требованиям конкурентного рынка, запросам покупателей в сравнении с другими аналогичными товарами, представленными на рынке. Она определяется, с одной стороны, качеством товара, его техническим уровнем, потребительскими свойствами, с другой стороны — ценами, устанавливаемыми продавцами товаров. Кроме того, на конкурентоспособность влияют мода, продажный и послепродажный сервис, реклама, имидж производителя, ситуация на рынке, колебания спроса.

Таким образом, конкурентоспособность товара — рыночная характеристика, совокупность его преимуществ на рынке, способствующих успешной реализации в успешной конкуренции. Данное понятие определяется системой технических, потребительских и экономических показателей: техническим уровнем продукции, функциональными, социальными, эстетическими и другими полезными свойствами, ценой покупки и затратами на потребление. Оценка проводится путем сравнения этих показателей с товаром-конкурентом, перспективными образцами и нормативами.

У разных авторов в определениях конкурентоспособности по значимости лидируют качество, полезность, соотношение «цена - качество», привлекательность, способность к реализации, умение выдерживать конкуренцию и тд. Нам представляется, что конкурентоспособность — комплексный показатель товара, результат работы всех элементов маркетинга, обеспечивающий конкурентное преимущество на рынке.

Определение конкурентоспособности предприятия — более сложный процесс, который подразумевает способность осуществлять свою деятельность в условиях рыночных отношений и получать при этом прибыль, достаточную для научно-технического совершенствования производства, стимулирования работников и поддержания качества продукции на высоком уровне.

В основе формирования конкурентоспособности предприятия лежит система его конкурентных преимуществ. На базе анализа различных подходов к классификации конкурентных преимуществ предлагается осуществлять их классификацию по следующим признакам:

- отношение к системе,
- сфера возникновения преимущества,
- содержание фактора преимущества,
- время реализации преимущества,
- место реализации преимущества,
- вид получаемого конечного результата.

Классификация перечисленных конкурентных преимуществ с последующим их кодированием необходима для автоматизации процесса учета и анализа конкурентоспособности объектов¹.

Факторы конкурентного преимущества организации подразделяются на внешние (проявление которых в малой степени зависит от организации), и внутренние (почти целиком определяемые руководством организации).

К типовым конкурентным преимуществам относятся структурные, ресурсные, технические, управленческие, рыночные, эффективности.

В качестве индикаторов конкурентоспособности Т. Данько предлагает использовать также размер относительной доли рынка, величину издержек, отличительные свойства товаров, степень освоения передовых технологий, метод продаж, известность фирмы, ее имидж².

При всем многообразии трактовок конкурентоспособности предприятия можно выделить следующие характерные признаки:

- 1) Большинство авторов не всегда рассматривают понятие «конкурентоспособность предприятия» с точки зрения занимаемой им доли рынка и конкурентоспособности продукции.
- 2) Конкурентоспособность предприятия характеризуется величиной и эффективностью использования всех его ресурсов.
- 3) Конкурентоспособность предприятия развивается во времени, изменения зависят как от внешних, так и от внутренних факторов.
- 4) Конкурентоспособность — относительный показатель. Базой для сравнения выступают аналогичные показатели конкурентоспособности предприятий-конкурентов либо идеальных эталонных предприятий.
- 5) Конкурентоспособность продукции и предприятия — взаимосвязанные понятия.
- 6) Конкурентоспособность — это свойство объекта, характеризующееся степенью удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке.
- 7) Конкурентоспособность предприятия — это способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке.
- 8) Конкурентоспособность предприятия показывает уровень развития данной фирмы в сравнении с уровнем развития конкурентных фирм по степени удовлетворения своими товарами потребности клиентов и по эффективности производственной деятельности.

9) Конкурентоспособность предприятия характеризуется его привлекательностью для инвестора.

10) На конкурентоспособность предприятия оказывают влияние экологическая и социальная среда.

Конкурентоспособностью продукции можно и нужно управлять, поскольку она играет большую роль в обеспечении конкурентоспособности предприятия. Моделирование показателей конкурентоспособности проводится на стадии проектирования товара. Задача специалистов по маркетингу в этой части работы заключается в нахождении параметров качества, послепродажного обслуживания, сервиса, цены, которые обуславливают конкурентоспособность изделия, программируя его успех на рынке.

В основе обеспечения конкурентоспособности товара на рынке лежит соотношение качества, сервиса и цены. Конечно, причиной удаchi или неудачи может быть влияние других факторов (рекламы, престижа марки и др.). Но конкурентоспособность закладывается на этапе проектирования и производства, поэтому ограниченно поддается влиянию маркетинга в ходе сбытовой деятельности.

Обеспечение конкурентоспособности — это важная проблема, решение которой связано с совершенствованием разработки, изготовления, продажи и технического обслуживания продукции, т.е. с осуществлением целенаправленной деятельности по установлению, формированию и поддержанию требуемого уровня конкурентоспособности на всех этапах жизненного цикла продукции.

Как правило, усилия направляются на достижение следующих целей:

- повышение качества;
- снижение издержек производства;
- повышение экономичности и оперативности послепродажного обслуживания;
- стимулирование маркетинговых усилий.

Составляющие элементы конкурентоспособности являются многофакторными характеристиками, которые рассматриваются как самостоятельные объекты управления.

Особую роль в повышении конкурентоспособности играет стратегический подход в управлении конкурентоспособностью предприятия. Выделяют следующие основные стратегии:

- виолентная (силовая),
- патентная (нишевая),
- коммутантная (соединяющая),
- эксплорентная (пионерская)³.

В теории конкурентных преимуществ М. Портера рассматриваются два основных источника преимуществ: маркетинг и издержки. Преимущества в маркетинге — это конкурентное преимущество в товарах и услугах, которые в большей степени удовлетворяют потребителя, чем товары конкурента. Преимущество в издержках — это конкурентное преимущество, возникающее благодаря более низким производственным и маркетинговым затратам, чем затраты конкурентов, что позволяет компании снизить цены или использовать экономию на рекламу и распределение.

Фирма, добывающая преимуществ в маркетинге, в большей степени ориентирована на потребителя, чем фирма, стремящаяся к преимуществам в издержках, которая, однако, тоже не может игнорировать потребителей. Иначе преимущество окажется непрочным.

Маркетинговое преимущество на рынке в целом означает, что некоторые свойства товара или услуги данной компании предпочтительнее, чем у компании-конкурента. Обычно оно основано на уникальности продукта⁴.

Для обеспечения конкурентоспособности предприятий может быть рекомендована система обеспечения конкурентоспособности. В теории проблема обеспечения конкурентоспособности выпускаемых товаров рассматривается одновременно как структура и как процесс. Обеспечение конкурентоспособности как структура — это система, состоящая из внешнего окружения организации (вход, выход, связи с внешней средой, обратная связь) и ее внутренней структуры, нацеленной на обеспечение конкурентоспособности выпускаемых товаров. Система обеспечения конкурентоспособности как процесс — это реализация взаимосвязанных научных подходов, принципов, методов, средств и мероприятий, разрабатываемых по всем функциям управления и стадиям жизненного цикла управляемых объектов и нацеленных на обеспечение конкурентоспособности выпускаемых товаров.

При сравнительной оценке эффективности маркетинговой деятельности фирм-конкурентов (в целом по совокупности деятельности на всех рынках или относительно отдельных рынков) могут быть использованы следующие критерии, сгруппированные по элементам комплекса маркетинга.

1. Продукт: марка продукта; разнообразие номенклатуры (ассортимента) продуктов; интегральный показатель уровня качества продукта; качество упаковки; уровень предпродажной подготовки; уровень послепродажного обслуживания; рыночная доля; скорость изменения объема продаж.

2. Цена: уровень цен; гибкость ценовой политики; назначение цен на новые товары.

3. Распределение продукта: объем реализации по разным каналам сбыта; численный состав сотрудников сбытовых служб и торговых агентов; уровень их квалификации; эффективность работы каналов сбыта (соотношение объема реализации с затратами по созданию и функционированию отдельных каналов сбыта); использование инструментов прямого маркетинга.

4. Продвижение продукта (уровень рекламной деятельности) оценивается по следующим показателям: бюджет рекламной деятельности; виды рекламы; используемые СМИ; характеристика отдельных направлений рекламных кампаний; уровень и методы стимулирования сбыта (отдельно для работников сбытовых служб предприятия, торговых организаций и потребителей); использование персональной продажи (число привлекаемых торговых агентов, объем их продаж в общем объеме реализации, оплата и стимулирование их труда и т.п.); использование инструментов связей с общественностью (наличие специального подразделения или отдельных сотрудников,

осуществляющих связь с общественностью, оплата и премирование их труда, используемые инструменты: презентации, пресс-релизы и т.п.).

Для достижения конкурентоспособности предприятия необходимо:

1) обеспечить конкурентоспособность выпускаемой продукции в целевых сегментах рынка. Под конкурентоспособностью товара подразумевается свойство товара, на основе которого данный товар превосходит в определенный момент времени по качественным и ценовым характеристикам аналоги в конкретном сегменте рынка без ущерба для производителя;

2) поднять потенциал конкурентоспособности предприятия, а следовательно, и его подразделений, до уровня мировых производителей в данной отрасли. Этот показатель характеризует возможность успешной работы организации в будущем.

Для обеспечения конкурентоспособности предприятие должно обладать определенным набором внутренних конкурентных преимуществ, количественную оценку факторов можно представить в следующем виде:

- конкурентоспособность изделия,
- финансовое состояние предприятия,
- эффективность маркетинговой деятельности,
- рентабельность продаж,
- имидж (марочный капитал) предприятия,
- эффективность менеджмента.

Таким образом, конкурентоспособность предприятия — это возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка. Поддержание на высоком

уровне конкурентоспособности обеспечивается всеми компонентами имеющихся у предприятия маркетинговых средств. Производство и эффективная реализация конкурентоспособных товаров и услуг — обобщающий показатель жизнестойкости предприятия, его умения эффективно использовать свой производственный, научно-технический, трудовой, финансовый потенциал.

Литература

1. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. М., 2000. С. 223.
2. Данько Т.П. Управление маркетингом. М., 2004. С. 206.
3. Мазилкина Е.И., Паиичкия Г.Г. Основы управления конкурентоспособностью. Саратов, 2005. С. 23-24.
4. Портер М. Конкуренция. М., 2000.

ТЕОРИИ И ЭМПИРИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРИЧИН БАНКОВСКИХ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ

Зорин Михаил Сергеевич

Магистрант второго курса, магистерская программа «Банки и Банковская деятельность»,

Тюменский Государственный Университет

Тарханова Елена Александровна

Канд. экон. наук, доцент Тюменского Государственного Университета

THEORETICAL AND EMPIRICAL RESEARCHES THE CAUSES OF BANKING M&A

Zorin Michael, Master of the economics, the Master's program "Banks and Banking" of Tyumen State University

Tarhanova Elena, Candidate of Economics, associate professor of Tyumen State University

АННОТАЦИЯ

В последние годы банковские системы, как в развитых, так и развивающихся странах были вовлечены в процесс реструктуризации и консолидации, что сильно изменило природу банковского бизнеса. Банковские кризисы или банкротства крупнейших системообразующих банков дали дополнительный импульс реструктуризации и процессу местных и международных слияний и поглощений банков.

ABSTRACT

In recent years, the banking systems in both developed and developing countries have been involved in the process of restructuring and consolidation, which greatly changed the nature of the banking business. Banking crises or bankruptcy of major systemic banks gave additional impetus to the process of restructuring and local and international mergers and acquisitions of banks.

Ключевые слова: слияния и поглощения; синергия; теория гордыни; теория агентских издержек.

Keywords: mergers and acquisitions; synergy; pride theory; the theory of agency costs.

В настоящее время на банковском рынке России наблюдается тенденция укрупнения ведущих банков путём слияний и поглощений. Процесс слияний и поглощений помогает решить проблему недостаточной капитализации банков, а так же может использоваться как метод отбора самых эффективных и приспособленных к кризисным условиям кредитно-финансовых учреждений.

Исходя из этого, в последнее время становятся актуальными исследования в области реорганизации банков, которые рассматривают вопрос основных причин и мотивов их слияний и поглощений.

Существует определенное количество теорий, которые объясняют причины банковских слияний и поглощений. Основными из них являются: «Теория синергии», «Теория гордыни», «Теория агентских издержек свободных потоков денежных средств».

Теория Синергии впервые была сформулирована Бредли, Десаи и Ким в 1983 году. Ее суть заключалась в том, что банки А и В пойдут на слияние, только тогда, когда банк С, образовавшийся в результате слияния первых двух, увеличит благосостояние его акционеров. [1]

Теория синергии основывается на основе следующих эффектов:

- эффект повышения доходности, который заключается в том, что иногда более эффективно действующий банк поглощает менее эффективный, и объединившийся банк должен обладать более высокой эффективностью, чем даже банк-покупатель до сделки;
- эффект диверсификации или комбинирования взаимодополняющих ресурсов заключается в том, что банк-покупатель поглощает небольшой банк-цель, который предоставляет такие банковские продукты и услуги, за счет которых покупатель хочет расширить свой продуктовый ряд, но создание аналогичных банковских продуктов было бы экономически невыгодным проектом, в то время как небольшой банк нуждается в дополнительных ресурсах для финансирования своего развития. Банк-покупатель может в данном случае значительно расширить свой продуктовый ряд, и таким образом, минимизировать риск от инвестирования в развитие только одного вида продукта или услуги;
- финансовые синергии достигаются за счет того, что затраты на финансирование каких-либо проектов внутри одного банка меньше, чем инвестирование средств во внешние проекты. [1]

Характерный пример финансовой синергии - покупка банка по цене ниже его балансовой стоимости. В данном случае речь идет о том, что банк может быть приобретен, только из-за того, что реальная стоимость его активов значительно превышает стоимость, в которую их оценивает рынок. При наличии такой ситуации, покупатели могут приобрести такой банк по рыночной цене, чтобы затем продать его, заработав на разнице цен.

Помимо прочих, еще одним источником синергии является информация. Данная гипотеза утверждает, что во время поглощения может появляться позитивная или негативная информация об успешности процесса, что и

повлечет за собой переоценку или недооценку акций поглощаемого банка.

Одна из разновидностей информационной гипотезы утверждает, что акции поглощаемого банка были до поглощения оценены рынком справедливо, однако появление на рынке информации о возможном поглощении вызывает рост цен на акции, поскольку растет в цене сам банк, в связи с тем, что угроза поглощения заставляет менеджеров банка предпринимать реальные шаги для повышения его стоимости. [2]

Яркими примерами данной теории стали покупки инвестиционных банков крупными универсальными финансовыми институтами, например: SBC - Wartburg, ING - Barings, Deutsche Bank - Morgan Grenfell и Dresdner Bank - Kleinwort Benson.

Следующей теорией является «теория гордыни», предложенная Ричардом Роллом.

Р. Ролл утверждал, что слияния и поглощения не порождают эффекта синергии, а если он и присутствует, то влияние этого эффекта, как правило, оказывается незначительным.

По мнению Р. Ролла, если во всех слияниях не существует потенциальной синергии увеличения стоимости для банков-покупателей, а некоторые из этих банков-покупателей считают, что такая синергия существует, то результат оценки стоимости банка-цели может быть представлен в виде случайной величины с математическим ожиданием, равным текущей рыночной стоимости банка-цели. В этом случае премия за слияние представляет собой случайную ошибку, допущенную банком-покупателем. [3]

Исходя из отсутствия синергии, автор теории выдвигает предположение, что слияние - это результат индивидуального решения менеджмента банка-покупателя, считающего, что именно его оценка стоимости банка-цели верна, а рыночная оценка стоимости не полностью отражает потенциал развития этого банка.

То есть, принятие решения о слиянии вызвано «гордыней» покупателей, что только они могут полностью определить и распознать несуществующие синергии. [3]

Ещё одна значимая теория мотивации - теория агентских издержек свободных потоков денежных средств, предложенная Майклом Дженсенем.

В рамках этой теории среди менеджеров компании возникают конфликты интересов, особенно в вопросе выплат денежных средств акционерам.

Выплаты денежных средств в виде дивидендов, возврата капитала акционерам и т. д. уменьшают объем подконтрольной менеджменту ресурсной базы банка и, таким образом, уменьшают гибкость в управлении финансовыми ресурсами. Кроме того, уменьшение ресурсной базы создает определенные трудности и проблемы для менеджмента банка в поиске внешних источников финансирования новых инвестиционных проектов, появившихся, например, за счет снижения или прекращения дивидендных выплат, гарантирует менеджменту необходимые финансовые ресурсы для роста банка. Рост и, как следствие, концентрация ресурсов, подконтрольных менеджменту,

увеличивает власть менеджмента. Немалое влияние оказывают и растущие компенсационные выплаты менеджменту. Тенденция банков и корпораций поощрять менеджмент среднего уровня продвижением по служебной лестнице, а не ежегодными премиальными выплатами, также является причиной чрезмерного роста банков и корпораций.[4]

Исходя из данной ситуации, менеджеры не станут действовать в интересах акционеров, основной стимулом будут являться их собственные интересы. В результате данных конфликтов интересов, возникают агентские издержки, в виде злоупотреблений менеджеров и использования корпоративного имущества в личных целях. [4]

М. Дженсен предлагает решение данной проблемы - выкуп корпорации через использование долгового финансирования – LBO (leveraged buyout - выкуп акций присоединяемой корпорации за счет выпуска долговых обязательств). При использовании такой схемы финансирования контрольный пакет присоединяемой корпорации приобретается за счет заемных средств, а выплата долга и процентов по нему производится из денежного потока присоединенной корпорации.

Доказательства перечисленных теорий мотивации банковских слияний и поглощений, неоднократно подвергались сомнению.

Исследование Стивена Пилоффа и Энтони Сантомеро утверждает, что проявление «гордыни» менеджмента, переоценка им своих возможностей и введение в заблуждение акционеров по поводу прибыльности сделки слияния было бы возможным лишь однажды, и только в тех отраслях экономики, где слияния являются единичными случаями, аргументируя тем, что «гордыня» менеджмента почему то проявляется только в случае слияний и поглощений, не затрагивая проведения других банковских операций, Пилофф и Сантомеро сочли теорию Ролла несостоятельной.[5]

Большинство теорий слияний и поглощений основываются на наличии синергетического эффекта. В основном, они пересекаются по классификациям мотивов реализации сделок слияний и поглощений и являются наиболее распространенными, поэтому можно сделать вывод о том, что, скорее всего, эти мотивы вполне реалистичны.

Почти все мотивы связывают с существованием синергетического эффекта, однако некоторые исследователи показывают, что такой эффект не проявляется. Не редкость, когда величина ожидаемой синергии преувеличена. [6]

Мотивы, выдвигаемые теорией агентских издержек свободных потоков денежных средств, также достаточно часто подтверждаются эмпирическими исследованиями. Самой спорной теорией является теория «гордыни», поэтому можно предположить, что даже если она и выявляет какие-то мотивы слияний, то они не оказывают решающего влияния на процесс принятия окончательного решения по поводу проведения сделки. Однако, принимая во внимание, сложность процессов слияний и поглощений в банковском секторе, нельзя однозначно отдать предпочтение какой-либо одной из рассмотренных теорий. Для этого необходимо анализировать мотивы консолидации для каждой конкретной ситуации.

Список литературы:

1. Bradly, M., A. Desai, E.H. Kim (1983), The Rationale Behind Interfirm Tender Offers: Information or Synergy? // Journal of Financial Economies, Vol.1, №2;
2. Bradly M.(1980), Interfirm Tender Offers and the Market for Corporate Control. // Journal of Business. №53;
3. Roll R. (1986) The Hubris Hypothesis of Corporate Takeovers // Journal of Business. Vol. 59. № 2;
4. Jensen, M. C. (1986) Agency Costs of Free Cash Flow, Corporate Finance, and Takeovers. // American Economic Review. Vol. 76. № 2;
5. Piloff, S.J., A.M. Santomero (1997), The Value Effects of Bank Mergers and Acquisition // Working Paper 97-07, The Wharton School, University of Pennsylvania;
6. Скотт Кристоферсон, Роберт Макниш, Дайан Сиас «Проклятие победителя»: ошибки слияний// The McKinsey Quarterly, 2004, №6
7. Брейли Ричард, Майерс Стюарт «Принципы корпоративных финансов» // Пер.с англ. Н. Барышниковой.- М.:ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008, 866 с.
8. Патрик А. Гохан «Слияния, поглощения и реструктуризация компаний» // Пер.с англ. А. Шматова – 4-е изд. - М.:Альпина Паблишер 2010, 741 с.

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

ОБЩЕСТВЕННОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ В США КАК СИМВОЛ НЕПРЕДВЗЯТОСТИ И ОБЪЕКТИВНОСТИ

Быков Дмитрий Викторович

канд. фил. наук, доцент Пятигорского государственного лингвистического университета

PUBLIC TELEVISION IN THE USA AS A SYMBOL OF IMPARTIALITY AND OBJECTIVITY

Bykov Dmitry, Candidate of Science, associate professor of Pyatigorsk State Linguistic University, Pyatigorsk

АННОТАЦИЯ

В статье раскрывается специфика формата общественного телевидения в США. Дается исторический анализ структуры работы корпорации PBS и принципа взаимодействия региональных студий. Автор считает, что успех формата «public television» заключается в неполитизированности и полной свободе от коммерческого влияния и приходит к выводу, что общественное телевидение в США имеет свой, не похожий на другие страны путь развития. Его главное достижение – свобода выражения противоположных взглядов и непредвзятость. Этим общественное телевидение кардинально отличается от коммерческого вещания в США.

ABSTRACT

The article reveals the specificity of public television format in the United States and gives a historical analysis of the structure of the corporation PBS and the principle of interaction of regional studios. According to the author, the success of public television is a complete freedom from commercial influence and politics. The author comes to the conclusion that public television in the USA has its own path of development. His main achievement is the freedom of expression of opposing views and impartiality. That's why public television cardinally differs from commercial broadcasting in the United States.

Ключевые слова: общественное телевидение, вещание, США.

Keywords: public television, broadcasting, the USA.

«Информировать, развлекать и просвещать». Именно так звучит девиз общественного вещания в США [8]. Многие его называют «самым объективным новостным источником», другие считают, что у «публичного телевидения меньше предвзятости», третьи уверены, здесь «присутствует полная свобода выражения противоположных взглядов» [6]. В чем же заключается феномен общественного телевидения, которое в США смотрят уже более 45 лет?

Прежде всего, в том, что это неполитизированная вещательная корпорация. Ее абсолютно не волнует правительственная цензура. Как впрочем, и частный бизнес, который при любом удобном случае мог бы диктовать свои условия. PBS (Public Broadcasting Service), а именно такое официальное название у общественного телевидения в Соединенных Штатах Америки, свободна от коммерческого влияния и это прописано в Законе об Общественном вещании США (Public Broadcasting Act), который был принят в 1967 году. Деньги на развитие корпорации и подготовку различных телепрограмм поступают из благотворительных фондов, частных пожертвований и других корпоративных источников. Доля государства в жизни общественного телевидения минимальна – не более 15 процентов, и то эти деньги поступают в качестве грантов.

В состав PBS вошли более 350 региональных станций. Сначала появились они, а затем возникла идея создать единую сеть, чтобы обмениваться программами и услугами. На сайте телекорпорации говорится, что «аудитория для нас это, прежде всего, граждане, а не просто потребители» (PBS is uniquely different from commercial broadcasting, treating its audience as citizens, not simply consumers) [7]. Такой постулат стал возможным благодаря тому, что в Америке вовремя поняли, что кроме зарабатывания денег есть и другие, некоммерческие задачи, которые надо решать, но которые требуют денег. Когда веща-

тель получал лицензию на частоту, ему предлагалось решать общественные проблемы. Логическим продолжением подобных предложений и стало создание вещания, которое начало решать эти задачи.

Студия KSPS – лишь одна из огромного числа региональных станций. Она находится в городе Спокан на северо-западе Америки и представляет собой три вещательных канала. Сегодня ее программы смотрят как в Спокане, так и на всём Северо-западе Америки, и даже в канадском Калгари. Всего около двух миллионов семей. Генеральный директор Клод Кистлер отмечает, что на станции имеются два съемочных павильона. Первый – для записи программ, а во втором могут работать волонтеры в качестве телефонных операторов. Они принимают от людей звонки и записывают информацию о том, что зрители обяжутся пожертвовать деньги. Кистлер добавляет, что для всех сотрудников станции KSPS «каждый день – это борьба за зрителя. Сотрудники общественного телевидения ежедневно заглядывают в почтовый ящик и смотрят, есть ли там чеки, и на какую сумму. По сути – это процесс выживания» [1].

Зрители общественного телевидения Спокана, как, впрочем, и других городов Соединенных Штатов Америки получают телепрограмму, которая выполнена в форме брошюры. Помимо расписания и синопсисов самых заметных передач, там находится специальный конверт. В него можно положить чек на сумму от 36 долларов до «my own generosity» и отправить в редакцию. На конверте имеется текст, который призывает зрителей жертвовать деньги: «Каждый день Общественное телевидение KSPS приглашает зрителей Северо-запада Америки и Канады открыть для себя миры науки, истории и природы; послушать разнообразные точки зрения, и доверительные репортажи; и занять места в первом ряду, чтобы посмотреть спектакли мирового уровня. Что делает это возможным? Поддержка от зрителей как Вы ... [5, с. 16-17]. Таким

образом, удаётся собрать почти три с половиной миллиона долларов в год. Сумма, по американским меркам, не очень большая и ее едва хватает.

Необходимо отметить, что именно отсутствие денег является главным сдерживающим фактором развития общественного телевидения в США. Как отмечает Стюарт Шоренстайн, только в 1979 году выручка PBS составила около 600 миллионов долларов. Если сравнить ее с доходами коммерческого вещания того времени, то они составляли всего лишь 5 процентов от общей суммы [9, с. 71]. Как следствие, денег на производство оригинальных программ не хватает, и корпорации приходится их закупать в других странах. Общественные вещатели и хотели бы производить больше, но не могут себе это позволить.

Ситуацию могло бы исправить привлечение рекламы. Ведь у PBS с середины 80-х годов 20 века установилась нормальная сетка вещания, и появилась стабильная аудитория. Но, общественное ТВ в США является некоммерческим, поэтому о рекламе здесь не может быть и речи. Спонсоры помогают и даже участвуют в производстве программ. В конце той или иной передачи будет написано, что она создана благодаря поддержке такой-то компании. Но зритель никогда не услышит о том, что она производит и по какой цене продаёт. Например, программа студии KSPS - «Uncharted Territory: David Thompson on the Columbia Plateau» заканчивается следующим образом: «Uncharted Territory was made possible in part by the following Corporate Partners»: «Kalispel tribe of indians», «PennWest Energy», «Saint David's Welsh Society» etc [5, с.9]. Телезрителям объясняют, что программа появилась в эфире благодаря поддержке корпоративных партнеров. В телепрограмме, которую получают зрители, перечисляются только названия компаний. И кроме слов благодарности, никакой рекламы.

Однако общественное телевидение все же боролось за рекламу. В свое время президент США Ричард Никсон пытался существенно урезать государственное финансирование корпорации [10, с. 9]. Реклама могла бы помочь компенсировать сокращение финансирования и давала возможность конкурировать с кабельным телевидением. В результате были введены некоторые послабления. Федеральная комиссия связи (Federal Communications Commission) в 1984 году разрешила большей части региональных станций самим проводить грань между поручительством и прямым спонсорством.

Государственное финансирование общественного телевидения пытались урезать неоднократно. Самым запоминающимся в этом плане стал 1995 год. Тогда республиканцы получили большинство в Палате представителей Конгресса. Её спикером был Ньют Гингрич. Он предложил приватизировать общественное вещание. Чиновник считал, что «правительственная поддержка больше не требуется, вещание достаточно сильно, чтобы собирать достаточное количество долларов из частных карманов и тем самым финансировать свою деятельность» [2, с. 86]. Оказалось, что причина такого поведения была проста. Республиканцы считали, что public television было тенденциозно настроено по отношению к либералам и демократам. Общественность сказала - нет. Финансирование не прекратили и даже немного увеличили.

И все же кризис в общественном вещании США назрел. И случилось это при переходе от аналогового вещания к цифровому вещанию. В стране резко уменьшилась доля аудитории. Телезрители стали получать по спутнику сотни каналов. Корпорация PBS стала выдумывать новые услуги, чтобы конкурировать с другими коммерче-

скими каналами. В частности Shop PBS, где можно приобрести понравившиеся программы на DVD. Возникли финансовые и программные разногласия, и они привели к тому, что некоторые региональные студии стали «отпочковываться» от крупной корпорации. Самый громкий скандал случился с Лос-анджелесской станцией общественного телевидения KCET (Community Educational Television) [3, с. 171]. В конце 2010 года ее руководство решило, что дальнейшее участие в PBS противоречит интересам компании, и покинула ее ряды. «8 октября 2010 KCET объявила, что не смогла достигнуть соглашения с PBS и станет независимой с 1 января 2011 года. В письме зрителям председатель правления Гордон Бава заявил, что PBS хотела, чтобы KCET заплатил 7 миллионов долларов за их программы. Однако эта сумма была в два раза больше той, чем платила другая станция КОСЕ. Отметим, что последняя является первой станцией Лос-Анджелеса и Южной Калифорнии, которая вошла в состав общественного ТВ Америки [4]. И, тем не менее, не смотря на конфликты, которые существуют между станциями, PBS продолжает свое развитие. Его программы смотрит половина американских домохозяйств, а это около 145 миллионов человек.

Таким образом, можно сделать вывод, что общественное телевидение США имеет свой, не похожий на другие страны путь развития. В Европе позиции подобных телекорпораций достаточно прочны, и по популярности они не уступают другим каналам. В Америке приходится бороться за зрителя. PBS – неполитизированная, негосударственная вещательная станция. Правительство США не может подвергать общественное телевидение цензуре, а частный бизнес диктует свои условия. Public television свободно от коммерческого влияния. Правда спонсоры могут помогать и даже участвовать в производстве программ. Однако этим все и ограничивается. В конце той или иной передачи будет написано, что она создана благодаря поддержке такой-то компании. Но зритель никогда не услышит о том, что она производит и по какой цене продаёт. И самое главное, общественное телевидение менее предвзятое, чем любая коммерческая станция в США. Его основная задача – обучать, развлекать и соединять.

Список литературы:

1. Быков Д.В. Ситиформат // Телеканал «ТВ Столица». Программа «Специальный репортаж». - 2010. - 25апреля.
2. Быков Д.В. Специфика работы Общественного телевидения в США // Медийные стратегии современного мира. Материалы VI Международной научно-практической конференции. Краснодар, 2012. С.85-87.
3. Быков. Д.В. Формат общественного телевидения в США и России: сравнительный анализ // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета, 2012. № 4. С. 167-172
4. KCET.Wikipedia, the free encyclopedia. [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://en.Wikipedia.org/wiki/KCET>
5. Kistler, C. Prevue. A member publication of the Friends of Seven (KSPS). - Spokane, WA: Pacific Time Edition, 2009. – 31 p.
6. PBS: по-настоящему свободное общественное телевидение. [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.golos-ameriki.ru/content/pbs-la/1653837.html>

7. Public Broadcasting Service. PBS Overview. [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.pbs.org/about/background/>
8. PBS. Mission Statement. [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.pbs.org/about/corporate-information/>
9. Shorenstein Stuart Alan. Does Public Television Have a Future? //The Wilson Quarterly (1976-). -Wilson Quarterly, 1981. – Vol. 5. - № 1. – P.66-75.
10. Stone, David M.: Nixon and the politics of public television. - New York; London: Garland, 1985 - 370p.

ЦЕННОСТНЫЕ МОТИВАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТЕЛЕРЫНКА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Черемных Инна Владимировна

кандидат наук по социальным коммуникациям, доцент Института журналистики
Киевского национального университета имени Тараса Шевченко, г. Киев

VALUABLE CONSUMER MOTIVATION TV MARKET IN MODERN CONDITIONS

Cheremnykh Inna Candidate of Science, assistant professor of Institute Journalism, Kiev National University of T. Shevchenko, Kiev, Ukraine

АННОТАЦИЯ

В статье анализируются менеджерские стратегии отношений по вопросам ценностных мотиваций потребителей телерынка в стремительно **меняющихся условиях глобализации, развития инновационных технологий, падения кредита доверия к продуктам и услугам СМИ, гибридных войн.** Эффективное регулирование механизмов медиа рынка и принятие правильных менеджерских решений по поводу стратегии отношений будут способствовать оптимизации процессу менеджмента, повышению качества мотивационных преимуществ аудитории, интерактивности и фидбековой коммуникации с аудиторией.

ABSTRACT

Manager relation strategy on the motivations of consumers value TV market in a rapidly changing context of globalization, the development of innovative technologies, falling credibility to products and services media, hybrid war are analyzes in this article. Effective regulation mechanisms of the media market and making the right managerial decisions on relations strategy will help to optimize process management, improve the quality of the motivational benefits of audience interactivity and feedback communication with the audience.

Ключевые слова: телерынок, потребитель, ценность, стратегии, отношение.

Keywords: TV market, consumer, value, strategy, relation.

Степень удовлетворения потребителей покупкой определяется соотношением их ожиданий, издержек и реальных качеств продукта. Если качества медиа товаров не соответствуют потребительским ожиданиям, не оправдывают их доверия, а сумма издержек очень высока, они просто перестают обращать на них внимание и, соответственно, оплачивать.

По мнению Ф. Котлера, воспринимаемая потребителем ценность определяется как разница между общей ценностью товара для потребителя и его общими издержками. Общая ценность для потребителя – совокупность выгод, которые он ожидает получить, приобретая товар или услугу. Общие издержки потребления обозначаются как сумма издержек, которые, как ожидает покупатель, он понесет при оценке, получении и использовании продукта или услуги [2, с. 43].

Покупая товар того или иного телеканала и желая обладать высокой ценностью продукта, зрители, прежде всего, обращают внимание на качество медиа товаров, которое должно соответствовать высоким журналистским стандартам, таким как: объективность подачи материалов; информация, основана на фактах; непредвзятость экспертных оценок и т.д.

По результатам исследований Института социологии НАН (Национальной Академии Наук) Украины, доверие граждан к средствам массовой информации за последний год снизилось приблизительно в полтора раза. Если в прошлом году 37% доверяли мас-медиа и 29% не доверяли, то в этом году ситуация противоположна - только 25% доверяют СМИ, а 47% - не доверяют. При этом в 2014 году наблюдается строгая региональная дифференциация уровня недоверия: от 27% на Западе страны до 68% - на Донбассе [3].

Декларируя высокую лояльность к покупателям, общенациональные телеканалы Украины пытаются привлечь внимание зрителей не только благодаря рациональным характеристикам телепродуктов, а обращаясь и к эмоциональной привязанности покупателей к определенному товару. Это, в свою очередь, может сказываться на качестве или перенасыщении такого продукта на медиа рынке.

Последнее время на украинском телевидении особую популярность завоевывает такой жанр эмоциональной журналистики, как фиче (англ. *Feature*), что означает: характерная черта, сенсационный материал.

По мнению А. Колесниченко, фиче не претендует на объективный рассказ о новости, но позволяет зрителю пережить ее [1, с. 11].

Так, новостные фиче почти всех общенациональных каналов пестрят историями о героях АТО сквозь призму не просто их участия в военных действиях, а поведения в кругу семьи, ближайшего окружения, традиций. Это создает эмоциональную привязанность к героям, дает возможность побывать на их месте, возвышает в глазах окружающих. В свою очередь, такие истории привлекают потенциальных потребителей.

В нынешних условиях военного конфликта, такая стратегия украинского топ-менеджмента оправдана. Но, не стоит забывать об ответственности корреспондентов, журналистов, которые создают фичерские истории. Особенностью таких материалов является субъективность, где факты и достоверность информации вторичны по отношению к переживаниям эмоциональной публицистики. Поэтому новости об одном и том же материале могут сильно отличаться друг от друга. Чтобы оправдать ожида-

ния зрителей, работники медиа сферы должны как никогда быть ответственными, придерживаться высоких журналистских стандартов.

По мнению Майкла Леннинга, каждая компания должна стремиться к предложению наиболее высокой ценности и созданию наилучшей системы доставки ценностей [4, с. 15].

Предложение ценности более значимо по отношению к бренду торговой марки, позиционированию, ибо именно оно определяет формирование итогового мнения покупателя. Торговые марки телеканалов, как правило, гарантируют зрителям обещанные выгоды. Насколько обещания компании совпадают с эффективными особенностями товара, определяется стоимостью активов товара со всеми брендовыми и небрендовыми характеристиками, правильно выстроенной системой маркетинговых коммуникаций с потребителями, верными стратегиями продвижения.

Поэтому, чтобы не возникало ценностного разрыва между достоинством торговой марки и стоимостью товара, усилия компании необходимо концентрировать не только на вопросах формирования и продвижения бренда, а и вокруг ключевых процессов управления и регулирования бизнесом, увеличения спроса потребителей с привлечением интеграции маркетинговых коммуникаций, интерактивности, комплекса маркетинг-микс.

Сегодня многие украинские телеканалы, исследуя целевую и потенциальную аудитории, пользуются услугами аутсорсинговых компаний – внешних источников ресурсов – и забывают о своих огромных возможностях, которые кроются в сетях Интернета. Предпочтения зрителей можно узнать очень быстро через Интернет, не прибегая к услугам высокотехнологичных, но при этом дорогостоящих исследовательских компаний, таких как GfK, Nielsen, TNS. При помощи наличия технических возможностей и употребления маркетинговых коммуникаций через получение ответной реакции аудитории (feedback), маркетологи любой телекомпании могут распознать преимущественные мотивации потенциальных и целевых покупателей.

Известная цепочка ценностей для потребителей, созданная Майклом Портером, сегодня может быть эффективной при условии широкого использования Интернет ресурсов. Тогда сложная система различных видов деятельности компании: проектирование, производство, изучение рынка, доставка товара и пост-производственное обслуживание, сработает и принесет удовлетворение клиентам и прибыль предприятию.

Гуру маркетинга Филипп Котлер выделяет пять уровней инвестиций компании для осуществления так называемого маркетинга отношений. Сюда относятся такие ресурсы:

- базовый маркетинг, когда фирма-производитель просто реализует товары;
- реактивный, когда компания реализует товары и предлагает покупателю немедленную коммуникацию в случае возникновения каких-либо вопросов, предложений или жалоб;
- проактивный, когда товаропроизводители обращаются к потребителям с предложениями более совершенных инновационных продуктов;
- ответственный, когда производитель спустя небольшого промежутка времени после продажи товара интересуется, соответствует ли качество продукта ожиданиям потребителя, узнает его предложения по совершенствованию товара или услуг;

- партнерский, когда компания, работая в непрерывном взаимодействии с потребителями как партнерами, ищет пути улучшения результатов сотрудничества [2, с. 50].

Все эти маркетинговые ресурсы помогают выявить потребительские мотивации ценностей продуктов и услуг и улучшить не только процесс, но и результат. Главное, чтобы медиа компании интегрировано реализовали коммуникативные возможности на практике, тогда менеджерские решения будут эффективными не только для производителя, но и потребителя. Все эти ресурсы маркетинга отношений возможно назвать постулатами менеджерских решений по поводу стратегий отношений (relations strategy). Ведь принятие решения в соответствие того, применять или нет ресурсы маркетинга отношений на практике, остается за менеджерским составом компании.

В современных условиях развития медиа рынка наиболее приемлемыми являются партнерская и ответственная стратегии отношений принятия менеджерских решений. Партнерские отношения все более возрастаны современными условиями стремительного развития новейших технологий, когда потребители, рекомендуя свои предложения, становятся участниками производственного процесса. Такого участника процесса сейчас называют профессиональным потребителем (просьюмером), одновременно и потребителем (англ. – consumer) и соавтором или продюсером (англ. – producer). Сегодня мгновенный контакт телезрителя и производителя возможен благодаря их интерактивности. Обратная связь осуществляется при помощи электронной почты, сайтов, блогов, социальных сетей.

Ресурсы ответственной стратегии отношений сегодня особенно важны для развития и защиты информационного поля любой страны от интервенции в условиях глобальных изменений медиа рынка. Ключевой позицией в ответственной стратегии отношений является качественный показатель товара или услуги. В условиях информационных вызовов и войн, этот фактор усиливается в разы. Поэтому так важно сейчас качество товара и услуг обеспечивать в лучших традициях журналистских стандартов.

Таким образом, учитывая стремления покупателя к увеличению ценности приобретаемого им товара и к уменьшению его общих издержек, производителям необходимо следовать этим правилам и в зависимости от ситуаций правильно и вовремя применять ту или иную менеджерскую стратегию отношений (relations strategy). Для этого необходимо максимизировать ценности приобретаемых покупателем продуктов, не только благодаря применению инновационных подходов и технологий, но и за счет качества товара.

Общенациональные телеканалы Украины пытаются привлечь внимание зрителей не столько рациональными, сколько эмоциональными характеристиками телепродуктов. Это, в свою очередь, не всегда отвечает качеству медиа продукции, высоким журналистским стандартам, поскольку в подобных товарах, в т. ч. и фичерных историях, объективность – вторична по отношению к эмоциональной привязанности. Поэтому, чтобы оправдать ожидания зрителей и чтобы они для них были ценными, медиа производители должны как никогда быть ответственными, объективными, непредвзятыми по отношению к производству медиа продукции.

Для осуществления так называемого маркетинга отношений Ф. Котлер предлагает инвестировать ключевые ресурсы, такие как базовый маркетинг, реактивный,

проактивный, ответственный и партнерский. Мы предлагаем ресурсы маркетинга отношений назвать парадигмой менеджерских решений по поводу стратегий отношений (relations strategy). Ведь принятие решения в соответствии того, применять или нет ресурсы маркетинга отношений на практике, остается за менеджерами компании. А значит, это не столько маркетинговые, сколько менеджерские решения по поводу стратегий отношений потребителей с производителями.

Ключевыми позициями в стремительно развивающихся современных условиях являются партнерская и ответственная стратегии, благодаря которым эффективно осуществляется фидбековая связь с потребителем и растет ответственность производителей за качественные показатели продукции.

Качественный показатель товаров и услуг в условиях гибридных информационных войн необходимо усилить многократно. Это, в свою очередь, приведет любую медиа структуру к монетизации производства и повышению кредита доверия аудитории к продуктам и услугам

СМИ. А итоговое мнение потребителей телерынка по поводу ценностных мотиваций будет сформировано и удовлетворено, в том числе, и при помощи внедрения интерактивных технологий.

Список литературы:

1. Колесниченко А. В. Прикладная журналистика. Уч. пос. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. – 235 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.
3. Показники довіри українців до ЗМІ різко знизилась через мешканців Донбасу – моніторинг Інституту соціології // Телекритика. – 2014. – 16.10 [Електронний ресурс] – Режим доступу. – URL: <http://www.telekritika.ua/kontekst/2014-10-16/99290>
4. Michael J. Lanning. Delivering Profitable Value, Oxford, UK: Capstone, 1998. – P. 15.

РАЗВИТИЕ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ – ОПТИМАЛЬНЫЙ СПОСОБ ОБУЧЕНИЯ КАЗАХСКОГО ЯЗЫКА

Иманбекова Назира Нурхалиевна

Преподаватель Таразского государственного педагогического института, г. Тараз, Республика Казахстан

THE CRITICAL THINKING DEVELOPMENT IS OPTIMAL WAY OF KAZAKH LANGUAGE TEACHING

Imanbekova Nazira, Teacher of Taraz State Pedagogical Institute, Taraz, Kazakhstan

АННОТАЦИЯ

Внимание многих педагогов высшего образования направлено на идею развития навыков критического мышления студентов. Процесс обучения мышлению является одним из ключевых факторов самостоятельного обучения и успешности работы преподавателя и студента. В некоторых педагогических поисках последних лет особое внимание уделяется обучению мыслительным умениям.

ABSTRACT

The attention of many teachers of the higher education is directed on idea of development of skills of critical thinking. Process of training in thinking is one of the key factors of independent training and success work of the teacher and student. The critical thinking became a basis of development of intellectual abilities.

Ключевые слова: критическое мышление, методика обучения казахского языка, методика развития критического мышления.

Keywords: critical thinking, Kazakh language teaching methods, critical thinking development strategy.

СЫНИ ОЙЛАУДЫ ДАМЫТУ - ҚАЗАҚ ТІЛІН ОҚЫ- ТУДЫҢ ТИІМДІ ТӘСІЛІ

Білім беру жүйесі – сабақтастығы бар білім беру бағдарламалары мен әртүрлі деңгей мен бағыттағы мемлекеттік білім беру стандарттары жүйесінің, оларды әртүрлі ұйымдастыру құқықтық формадағы, типтегі және түрдегі білім беру мекемелерінде іске асырушы тармақтардың, сонымен бірге білім беруді басқару органдары жүйесінің жиыны [1, 221-6]. Білім беру жүйесі әрдайым үздіксіз дамып отыратын үрдіс. Білім беруді жаңарту үнемі алға қарай ұмтылу мен дамыту үдерісі, бұл білім беруде кезек кезеңімен өтетін және алынған нәтижелерге бағытталған өзгерістер. Білім беру мазмұнын жаңарту – қоғам талабына сай шебер мұғалімдерді дайындау қажеттілігінен туындайды. Себебі, заман талабы білім кеңістігінде үлкен өзгерістерді талап етуде. Білім беруді жаңарту жағдайында мұғалімдердің кәсіби дайындығын арттыру – күрделі әрі көпқырлы мәселе. Осы күрделі мәселенің шешімін тапқан Н.Ә.Назарбаев: «...қазіргі таңдағы білім беру жүйесінің ең бірінші міндеті

сын тұрғысынан ойлайтын және ақпарат ағындарына бейімделуге қабілетті адамдарды дайындау» - деп дұрыс пайымдап, білім саласындағы негізгі міндетті анықтап берді [2, 52-6]. Мұғалімдердің білім берудегі ең басты міндеті сындарлы оқыту методикасын оқу процесіне ендіру арқылы білімді, өзіндік пікірін айта және негіздей алатын, кез келген мәселенің шешімін таба алатын, жан-жақты, өмірді тануға деген талпынысы, қызығушылығы бар тұлға тәрбиелеу. Ал осы мақсатқа жетудің жолы қандай? Осы мәселені шешуде өз оқыту үрдісімізге едәуір табыстарға қол жеткізген елдердің тәжірибесін ендіру керек. Стефан Цвейгтің «Жекелеген халықтың кез келген ұлы ісі барша халық үшін жасалады»- деген пікірі негізсіз емес [2, 54-6]. Кембридж білім беру жүйесіне қазақстандық білім беру мекемелері көше отырып, жеткен жетістіктері нақты дәлел бола алады. Сыни тұрғыдан ойлауға үйрету – мұғалімнің жан-жақты жұмысын талап етеді. Ол алдымен В.П.Беспалько атаған сабақ беру тәжірибесіне «өзіндік диагностика жасаудан» бастау алады. Яғни:

- Өзіндік әрекеттердің қиындықтарын анықтай білу;
- Өз әрекетін қайта құрудың мүмкіндіктерін анықтай білу;
- Өз еңбегінің тиімділігін, оның нәтижелілігін анықтай алу.
- Өз әрекетін болжай алу.

«Өзіндік диагностика жасаудың» нәтижелерін саралай отырып, идеялар, болжамдар жасаумен жалғасын табады. Кембридж білім беру әдісі мұғалімнің ең алдымен өз сабақ беру тәжірибесіне сыни көзқарас қалыптастырудан басталады. Ең алдымен мұғалім өзгерісті өзінен бастау керек. Ол үшін келесі сұрақтарға жауап беру керек:

1. Біз студенттерді сыни ойлауға жетелейтін тапсырмаларды жиі қолдана аламыз ба?
2. Сұрақ проблеманың күрделілігіне сай құрастырылады ма?
3. Сұрақтардың үш типі: Бір жүйелі, жүйесіз, мультижүйе қолданыла ма?
4. Студент проблеманы зерделеу үшін күмәнді болжамдарды пайдалана ма?
5. Студенттер сыни қорытындылар шығара ала ма?
6. Студенттер альтернативті пікірді ескере ме?

Сыни тұрғыдан ойлауға бағыттайтын әдіс-тәсілдер өз сабағымызда қолданалар алдында біз «өзіндік диагностика» нәтижесі бойынша кемшіліктерімізді анықтадық. Яғни біз сұрақтардың типтерін қолданғанда, альтернативті пікірді ескергенде кемшіліктер жібереміз. Өзара рефлексия жасай келе, диалог-сабақ, пікірталас, эвристикалық әңгіме, қарама-қарсы пікірлер сабағы, ізденімдік сабақтары, сын-пікірлік сабақтарды көбірек жүргізу қажет екендігін түсіндік. Пікірталас сабағын жүргізу білім алушыларды сыни тұрғыдан ойлауға, сөйлеу мәдениетін қалыптастыруға бағыттайтына көз жеткіздік. Бенджамин Блумның таксономиясындағы төменгі деңгейден (білу, түсіну, қолдану) бастап, жоғары деңгейлі тапсырмаларды (анализ, синтез) орындауды басшылыққа алуы тиіс екендігін аңғардық. Сыни тұрғыдан ойлауға үйрету сабақтың әр кезеңінде жүзеге асырылу керек деген ұйғарымға келдік. Проблемалық оқытуды сабағымызда көбірек қолдану арқылы Джон Дьюидің: «мәселелерге ерекше көңіл аудару оқушының табиғи әуесқойлығын оятып, сыни ойлауға итермелейді. Ойлау мен талқылауға, қарсы пікір айтып, альтернативті шешімдер қабылдай білуге, сыни тұрғыдан ойлауға, өздігінен жан-жақты білім алуға, проблеманы анықтауға, өзіндік тұжырым жасай білуге, өзіндік бағалауға, сыни ақпараттарды өз бетімен табуға, талдауға, салыстыруға және дәлелдеуге үйренеді» [3, 52-6] деген пікірі дұрыс екендігін байқадық.

Сын тұрғысынан ойлау технологиясын ендіру барысында Ричард Полдың ұсынған келесі әрекеттерді орындадық:

- 1) Ойлау элементтерін: көзқарас, мақсат, даулы мәселе, ақпарат, жорамалдар және қорытынды, тұжырымдамалар, болжамдар жасату;
- 2) Тапсырмаларды дайындағанда ойлаудың үш деңгейі: төмен деңгейдегі ойлау, жоғары деңгейдегі ойлау, аса жоғары деңгейдегі ойлауға үйрету [2, 16-6].

Сындарлы теориялық оқыту түрі арқылы білімді өз бетімен меңгермей, дайын білімді қабылдауға үйренген оқушыларды өзіндік іздендіру арқылы білімге қол жеткізгенін қаладым. «Ғылымды үйреніп, оны өмірге қолданбаған кісі – жерін айдап, дәнін сеппеген адамға ұқсас» деген Муслихитдин Сағдидың пікірін басшылыққа алып,

студенттерге өз бетімен алған білімін өмірде пайдалана алуына жағдай жасайтын әдістерді қолдану керек.

«Қызығушылықты ояту» кезеңі Выготский: «Ең алдымен бір әрекетке тарту үшін сен оны қызықтыр, оның бұл әрекетке дайын екенін білу үшін қамқорлық жаса» деген. Осы пікірді негізге ала отырып, қазақ тілін оқыту әдістемесі пәнінде «Миға шабуыл», «Ассоциация», «Дыбыстар сөйлейді», «Болжау» стратегиясын жиірек қолданамыз.

Сындарлы оқытудың мақсаты – студенттің пәнді терең түсіну қабілетін дамыту, алған білімдерін сыныптан тыс жерде, кез келген жағдайда тиімді пайдалана білуін қамтамасыз ету екендігін ескеріп, «Мағынаны тану» кезеңінде студенттерді сыни ойлауға жетелейтін «ДЖИГСО», «Кубизм», «Дискуссиялық өрнек», «Екі түрлі түсініктеме күнделігі», «Артығын тап» «Концептуалдық кесте», «Талқылау кестесі», «Проблемалық сұрақ», «Семантикалық карта», «Венн-диаграмма», «Фишбоун», FІLА, «Зиякерлік карта», «Жұпта талдау», РАФТ әдістерін пайдаланамыз.

«Ой қорыту» сатысында «5 минуттық эссе», «Автор орындығы», «Синквейн», «Идеялар себеті», «Жуан және жіңішке мәселелер», INSERT, «Ойлаудың алты қалпағы», «Кейіпкерге хат» әдістерін қолдану арқылы оқушылардың сыни ойлауын арттыруға болады.

Әрине, бұл әдістер жаңа болғандықтан, алғашқы сабақтарда қиындықтар кездесті. Біз студенттерді белгілі бір аумақ (рамка) ішінде ғана ұстап, ішкі жан-дүниесіне үңілуге баса назар аудармағанбыз. Осы қиындықтар алғашқы уақытта кездескенмен, бұл қиындықтарды да шешуді мақсат тұттық. Василий Сухомлинскийдің «Әр баланың жан дүниесінде көрінбейтін шек болады, сол шекті шебер қолмен тарта отырып, әдемі дыбыс шығара білу керек» -деген пікірін үнемі назарда ұстау қажет [2, 58-6].

Сонымен ойымызды қорыта келе, сындарлы оқытуға негізделген сабақтар студенттерге өз білімдері мен ұстанымдары жайында ойланып, сұрақтар қойып, білімін толықтырып, белгілі бір тақырыпты оқып-білу кезеңінде өз түсінігін өзгертуге мүмкіндік береді. Бұл үдеріс студенттің өз болжамдарына сенімсіздікпен, сыни тұрғыдан қарай отырып, сол арқылы әлем, тіршілік, жаратылыс туралы өзінің түсінігін тереңдетіп, кеңейтуге ұмтылу мүмкіндігін ұлғайтады. Оқытудың бұл түрінде студенттер өте маңызды рөл атқарады. Олар құрбы-құрдастарымен әлеуметтік байланыс жасау арқылы белсенді түрде білім жинақтайды. Оқытушы студенттердің оқуына мүмкіндік тудырып, оқу материалы және өзге де қажетті құралдармен қамтамасыз етеді, ал студенттер өз кезегінде пән бойынша өз түсініктерін арттыру іс-әрекеттеріне ынталы болатыны сөзсіз.

Әдебиеттер тізімі:

1. Кашимова К.К. Білім беру жүйесінде оқушылардың зияткерлік шығармашылығын дамыту // Білім берудегі жоғары сапа және көшбасшылық: Халықаралық ғылыми тәжірибелік конференция баяндамалар жинағы. А.: Назарбаев зияткерлік мектептері ДББҰ, 2013., 221- б.
2. Фур О.В. Орыс тілі мен әдебиеті сабақтарында сын тұрғысынан ойлауды оқытудың әдістері // Педагогикалық диалог. №1, 2014., 52-б.
3. Под ред. С.Бахишевой и С.Мирсеитовой. Идеи Дьюи и наша практика. А.: Верена, 2005.

ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА РУССКОЙ ТОСКИ И НАДРЫВА

Каирсапова Эльмира Мустажановна

старший преподаватель кафедры иностранных языков,
Национальный исследовательский университет «МИФИ», Москва

Семёнова Наталья Владимировна

доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка
Национальный исследовательский университет «МИФИ», Москва

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются лингвокультурные особенности русских существительных тоска и надрыв. Иллюстрация языковой специфики осуществляется на фоне подробного рассмотрения культурного своеобразия русской ментальности, способов отражения в языковой форме особенностей русского национального характера.

ABSTRACT

The article deals with the lingvocultural peculiarities of Russian nouns: *toska* and *nadryv*. The language specificity is represented in terms of a detailed consideration of the cultural originality of Russian mentality, ways of expression in the linguistic form for the peculiarities of Russian national character.

Ключевые слова: культуроспецифичность, русская лексика, тоска, надрыв.

Keywords: cultural specificity, Russian vocabulary, *toska*, *nadryv*.

Воля, удаль и тоска всегда рядом – примерно так сказал великий русский поэт. Рядом с ними и *путь-дорога*, к которой вечно зовёт русского человека его мятущаяся широкая и вольная душа. Наверное, это самый тонкий и верный образ России.

Понятие «русская тоска» чрезвычайно интересует зарубежных исследователей. Вероятно, это объясняется яркой культуроспецифичностью как самого понятия, так и обозначающего его слова. Одной из первых к изучению феномена *тоски* обратилась Анна Вежбицкая. Она отметила, что словом *тоска* покрывается целая семантическая область, связанная с *грустью* и *пустотой*, которые вызваны отсутствием и недоступностью кого-то или чего-то хорошего. Тоска – это, по мысли Вежбицкой, и безграничное непримиримое страдание, которое простирается за границу «этого мира», контраст между миром «здесь и сейчас», который потерял свою привлекательность, и другим, недоступным, миром, который содержит потерянное сокровище [1]. В русских же словарях *тоска* обычно определяется как «душевная *тревога*, соединённая с *грустью*» [2], либо как «тяжёлое душевное состояние, характеризующееся томлением, *грустью*, *тревогой* и *упадком сил*» [3]. Сходным образом определяет *тоску* Е. Урысон и в «Новом объяснительном словаре синонимов русского языка»: «неприятное чувство, какое бывает, когда нет того, чего человек хочет, и когда он думает, что желаемое невозможно» [4]. Е.Е. Стефанский же полагает, что важнейшая составляющая русского понятия *тоска* – *тревога*, т.е. особый, иррациональный, вид страха, источники которого непонятны для человека. Это, по его мнению, русский аналог немецкого *Angst*, польского *lęk* или чешского *úzkost* [5]. Попробуем разобраться, так ли это и что имеет в виду русский человек, когда говорит «*Тоска!*».

Первое, что необходимо отметить: *тоска* свойственна только человеку. Это длительное, часто болезненное, переживание, очень интенсивное по силе проявления. Тоска может возникать неосознанно, как некое томление по неизвестному будущему, когда человек ощущает какую-то пустоту в своей настоящей жизни. Такую тоску описывает А.С. Пушкин: «*Я молод, жизнь во мне крепка, / Чего мне ждать? Тоска, тоска!*». Но обычно тоска имеет причины. Е. Урысон важнейшую из них посредством толкования описывает так: «сильное желание вступить в контакт с объектом, входящим в личную сферу субъекта, но при этом у него отсутствующим. Ср. *тоска*

по родине, тоска по правде <по прошлому>, по жене и детям» [6, с. 1166].

Тоска в русском языке имеет следующие синонимы: *уныние*, *печаль*, *грусть*, *кручина* (народно-поэтическое). Ближе всего *тоска* находится к *унынию*: и в том случае, когда человек *испытывает тоску*, и в том случае, когда он *впадает в уныние*, он ощущает, что ему не хватает чего-то, что ему жизненно необходимо. В тоскливом состоянии русский человек ощущает *отчаяние* от мысли, что сложившиеся обстоятельства изменить невозможно. Эта особенность русского мироощущения позволила Анне Вежбицкой сделать вывод о том, что русские пассивно относятся к жизни [7]. Если ничего нельзя изменить, стоит ли вообще что-то делать? Однако это заключение кажется не совсем верным: просто русский человек всегда не удовлетворён существующим положением дел, всегда его вольная натура чего-то ищет, даже пусть и легендарного града-Китежа. Русский никогда не может быть даже счастлив полностью: всё время ему кажется, что за переживаемые счастливые моменты ему в скором времени придётся дорого заплатить. Эту мысль развивал в своих романах великий русский писатель Иван Тургенев. Он создал особый тип героев, которые вечно испытывают тревогу за сиюминутно переживаемое счастье.

Но нужно также иметь в виду и то, что если русский человек переживает редкие счастливые моменты, то очень интенсивно и радуется искренне, от всей души. Русские люди вообще не склонны скрывать свои чувства – плохие ли, хорошие ли, как и не склонны их проявлять «по этикету». Так, иностранцы, попав в Россию, недоумевают по поводу того, что русские люди мало улыбаются. И наоборот, русские поражаются тому, что в Европе и Америке улыбаются всем, всегда и везде. На самом деле объяснение очень просто: в разных культурах разные улыбки, они несут разную смысловую нагрузку. Очень хорошо сказала об этом С.Г. Тер-Минасова: «В западном мире, и в англоязычном в особенности, улыбка – это традиция, обычай: растянуть губы в соответствующее положение, чтобы показать, что у вас нет агрессивных намерений, вы не собираетесь ни ограбить, ни убить. Это – способ формальной демонстрации окружающим своей принадлежности к данной культуре, к данному обществу. Способ очень приятный, особенно для представителей тех культур, в которых улыбка – это выражение естественного искреннего расположения, симпатии, хорошего отношения, как в России» [8].

В западном мире улыбка одновременно и формальный знак культуры, не имеющий ничего общего с искренним расположением к тому, кому ты улыбаешься, и одновременно биологическая реакция на положительные эмоции. У русских – только последнее. А.В. Павловская, автор «Путеводителя для деловых людей», пишет: «Серьёзное, сосредоточенное выражение лица русских на улице – не признак их мрачности, а лишь традиция, считающая улыбку чем-то сокровенным и предназначенным близкому и приятному человеку» [9]. В России не принято улыбаться посторонним людям. «Смех без причины – признак дурачины» – гласит русская пословица. А в «Чейз Манхэттен Банк» висит объявление: «Если наш оператор Вам не улыбнулся, заявите об этом швейцару, он Вам выдаст доллар» (по материалам проф. И.Л. Стернина, Воронежский университет). Что здесь лучше, что хуже – трудно сказать. Просто *разные* культуры.

Иван Ильин, рассуждая о русском национальном характере, заметил: «Россия одарила нас огромными природными богатствами, и внешними, и внутренними; они неисчерпаемы». От того-то «в нас разлита некая душевная доброта, некое органическое ласковое добродушие, спокойствие, открытость души, общительность. Русская душа легка, текуча и певуча, щедра и нищелюбива, – «всем хватит и ещё Господь пошлёт»... Вот они – наши монастырские трапезы, где каждый приходит, пьёт и ест, и славит Бога. Вот оно наше широкое гостеприимство... Да, благодушен, лёгок и даровит русский человек: из ничего создаст чудесное; грубым топором – тонкий узор избяного украшения; из одной струны извлечёт и грусть, и удадь. И не он делает, а как-то «само выйдёт», неожиданно и без напряжения; а потом вдруг бросится и забудется. Не ценит русский человек своего дара; не умеет извлекать его изпод спуда, беспечное дитя вдохновения; не понимает, что талант без труда – соблазн и опасность. Проживает свои дары, проматывает своё достояние, пропивает добро, катится вниз по линии наименьшего сопротивления. Ищет лёгкости и не любит напряжения: развлечётся и забудет; выпашет землю и бросит; чтобы срубить одно дерево, погубит пять. И земля у него «Божия», и лес у него «Божий»; а «Божье» – значит «ничьё»; и потому чужое ему не претно. Не справляется он хозяйственно с бременем природной щедрости» [10]. Такая, вот, «пассивность», идущая, как ни странно, от природного русского богатства.

Когда Анна Вежбицкая говорит о пассивном отношении русских к жизни, она имеет в виду, скорее, не вечную русскую тоску, а уныние. Уныние, действительно бездеятельно. Тоска – нет. Именно тоска заставляет человека что-то сильно менять в своей жизни или хотя бы предпринимать шаги к её изменению. Ещё одно отличие тоски от подобного ему чувств заключается в том, что тоска, если и *накатывает*, то *охватывает* человека полностью. Она воспринимается тогда как болезнь, которая может причинить даже физическую боль: она может *придавить*, *навалиться*, *угнетать*, *сжать сердце*. Тоска *зелёная* – это тоже болезненное состояние. Бывает и *смертельная тоска*. Но более всего тоска, конечно, относится к внутреннему состоянию человека. Русская тоска – это не чувство, это – «состояние души», которое более всего отражает «русский надрыв».

Слово *надрыв* в русском языке производно от глаголов *надорвать* (*надрывать*) и *надорваться* (*надрывать*), значения которых толкуются следующим образом: 1) связанное с частичным физическим разрыванием (*надорвать лист бумаги*); 2) связанное с повреждением от чрезмерного усилия (*надорвать голос*, *надорваться*, *поднимающая тяжесть*); 3) связанное с изнурением физическим или нравственным (*внутренне надорвалась*). В русском

языковом сознании довольно устойчивы и словосочетания *надрывать сердце* и *надрывать душу*, соотносимые в своём толковании с душевными муками.

Собственно говоря, именно этими словосочетаниями будет переводиться на русский язык сильное эмоциональное состояние, испытываемое человеком иной национальности и зафиксировавшим это на своём языке, ср.: «*O, Alan!*» said I, *to think of it! Over there, there's all that heart could want waiting me; and the birds go over, and the boats go over – all that please can go, but just me only! O, man, but it's a heart-break!*» (Robert Louis Stevenson. *Kidnapped* (1886)) – «*Ах, Алан, вдуматься только! – сказал я. – Вон там меня ждет все, что душе угодно, птицы летят туда, лодки плывут – всякому, кто пожелает, путь свободен, одному лишь мне нельзя! Прямо сердце надрывается!*» (Роберт Луис Стивенсон. *Похищенный* (М. Кан, 1967)).

Если в этом случае русский вариант и английский имеют хотя бы приблизительные лексические параллели, то с переводом русского слова *надрыв* этого не наблюдается. Параллельный русско-английский корпус даёт всего два примера, но оба весьма показательны в отношении принципиальной непереводаемости на другие языки русского существительного *надрыв* и столь же явной его лексической «безэквивалентности», ср.: *And sometimes trains would cry in the monstrously hot and humid night with heartrending and ominous plangency, mingling power and hysteria in one desperate scream.* (Vladimir Nabokov. *Lolita* (1955)) – *И порою, в чудовищно жаркой и влажной ночи, кричали поезда, с душевраздирающей и злоецей протязностью, сливая мощь и надрыв в одном отчаянном вопле.* (Владимир Набоков. *Лолита* (В. Набоков, 1967)); *There's no one here. "She said the words with a queer, strained emphasis. "Didn't you see that 76 station back there?"* (Stephen King. *Children Of The Corn* (1977)) – *Нем, нет здесь никаких людей! – в голосе появился надрыв. – Ты заправочную видел?* (Стивен Кинг. *Дети кукурузы* (С. Мануков, 1989)).

Дело в том, как справедливо полагает И. Б. Левонтина, что для существительного *надрыв* словари дают значения, которые соответствуют значениям этих глаголов, но не соответствует истине. «Неверно было бы сказать, что *душевный надрыв* – это когда *душа надрывается*. Семантическое соотношение здесь иное, чем в парах *терзать* (*терзаться*) – *терзание* или *надломить* (*надломиться*) – *надлом*. Особенно показательны сравнение похожих по структуре слов *надрыв* и *надлом*. *Надлом* – результат действия тяжелых жизненных обстоятельств на внутренний мир человека, некое нарушение в этом внутреннем мире, мешающее человеку нормально справляться с жизнью. *Надрыв* же – это не результат, а само проявление, и не внешних обстоятельств, а внутренней экзальтации человека [11, С. 248-249].

«Новый толково-словообразовательный словарь русского языка» Т.Ф. Ефремовой, однако, как будто намекает на такую лексикографическую интерпретацию, давая её под пометой *перен.*, ср.: «перен. Возбужденность, неестественность, болезненность в проявлении какого-л. чувства» [12]. Но, осмелимся предположить, что полностью семантику всего слова эта дефиниция всё-таки не передаёт.

«Слово *надрыв* принадлежит к числу наиболее ёмких, выразительных, укоренённых в русской культуре и потому плохо поддающихся переводу, – пишет И.Б. Левонтина. – В этом слове, помимо идеи напряжения всех сил, есть и некое мазохистское самолюбование, и истерическая исповедальность» [13, с. 248]. *Надрыв* – это неконтролируемый всплеск эмоций или слишком интенсивное их проявление. При слишком форсированном изъяснении

чувств, которое часто отличается излишней театральностью, человек способен открыть посторонним людям самое сокровенное, то, что совершенно открывать не нужно. В таком случае человек начинает заниматься самокопанием и находить в себе то, чего там вовсе и нет. Прекрасно иллюстрируют это строки Льва Лосева, который перечисляя приметы безумной русской жизни, как-то написал: «И ещё он сказал, распаяясь: / «Не люблю этих пьяных ночей, / Покаянную искренность пьяниц, / **Достоевский надрыв стукачей**, / Эту водочку, эти грибочки ...». Выражение «*Достоевский надрыв стукачей*» ярко передаёт сущность того, что такое *надрыв*. Нужно сказать, что само слово *надрыв* и прижилось с «лёгкой руки» Ф.М. Достоевского. Целая часть романа «Братьев Карамазовых» так и называется – «Надрывы». Надрыв сродни истерике, но это не истерика, это – вымученная страсть, на которую «срываются» – от тоски, от безысходности, от задвленности жизнью, да мало ли причин в русской жизни... Ирина Левонтина считает, что поздний Достоевский, найдя и употребив это слово, в некотором смысле вывел одну из фундаментальных категорий поведения и мышления русского разночинца. К сожалению, одной из черт подобного поведения стало демонстративное пьянство. В алкогольном омуте «изливали душу» представители новой эстетики.

Но XX век, полагает Ирина Левонтина, сообщил слову *надрыв* новую интонацию. Для Достоевского *надрыв* был ещё интересен и эстетически привлекателен, сейчас же он часто, но не всегда, оценивается как безвкусица. Если про человека говорят, что он «с надрывом», то это не положительная характеристика. Однако если говорят, что он «живёт на надрыве» – это, скорее, свидетельствует о жалостливом отношении к объекту речи, а потому положительная оценка всё-таки присутствует. *Жизнь на надрыве* – это жизнь на пределе сил и физических, и душевных. Вряд ли, русский человек, который вечно тоскует по воле, и которому вечно её не хватает, может относиться отрицательно к «жизни на надрыве» – ведь это его – русская – жизнь. И тут ни при чём политика или форма государственного правления в России. Меняются эпохи, меняются государственные режимы и правительства в России, а русский человек всё тот же, всё так же тоскует о неизведанном. Как-то один из западных политиков сказал, что единственный урок, который нужно извлечь Западу из семидесятилетней коммунистической истории России да и истории России вообще, – это то, что русский человек не поддаётся переделке. Это верно: русский человек, несмотря ни на что, на протяжении многих веков остаётся верен своим чувствам и традиционным чертам характера.

Список литературы

1. Wierzbicka A. Duša (» soul), toska (» yearning), sud'ba (» fate): three key concepts in Russian language and Russian culture // *Metody formalne w opisie języków słowiańskich*. Białystok, 1990.
2. Ожегов С.И. Словарь русского языка. Изд. 20-е. М.: Русский язык, 1988.
3. Черных П.Я. Историко-этимологический словарь русского языка. В 2 тт. М.: Русский язык, 1993.
4. Урысон Е. Тоска 1 // Новый объяснительный словарь синонимов русского языка. Первый выпуск. М.: Языки русской культуры, 1997.
5. Стефанский Е. Е. Славянский ANGST / Е.Е. Стефанский // *Аксиологическая лингвистика: проблемы и перспективы*. Тезисы докладов международной научной конференции 27 апреля 2004 года. – Волгоград: Колледж, 2004. – С.102-105
6. Урысон Е. Тоска 1 // Новый объяснительный словарь синонимов русского языка. Первый выпуск. М.: Языки русской культуры, 1997.
7. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. М.: Русские словари, 1996. – 416 с.
8. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово/Slovo, 2000. – 624 с. [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/Ter/_22.php]
9. Павловская А.В. Как делать бизнес в России. Путеводитель для деловых людей. М.: МААЛ, 1999. – 96 с. [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [http://www.elitarium.ru/2003/12/24/page,1,kak_imet_delo_srusskimi.html]
10. Ильин И.А. О России. Три речи: И. А. Ильин. Наши задачи. Статьи 1948-1954. Том I. М.: Айрис-Пресс. 2008. – 528 с. [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [<http://www.litmir.net/br/?b=12475>]
11. Левонтина И.Б. Достоевский надрыв // Зализняк А.А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира. Сборник статей. – М.: Языки славянской культуры, 2005. – С. 248-258.
12. Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. – М.: Дрофа; Русский язык, 2000. – 1233 с.
13. Левонтина И.Б. Достоевский надрыв // Зализняк А.А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира. Сборник статей. – М.: Языки славянской культуры, 2005. – С. 248-258.

СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ В СОСТАВЕ УСЛОЖНЕННЫХ АНАЛИТИЧЕСКИХ ФОРМАНТОВ

К. М. Карымбаева

Доцент Таразского государственного педагогического института, к.ф.н.

STRUCTURAL PECULIARITIES IN COMPLEX ANALITICAL FORMANTS

Karymbaeva Kulzinat Meirambaevna, Senior teacher of State Pedagogical Institute

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются закономерности формирования усложненных аналитических формантов в казахском языке. Цели исследования заключаются в том, чтобы выявить закономерности формирования в развитии усложненных аналитических формантов глагола. В ходе исследования были использованы методы описания, морфемного анализа, сравнения, семантического анализа.

Ключевые слова: аналитический формант, абстракция, модальность, репрезентация.

ABSTRACT

The article observes the regularities of complex analytical formants development in Kazakh language. The subject of investigation is the complicated analytical format, which fulfills grammatical function in the language. During the investigation were used the methods of description, morpheme analysis, comparison, semantical analysis.

Key words: analytical formant, abstraction, modality, representation.

КҮРДЕЛЕНГЕН АНАЛИТИКАЛЫҚ ФОРМАНТТАР ҚҰРАМЫНДАҒЫ ЕРЕКШЕЛІКТЕР

Тілдегі грамматикалық көрсеткіштердің көбі-лексикалық бірліктердің грамматикалық дамуға түсуінің нәтижесінде пайда болып, тілде қалыптасқаны ғылымда әбден анықталған мәселе. Белгілі түрколог Н.К.Дмитриев өзінің «Грамматика башкирского языка» атты еңбегінде осы мәселені «Грамматическое развитие слова» деген тақырыпта талдаған. Н.К.Дмитриев сөздің грамматикалық даму жолында 4 сатыны көрсетеді, олар: 1) дербес сөз не жеке сөз, 2) көмекші сөздер, 3) шылаулар (послелоги), 4) қосымшалар [1, 48]. Ғалым грамматикалық дамуға түскен сөздер осы сатылардан өтеді деп, олардың әрқайсысының өзіндік белгілерін атаған. Бұдан грамматикалық даму дербес сөздің абстракциялануы арқылы ғана жүзеге асумен тоқталмайтыны байқалады. Бірақ ғылыми зерттеулерде грамматикалық дамудың жоғары сатысы саналатын қосымшалардың әрі қарай тағы да түрлі өзгеріске түсетіні дәлелденіп жүр. Мысалы, құранды қосымшалар осының дәлелі бола алады [2,32].

Сол сияқты ғылымда көптен танылған аналитикалық форманттар-тілдегі грамматикалық көрсеткіштердің бір түрі, ал аналитикалық форманттардың кейінгі дамуынан күрделенген аналитикалық форманттар пайда болған. Бұдан аналитикалық форманттардың іштей айырмасы барын көреміз. Аналитикалық форманттардың ішкі айырмашылығы оның құрамына, құрамындағы морфемалардың ерекшелігіне байланысты. Осы тұста ескертетін жайт аналитикалық форманттар туралы зерттеуді алғаш бастаған Н.Оралбаеваның еңбегінде 13 күрделенген аналитикалық формант көрсетілген екен [3,41]. Талдауға түскен мысалдарға жасалған талдау тілде қазір 38 күрделенген аналитикалық формант қолданылатынын анықтады, олар: - *n қала жазда, -n кете жазда, -n қала жаздап барып қал, -n кеп жібер, -n кеп қал, -n кеп кет, -n кете бер, -n ала бер, -n қала бер, -n шыға бер, -n кеп бер, -n кеп түс, -n кеп ал, -n шыға кел, -n шыға түс, -n қоя бер, -n қалы келе жат, -n ала қой, -n ала жөнел, -iйн деп тұр, -iйн деп отыр, -iйн деп жатыр, -iйн деп жүр, -iйн деп жат, -n сала бер, -n жүре бер, -iйн деп келеді, -iйн деп барады, -iйн деп кет, -n келе жат, -n бара жат, -n кетіп бара жат, -n келе жатыр, -n бара жатыр, -n болып қал, -iйн деп қал, -a алмай қал, -ca игі еді.*

Осы аталған күрделенген аналитикалық форманттардың құрамын талдау олардың кез келген жалаң форманттардан біріге салмайтынын көрсетті. Жалпы алғанда 38 күрделенген аналитикалық форманттың құрамында 76 жалаң аналитикалық формант болуға тиісті еді, іс жүзінде олардың құрамында 34 жалаң аналитикалық формант бары белгілі болды. Басқаша айтқанда, 34 жалаң аналитикалық формант қана күрделену әрекетіне бейімді болғаны байқалды, олар мыналар: - *n кел, -e жат, -e жатыр, -n бар, -n сал, -a бер, -n қой, -n қал, -n жібер, -n кет, -n бер, -n бол, -iйн де, -n тұр, -n жатыр, -n отыр, -n жүр, -a қой, -a жөнел, -a жазда, -a алма, -n ал, -a ал, -a қал, -ca игі, - еді, -n шық, -a сал, -a кел, -n түс, -n келеді, -n барады, -n жат, -қалы кел.*

Осылардың ішінде тек күрделенген аналитикалық форманттың бірінші сыңар қызметіндегілер-8 формант, екінші сыңар қызметінде 18 формант қолданылады, ал күрделенген аналитикалық форманттың екі сыңарының да

қызметін атқаратындар-8 формант. Оларды жинақтап айтсақ, күрделенген аналитикалық форманттың бірінші сыңары ретінде 16 формант, екінші сыңары ретінде 26 жалаң аналитикалық формант қолданылған. Бірінші сыңардағы жеті формант қана бір-бір күрделенген аналитикалық формант құрамында қолданылған, қалғандары екіден сегізге дейін күрделенген аналитикалық формант жасауға қатысқан. Осылардың ішінде екі формант сегіз-сегізден он алты күрделенген аналитикалық формант жасаған. Олар: - *n кел (-n келе жат, -n келе жатыр, -n кеп қал, -n кеп жібер, -n кеп кет, -n кеп бер, -n кеп ал, -n кеп түс) және -iйн де (-iйн деп қал, -iйн деп барады, -iйн деп келеді, -iйн деп тұр, -iйн деп жатыр, -iйн деп жат, -iйн деп отыр, -iйн деп жүр). -n бар, -n ал* форманттары үш-үштен алты күрделенген аналитикалық форманттың жасалуына ұйытқы болған, - *n кет* форманты арқылы екі күрделенген формант жасалған. Бұл тек бес жалаң аналитикалық форманттың өзі 24 күрделенген аналитикалық формант жасағанын көрсетеді және оларды өте өнімді форманттар деп санауға тірек бола алады. Тілдік осы дерек күрделенген аналитикалық форманттың бірінші сыңары оны жасауда ұйытқы, негізгі қызмет атқаратынын көрсетті.

Бұған күрделенген аналитикалық форманттың екінші сыңарына жасалған талдау да мүмкіндік берді. Өйткені екінші сыңар қызметіндегі 6 формант 21 күрделенген аналитикалық формант құрамында қолданылған, оның ішінде - *e бер* форманты 7 (- *n сал, -n қал, -n кет, -n ал, -n жүр, -n шық, -n қой*), - *n қал* 4, - *e жат, -e жатыр* үш- үштен 6, - *n бар, -n кел* екі- екіден 4 күрделенген аналитикалық формант құрамында кездеседі. Осы талдау күрделенген аналитикалық формант құрамындағы бірінші формант негіз қызметінде, екінші формант оны түрлендіруші, мағынасын кеңейтуші, толықтырушы қызметін атқарып, бірінші сыңардың екінші сыңарды өзіне тартып, оның мағынасының абстракциялануына әсер еткен деген тұжырым жасауға негіз болды. Бұл тұжырым түркі тілдерінің, оның ішінде қазақ тілінің грамматикалық құрылысының заңдылығына сай келеді. Бұл тіліміздің жалғамалылық қасиетіне байланысты.

Сөзге бірнеше грамматикалық көрсеткіш тілде қалыптасқан заңдылық бойынша жалғанғанда, алдымен, сөзжасамдық жұрнақтар, одан кейін көптік, тәуелдік, септік, жіктік жалғаулары жалғанады. Сол сияқты аналитикалық форманттардың да сөзде орны, олардың орналасу тәртібі бар. Әдетте түбір етістікке алдымен қимылдың өту сипаты категориясының форманты, одан соң модалдылықтың форманты, одан кейін шақ форманты жалғанады. Мысалы, *кетіп қала қойғым келіп еді*. Осы аналитикалық формалы етістікте 4 аналитикалық формант бар, оның ішінде - *n қал, -a қой* форманттары- қимылдың өту сипаты категориясының көрсеткіштері, - *ғым кел-* рай форманты, - *іп еді-* қатыстық өткен шақ форманты. Мұнда алдымен мағынасы кең категорияның көрсеткіші, рай- одан гөрі мағынасы тар категория, сондықтан оның форманты кейін орналасқан, шақ категориясының мағынасы нақты, жеке мағына, оның көрсеткіші ең соңында орналасқан. Сөйтіп, әр форманттың мағынасы алдындағы мағынаны толықтырып, онымен байланысты қолданылады. Мұнда қатар қолданылған форманттардың мағына байланысының болуы талап етіледі, соңғысы алдыңғысының мағынасын

жалғастырады. Бұл арада күрделенген аналитикалық форманттар мағынасы байланысты жалаң аналитикалық форманттардың ұзақ уақыт сөзде қатар қолданылуынан қалыптасқан деген тұжырымды ұсынып отырмыз. Мағынасында байланыс жоқ, қимылдың жасалуындағы жалғастықты білдірмейтін аналитикалық форманттар бір-бірімен бірікпейді, күрделенбейді. Оны кез келген күрделенген аналитикалық форманттың құрамынан аңғару қиын емес. Мысалы, *күн жылыын деп тұр* дегенде –*йін* де форманты жылуға ыңғайлануды, *-п тұр* форманты жылуға ыңғайланудың әрекет үстінде екенін білдірген, тұтас алғанда, жылуға бет алудың іске асуы басталғаны білдірілген. Сол сияқты *жылап қоя берді* дегенде жылаудың тез басталып, жалғасып жатқаны берілген.

Мұнда күрделенуге қажетті жағдай сөз болды.

Келесі мәселе-мағыналары байланысты жалаң аналитикалық форманттардың күрделенуі туралы. Жалпы заңдылық бойынша тілдік көрсеткіштердің бірігуінің екінші жағдайы олардың ұзақ уақыт қатар қолданыла келе мағыналарының абстракциялануы нәтижесінде екі көрсеткіштің мағынасының жалпыланып, бір мағынаға

көшуі олардың бірігіп, бір мағыналы көрсеткішке айналуына әкеледі. Аналитикалық форманттардың күрделену жолы осы заңдылыққа толық бағынады. Бұны әр түрлі күрделенген аналитикалық форманттың құрамын талдау арқылы дәлелдей түсуге болады.

Қорыта айтқанда, күрделенген аналитикалық форманттар-грамматикалық дамудың нәтижесінде қалыптасқан грамматикалық бірлік, ол грамматикалық бірліктердің тілдің грамматикалық құрылысына сай заңды бір түрі.

Пайдаланылған әдебиеттер:

- 1 Дмитриев Н. К. Грамматика башкирского языка. – Л-М: Изд.АН СССР, 1948.-с.276.
- 2 Ысқақов А. Қазіргі қазақ тілі. Морфология. –Алматы: Мектеп, 1991. –383 б.
- 3 Оралбаева Н. Қазіргі қазақ тіліндегі етістіктің аналитикалық форманттары. –Алматы: Мектеп, 1975. –136 б.
- 4 Қарымбаева К.М. Қазақ тіліндегі аналитикалық етістік. –Тараз, 2014. -120 б.

СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ КОЛЛОКАЦИЙ С ПОЗИЦИЙ ПРИНЦИПА СИНТАКСИЧЕСКОЙ СОЧЕТАЕМОСТИ

Киверник Наталья Юрьевна

аспирант Челябинского государственного педагогического университета

COMPARATIVE ANALYSIS OF RUSSIAN AND ENGLISH COLLOCATIONS FROM THE STANDPOINT OF THE PRINCIPLE OF SYNTACTIC CO-OCCURRENCE

Kivernik Natalya, post-graduate of Chelyabinsk State Pedagogical University, Chelyabinsk

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена исследованию некоторых особенностей синтаксической сочетаемости коллокаций в русском и английском языке. В качестве примера рассматриваются члены синонимического ряда с общей дифференциальной семой.

ABSTRACT

The article is devoted to the study of some features of syntactic combinability of collocations in Russian and English. As an example, are considered members of synonymic series with general differential seme.

Ключевые слова: синтаксическая сочетаемость, синонимические ряды, семантико-смысловая группа, сочетаемостные ограничения.

Key words: syntactic combinability, synonymic series, semantic group, co-occurrences restrictions.

Рассматривая коллокации с позиций синтаксической сочетаемости, обращаем внимание на термины «активная синтаксическая сочетаемость» и «пассивная синтаксическая сочетаемость», введенные Т.М. Дорофеевой: «Если активная синтаксическая сочетаемость определяется, как способность слова иметь при себе зависимые распространители, то пассивная синтаксическая сочетаемость – это способность слова присоединяться к другому слову, быть в подчиненном, зависимом положении» [2, с.18-19].

В качестве материала для выбора сочетающихся конструктов коллокаций называем синонимические ряды. Полагаем, что для классифицирования коллокаций с позиций синтаксической сочетаемости следует анализировать синонимические ряды прилагательных. Наш выбор обусловлен следующим. Основываясь на частеречной классификации коллокаций, отмечаем, что в мы рассматриваем атрибутивные конструкции, конструктами которых являются прилагательное и существительное, где существительное является главным словом по морфологическим свойствам, т.к. в русском языке прилагательные согласуются с ним. Поскольку коллокации относятся к классу

словосочетаний, мы считаем корректным классифицировать их по вопросу, относя изучаемые нами атрибутивные конструкции к определительным словосочетаниям, обозначающим предмет и его признак. Валидность нашей позиции обусловлена тем, что «в рамках атрибутивных синтагм прилагательное выступает в качестве определяющего члена или атрибута, называя какой-либо признак определяемого слова» [3], а так же тем, что Н.С. Валгина называет общие атрибутивные отношения определительными» [1]. Основываясь на сказанном выше, утверждаем, что в атрибутивных конструкциях прилагательное является зависимым распространителем, зависимость которого носит не семантический, а морфологический характер. Отмечаем, что в атрибутивных конструкциях, в общем, и в атрибутивных коллокациях, в частности, прилагательное следует рассматривать как смыслообразующий компонент, поскольку «словосочетание, как и слово, выполняет номинативную роль, т. е. роль называния различных компонентов действительности: предметов, действий, признаков, состояний и проч., но при этом словосочетание выполняет эту роль, выражая более детализиро-

ванную информацию, чем слово [1]. Таким образом, отмечаем, поскольку детализация информации, в нашем случае – признака называемого существительного – обеспечивается именно прилагательным, считаем корректным и логичным анализировать синонимические ряды прилагательных, как потенциальных коллокатов, участвующих в создании семантико-смысловой группы, выражающей более детализированную информацию.

Таким образом, основываясь на сказанном выше, предлагаем выделять в корпусе атрибутивных коллокаций сильные и слабые знаки, определяя *сильные коллокации* как единицы, в которых распространяемое существительное для создания семантико-смысловой общности и детализации информации сочетается только с одним членом синонимического ряда; *слабые коллокации* – как единицы,

в которых распространяемое существительное сочетается более, чем с одним, но не со всеми членами синонимического ряда. Рассмотрим на примерах. Членами синонимического ряда с общей дифференциальной семой «такой, который произойдет или случится вскоре», способными выступить в роли распространителей с атрибутивной функцией в соответствующей семантико-смысловой группе для детализации информации, являются такие прилагательные как «грядущий», «будущий», «предстоящий» и др. [4]. Анализ словарей и контекстуального использования этих прилагательных в различных печатных источниках позволили выделить словосочетания, которые можно определить коллокациями, относящимися к определенным подвидам – сильным и слабым (см. таблицу 1).

Таблица 1

Подвиды коллокаций		
Грядущий / Грядущие	Предстоящий / Предстоящие	Будущий / Будущие
События, сезон, договор, траты		
-	<i>доход</i>	
<i>сон</i>	-	
<i>годы</i>		
-	-	<i>муж</i>
<i>тест</i>		-

Из примеров, приведённых в таблице следует, что члены названного синонимического ряда могут сочетаться с различными существительными – «события», «сезон», «договор», «траты», «сон», «годы», «тест», «муж» и др. Анализ научной и художественной литературы продемонстрировал, что прилагательные «грядущий», «будущий» и «предстоящий», как члены одного синонимического ряда могут выступать конструктами как обычных словосочетаний, так и коллокативных. Данный вывод следует из того, что с такими существительными, как «события», «сезон», «договор», «траты» может сочетаться любое из названных прилагательных, создавая семантико-смысловую общность и детализируя информацию *без каких-либо сочетаемостных ограничений*. Такие словосочетания определяются свободными лексически неограниченными.

Однако, анализ названных прилагательных на предмет образования ими коллокаций позволил выделить сочетаемостные ограничения каждого прилагательного, позволяющие назвать сильные и слабые коллокации. Из таблицы № 1 видно, что коллокация «грядущий сон» представляет собой сильную коллокацию, т.к. в ней распространяемое существительное для наращивания детализирующей семы, обозначающей событие, которое произойдет скоро, может сочетаться только с одним из членов синонимического ряда.

Ну, братцы. – сказал Пугачев. – Затянем-ка на сон грядущий мою любимую песенку (А.С. Пушкин «Капитанская дочка»).

Нами не были обнаружены словосочетания, в которых атрибутирующую функцию в данной семантико-смысловой группе выражали бы другие члены этого синонимического ряда. Так же сильной коллокацией является сочетание *будущий муж*.

Узнай, каким будет твой будущий муж (Он-лайн тест. <http://www.fatelines.net>).

Причисление данной коллокации к группе сильных обусловлено тем, что для передачи соответствующего смысла существительное «муж» не употребляется в окружении с другими членами исследуемого синонимического ряда кроме прилагательного «будущий».

Члены рассматриваемого синонимического ряда так же являются коллокатами в слабых коллокациях, распространяя существительные «доход», «годы», «тест» и др. Например, рассматривая существительное «тест» на его совместимость с членами синонимического ряда следует отметить, что он не сочетается с прилагательным «будущий», т.к. словосочетание «будущий тест» можно определить как семантически некорректное соединение слов, однако его сочетание с прилагательными «предстоящий» и «грядущий» позволяют определить их коллокатами, поскольку распространяя существительное, они составляют с ним корректную семантико-смысловую группу, представляющие собой коллокации – *предстоящий тест, грядущий тест*. Подобная ситуация наблюдается с существительным «годы».

В предстоящие годы вьетнамско-азербайджанские связи по всем направлениям еще более укрепятся (Большой ближний Восток. <http://kavpolit.com>)

В годы грядущие климат и погода резко изменятся («Наука и Жизнь». <http://www.nkj.ru/archive/articles>).

Годы грядущие таятся во мгле (А. С. Пушкин).

Коллокативность этих словосочетаний, т.е. корректность определения их как свободные лексически ограниченные словосочетания, обусловлена тем, что место распространителя не может быть заполнено *любым* членом синонимического ряда, т.е. есть ограничения.

В английском языке рассматривая коллокации с позиций принципа синтаксической сочетаемости, мы так же выделили сильные и слабые конструкции на примере анализа прилагательных с общей дифференциальной семой «showing no signs of being under control». В названном синонимическом ряду выделено несколько прилагательных. Обладающих максимально общей семой – **abandoned**, unoccupied, disused, uninhabited. Однако дальнейший более подробный анализ продемонстрировал, что некоторые члены синонимического ряда могут сочетаться с большим количеством существительных. А некоторые с достаточно ограниченным кругом, что так же позволяет выделить и слабые, и сильные коллокации.

The authors provide compelling arguments for saving the abandoned generation of college students (<http://www.thesaurus.com/browse/abandon>).

*After several summers in those sundrenched hills, I for-
ked over my savings and bought an **abandoned** house*
(<http://www.thesaurus.com/browse/abandon>).

*With no research funding for 8 years,
I've **abandoned** mathematical studies.*

*Ever-growing population eyes traditionally
uninhabited lands*
(<http://www.thesaurus.com/browse/abandon>).

*These new life forms, not knowing any better, snuck in
to take advantage of prim **uninhabited** real estate*
(<http://www.thesaurus.com/browse/abandon>).

*Better burglarizing of **unoccupied**
houses than robbing and mugging*
(<http://www.thesaurus.com/browse/abandon>).

*People have always had a fascination with **disused**
railway lines and stations*
(<http://www.thesaurus.com/browse/abandon>).

Из приведённых примеров видно, что прилагатель-
ное *abandoned* сочетается с большим количеством суще-
ствительных, что обуславливает его определение либо,
как коллоката слабых конструкций, либо как члена некол-

локативных сочетаний. В то время как члены этого же си-
нонимического ряда *uninhabited*, *unoccupied* и *disused* об-
ладают более с сильной синтаксической сочетаемостью.

Значимость предлагаемой классификации в компа-
ративной лингвистике обусловлена тем, что количествен-
ная представленность сильных и слабых коллокаций в
русском и английском языке позволит сделать вывод, в ка-
ком языке в атрибутивных словосочетаниях сочетаемост-
ные ограничения более строгие, что, в свою очередь, поз-
волит констатировать, в каком языке степень потенциаль-
ной взаимозаменяемости слов в рамках атрибутивных
словосочетаний ниже.

Список литературы:

1. Валгина, Н.С. Синтаксис современного русского
языка: Учебник – М.: Агар, 2000. – 416 с.
2. Дорофеева Т.М. Синтаксическая сочетаемость рус-
ского глагола. М.: Русский язык, 1986. – С. 18-19
3. Лингвистический энциклопедический словарь
[Текст] / под ред. В. Н. Ярцевой. – М.: Сов. энцикл.,
1990. – 685 с.
4. Merriam Webster Online Dictionary: MWD. Элек-
тронный ресурс. – Режим доступа:
<http://www.merriam-webster.com/>

ИНТЕРМЕДИАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТВОРЧЕСТВА УЛИЦКОЙ: ЭКФРАСИС В «СОНЕЧКЕ»

Коваленко Артем Александрович

Аспирант, Сибирский федеральный университет, Красноярск

INTERMEDIALNY ANALYSIS OF CREATIVITY BY ULITSKAYA: EKPHRASIS IN "SONECHKA"

Kovalenko Artem Aleksandrovich, Post-graduate student, Siberian federal university, Krasnoyarsk

АННОТАЦИЯ

В статье производится экфрастический анализ повести «Сонечка», одного из ранних произведений Л. Улицкой. Анализ позволяет концептуализировать художественно-философскую и эстетическую систему автора, раскрывая целостное полихудожественное пространство в системе культуры повести. Подобный анализ взаимодействия художественных образов или стилистических приёмов, поможет выстроить универсальную систему для более точной интерпретации автора. Ведущей оппозицией в фиктивной реальности повести «Сонечка» становится «белое: живое – неживое». Которое проявляется в творчестве Роберта Викторовича, - персонажа сборного из множества лиц художников второй половины XX века.

ABSTRACT

In the article is performed ekphrasis analysis of one of the early works by L. Ulitskaya the story "Sonechka". That type of analysis allows to conceptualize philosophical and esthetic pattern of the author, and helps to uncover complete polyart space in the cultural system of the story. Analysis of the interaction of artistic images or stylistic devices will allow creating universal system for more exact interpretation of the author. The leading opposition in the imaginary reality of the story "Sonechka" becomes "white: alive - lifeless". Which is shown in Robert Viktorovich's art, - one of the main characters in the novel, who is made up from a great number of personalities of artists of the second half of XX century.

Ключевые слова: экфрасис, мифопоэтика, белое, художник, объект софийности

Keywords: ekphrasis, mythopoetics, white, artist, object of a sofijnost

Творчество Л.Е. Улицкой зачастую рассматривается в контексте символизма. Символ и образность в творчестве писательницы осмыслились в работах М. Липовецкого, Т. Казариной, Н. Ивановой, И. Савкиной, Т. Прохоровой, С.И. Тиминой, Э. Мела, М. Бологовой, Р. Джаквинта и др. В своих произведениях, Л. Улицкая настойчиво обращается к архаичной и литературной мифологии. Сам факт заглавия антропонима повести «Сонечка» намекает на особое значение имени для Улицкой. К сожалению, исследование поэтики Улицкой не систематизировано: публицисты затрагивают лишь одну грань творчества автора, неважно, что берется за объект изучения: гендерный аспект, мифопоэтический или образная система. Обратимся непосредственно к анализу поэтики экфрасиса в рассказе «Сонечка».

Для отечественной культуры образ мудрой Софии, первоисток которой выступает христианская доктрина, переходит в художественную практику Серебряного века и впоследствии актуализируется в образе мудрой Девы в Новое время. Повесть Л. Улицкой «Сонечка» (1992) входит в парадигму новейших текстов, в той или иной мере обыгрывающих постулаты софиологии, наиболее известные работы: «Дом на набережной» (1976) Ю. Трифонова, «Соня» (1984) и «Река Оккервиль» (1985) Т. Толстой, «Софичка» (1995) Ф. Искандера [9, с.54].

Объект софийности, серьезно интересует Улицкую – недаром автор возвращается к этой проблематике спустя четыре года после публикации пьесы: «Мой внук Винниамин». Сонечки в тестах однотипны: «Огромные светлые глаза овцы. Овца. Овечка.<...> Она - сосуд. Личности в

ней почти нет» [12; С.86]. Сонечка Улицкой отлично входит в рамки, характеризующие её тёзок: добрые, «кроткие» женщины, способные помочь и выслушать, смиренно несущие свой крест, верящие в конечную победу добра [4, с.107]. «София обозначает то состояние мудрости, к которому восходит человек на протяжении истории и которое позволяет ему преодолеть грехопадение и достичь искупления» [10, с.25].

Миф в интерпретации Улицкой распадается на знаки, из которых писатель плетет собственный узор, приращивая к нему новый смысл. Улицкая старательно обогащает героиню атрибутами Мировой души. Сонечка – хранительница мудрости, но мудрость у Сонечки «бытовая», заключенная в эскапистских пределах литературных миров, героиня не способна видеть дальше художественных мотивов. Сонечка живет в неведении, в состоянии сна, полуобморока: «она впадала в чтение, как в обморок, оканчивавшийся с последней страницей книги», «полного непонимания игры, заложенной в любом искусстве». Параллели складываются с Соней авторства Т.Толстой, которая вступает в противоречие с традицией, утверждая что: «Соня была дура» (1987). Однако это не помешало Сонечке Улицкой выполнить роль основательницы нового дома-мира.

Развивающиеся впоследствии чувства материнства играют для Сони огромную роль: она боготворит свою дочь Татьяну, воспринимает её подругу Ясю как своего ребенка: «Была она (Яся) сирота, а Соня – мать». Для Сони не важна Ясина роль в семье. Вероятно, Соня даже догадывается о значении юной девушки для своего мужа, которого внезапно охватило порочное влечение. Соне хватило одного только взгляда на пробудившееся творчество супруга, чтобы идентифицировать истинную музу.

Последние штрихи внешнего облика Сони мы узнаем из портрета авторства супруга - Роберта Викторовича: «написанный на рыхлой грубоволокнистой бумаге нежной коричневой краской, сепией. Портрет был чудесный, и женское лицо было благородным, тонким, нездешнего времени. <...> уставившись в легкие извилистые линии рисунка, вдруг переставшего обозначать женское, а тем более ее собственное лицо <...>»

Пример экфрасиса с отсутствующим в реальной действительности референтом, но он позволяет взглянуть иначе на героев повести. Сепия - светло-коричневое красящее вещество, или оттенок коричневого света в теории цветов Гете (о которой говорят художники в произведении) [13]. Причисление Сони к «нездешнему времени» видится отсылкой к схожим героиням Серебряного века. Извилистые линии, позволяющие Соне узреть в портрете не только лицо протагонистки - очередной намек автора о мистическом «закмуренном третьем глазе» Сонечки, не позволяющему видеть истинность мотивов.

Портрет – это двойник изображаемого. В нашем случае в портрете нашли отражение лишь положительные качества. Интересно, что в рассказе «Брат Юрочка» описывается девушка, обладающая: «смуглой красотой, не то цыганской, не то индийской», «как от грубой мордатой медведицы произошел такой благородный отпрыск. Одно только было общим у матери и дочери — мускулистая полнота, не болезненная, а как раз та, про которую в деревне говорят: гладкая...»

Разница в том, что Соня на портрете: «благородная» - относительное и качественное прилагательное обозначающее происхождение из знатной, хорошей семьи. Важным в этой парадигме кажется описание из «нездеш-

него времени», достаточно вспомнить портреты Л.Н. Толстого в «Войны и мир», чтобы описание Улицкой заиграло цветами. «Благородная» «нездешнего времени», иначе говоря, бледнокожая. И этот утонченный женский образ – описывающий общие, сохранившееся в истории представления о женской красоте, не раз промелькнул в творчестве Улицкой. Именно такой нам предстанет образ Мур в повести «Наташе» или красавица Бронька в повести «Счастливые». Улицкая – мастер интерпретаций и умело описывает элементы с разных точек зрения. Однако женская утонченность не является двоякой величиной во взглядах героев. Она либо есть, либо её нет. Исключение представляет собой именно повесть «Сонечка», ведь до появления портрета девушки, Соня представлена исключительно непривлекательной персоной «с сухими ногами и отсиделым тощим задом».

Портрет – особый взгляд художника на объект: вопрос кого именно рисует художник – не возникает, ведь Роберт Викторович изображает человека, в которого влюбляется. Соня становится подлинной музой для избранника, известного художника. Самоидентификация Софьи означена встречей с мастером – центральным объектом повести. После свадьбы происходит душевное пробуждение героини, когда Соня, задумываясь о грядущем, мечтательно произносит: «кончится война и тогда проживем такой счастливой жизнью...». Но это пробуждение оказывается недолгим, библиотечный плен сменяется строгими домашними ритуалами: заботами о шкафах, салфетках, посуде. Весь свой пыл женщина вкладывает в кухонные заботы, приготовление еды, выражая полную преданность к окружающим её людям. Впоследствии это выскажется и в её облике в чертах быстро и «некрасиво стареющей» героини проступает «собачье выражение» – знак чрезмерной преданности, своему избраннику Роберту Викторовичу, который сильно охладел к своей супруге.

Исследователи в фигуре Роберта Викторовича видят сходные элементы со знаменитым живописцем Р. Фальком, самобытно соединившим в своем творчестве пути модерна и авангарда, или с В. Вейсбергом - известным мастером «неофициального искусства», изучавшего оттенки белого цвета. Так же как и реальные деятели нового искусства, Роберт пережил ссылки, унижение и непонимание.

Писательница не открывает полную биографию Роберта Викторовича отрывков, не покрытых туманом не много. Родился примерно в 1894 году, на момент первого года эвакуации (1941) Роберту было 47 лет. В детстве он носил имя Рувим, судя, еврей, семейство обосновались у побережья Днепра. До начала 30ти жил во Франции, занимался искусством и развивал свой творческий талант. Хорошо знаком с модернистскими течениями встречался с французским поэтом Аполлинером (1880 – 1918) – «лидером авангарда, автором термина «сюрреализм», «знакомился с Гауди», испанским «архитектурным гением» (1852 – 1926), славившимся своими модернистскими инновациями. Свободолюбив, легко теряет и заводит знакомства, «Был женолюбом и потребителем» к моменту знакомства с Сонечкой находился в некотором забвении «человек из подполья». «Жизнь в вымирающих галереях оккупированного Парижа вместе с его странными картинами, пережившими хулу, забвение, а впоследствии воскрешение и посмертную славу». Предвоенные годы жизни Роберта, имеют отшельнический характер, здесь и принудительное возвращение на Родину, последующее заключение. Разыгрывая мифопоэтический мотив героя: уединение, инициализация, возвращение [1, с.265]. При

этом отчётливо виден образ «Овидия» [3, с.47], отсылающего к биографиям всех творческих личностей: противопоставление себя власти, выбор между массовой популярностью и элитарностью, эпатаж, ссылка, использование образа мученика. В этой парадигме главная героиня – Сонечка, всего лишь катализатор героя и экфрастический анализ позволит более детально взглянуть на героев романа «Сонечка».

С момента появления Сонечки в жизни Роберта Викторовича происходят метаморфозы, это сказывается и на творчестве художника. Улицкая легко становится на сторону художника, позволяя читателям интерпретировать действительность с его точки зрения. Роберту в момент знакомства и сватовства с героиней мерещится дразнящая богиня: «Кибела снова дразнила его красным острым языком, и ее веселая свита, составленная из непотребных, страшных, но все сплошь знакомых ему женщин, кривлялась в багровых отсветах». Он художник, воспринимающий действительность через тысячелетние образы и цвета. Красный язык - Союз с Сонечкой, означает для Роберта Викторовича буквальное возвращение с «того света». Кибела – Великая мать богов, древнегреческая богиня плодородия и всего живого [2, с.138].

Роберт, поэт движимым женским началом. Игровые затеи художника получают признание в истории, бумажные композиции составляют основу нового жанра искусства, «что впоследствии назвали бумажной архитектурой», эксперименты и игры с выворачиванием пространства приносят славу декоратору: «макеты его прославились по всей Москве», отразившись на дальнейшем творческом успехе.

Бумажная архитектура - деятельность, связанная с идеями проектов, не выполняемых в материале. Считается искусством утопии, отражающим безграничную фантазию автора, являясь опытным полем формальных исканий художественного стиля [6, с.32]. В России бумажная архитектура развивалась к концу XX века, приходилась на 80-е, связана с ослаблением коммунистического режима и появлением творческого свободомыслия [11, с.45]. Отталкиваясь от однообразной, замурованной в страхе жизни столицы, художник в повести творит собственный мир-театр. У «скудного и унылого государства» отвоевывается индивидуальное пространство, где бы теперь не оказался мастер – его сопровождает свой Монмартр: «По случайному стечению квартирообменных обстоятельств Роберт Викторович оказался вблизи московского Монмартра, в десяти минутах ходьбы от целого городка художников».

Последующее возвращение Роберта в творчество связано с рождением дочери. «Вырезанных из дерева животных, скрученных из веревок летающих птиц, деревянных кукол с опасными лицами» <...> Очередной экфрасис, не нашедший в действительности референта. Любопытен момент негации: вырезанные, скрученные и как заключение - опасные. Куклы, которые даже не подходят для девичьих фантазий. Все эти игрушки были связаны с подрастающей дочерью – Татьяной, но сделаны они исключительно для Роберта, ведь девочка даже не запомнила этих работ, в отличие от мастера, который работал с «давно забытой творческой радостью». «Громоздкое сооружение с ручкой и множеством цветных дощечек, способных двигаться, трещать и производить смешную варварскую музыку» – подобие шарманки, сопровождающей трубадууров и труверов, воспевающих Прекрасную Даму, причастных гностической «ереси» [9, с.60]. Игровые затеи художника получают признание в истории, бумажные композиции составляют основу нового жанра искусства,

«что впоследствии назвали бумажной архитектурой», эксперименты и игры с выворачиванием пространства приносят славу декоратору: «макеты его прославились по всей Москве», отразившись на дальнейшем творческом успехе.

Следующая и заключительная муза Роберта Викторовича – Яся, подруга дочери Татьяны. Повергнув, слабого до отказов Роберта в грех, Яся тут же становится манной художника, который берется изучать девушку, а вместе с ней и оттенки белого. Заинтересованность в белом характерна для художников на заре XX века, когда идет переосмысление известных форм, путем разложения сложных начал на составляющие: «личико, которое было чудо белого, теплого и живого, и лицо это было основным тоном, из которого все производилось».

На примере Яси снова обыгрывается мотив вмешательства божественного - дразнящей Кибелы появляющейся в носочках из «красной шерсти» – в сюжете Тани и «красной матерчатой сумочки» с двумя учебниками – в линии Яси. С ней-то девушка и появится в мастерской художника, повергнув его в состояние «столбняка». Роберт Викторович сопрягает образ избранницы с белыми неподвижными предметами: кусками колотого сахара, «белой эмалированной кружкой», «белой фарфоровой сахарницей». Мотив белизны сочетается с образами чарующего холода: «Никогда не видел он такой лунной, такой металлической яркости тела».

Роберт персонаж сборный, и резонирующий с образами образ древних алхимиков. Тема мистической, псевдонаучной химии не раз вспыхивает в произведении, недаром беседы с молчаливой женой напоминают Роберту Викторовичу «касание к философскому камню» - главной загадкой всех алхимиков, ингредиент позволяющий изготавливать золото и даже избежать смерти. Вероятно, подсознательное стремление избежать вуали заката жизни и привела Роберта к попыткам осмысления «живого-мертвого» белого. Один из символов обозначающий философский камень – Уроборос змея, пожирающая сама себя, образ, прослеживающийся в грациозности Яси, которая на протяжении всего рассказа постоянно шуршит как чешуёй: «Платье Яси громко и шелково шуршало», особой мистификации в образ добавляет сравнение с персонажем Марины Влади из фильма «Колдунья». Обращает на себя внимание странный взгляд Яси: «глаза ее были опущены, пока она не вскидывала утяжеленные тушью ресницы, чтобы вымолвить, именно вымолвить со смиренно-королевской интонацией своей покойной матери». Тяжелые веки, скрывающие взор, связь с образом покойницы отсылают к сюжету «Вия», где актуализировано «масонское алхимическое учение о подземном жизненном духе» – Вие, «сочетающем в себе железо и «корни» [5, с.56]. Сравнение вносит дополнительные коннотации в семантику образа красавицы, соединяющем элементы дерева и металла.

Но Роберт в духе Гетевского Фауста обречен на поражение, истина казавшаяся так близко всегда оказывалась на шаг впереди её искателя и никакие ухищрения не помогут обмануть судьбу. «Лицо умершего было темным, как бы оплавленным, и только сложенные на груди руки сверкали ледяной белизной того сорта, который Роберт Викторович называл белое-неживое».

Поэтика повести, выстроенная на принципе зеркальности, парадирования культурных мифов прошлого, отнюдь не исчерпывается иронией. Авторская игра со знаками иных времен целью имеет изучение возможности и обратного пути - от знака к смыслу.

Текст «Сонечка» пронизывают многослойные художественные ассоциации, через которые, как через лабиринт, проходит читатель в поисках смысла. Символы являются всего лишь средством передачи мысли; их нельзя ошибочно отождествлять с классическим понятием содержания. Какие бы символы не казались привлекательными и интересными, главное – передаваемый автором смысл, символ – всего лишь средство для понимания. Экфрастический анализ помог определить, что стержнем мира в тексте является художник, путешествующий по лабиринту жизни, минуя эпоху за эпохой, мастер плурует в поисках красоты, истины и бессмертия. И постоянным катализатором для него оказываются женские образы, как круги на воде, замыкающиеся друг на друге, имея первообразом Великую мать, энергия которой – в основании жизни. Впрочем, несамодостаточность, цитатность современной женщины делает невозможным проявить и природное естество в полном объеме, от чего и терпят крах честолюбивые мечты героев.

Список литературы:

1. J.Campbell - The Hero with a Thousand Faces, New World Library.: 2008
2. Агбунов М. Античные мифы и легенды. Мифологический словарь –М.: 1994
3. Арская Ю.А. Абсолютное в деконструирующем сознании (парадигма творчества в русской и немецкой литературе постмодернизма)/ Ю.А. Арская/

диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук – 2007

4. Белов С.В. «Имена и фамилии у Достоевского», – М.: 1976
5. Вайскопф М. Птица-тройка и колесница души. М.:НЛЮ, 2003
6. Власов В.Г. Новый энциклопедический словарь изобразительного искусства: В 10 т. — Спб.: Азбука-классика, 2004-2009
7. Дени де Ружмон. Любовь и Запад // Новое литературное обозрение. 1998. № 31. С. 52-72.
8. Затонский Д.В. «Модернизм и постмодернизм. Мысли об извечном коловращении изящных и неизящных искусств»
9. Ковтун Н.В. «Сонечки в новейшей русской прозе: к проблеме художественной трансформации мифологии софийности» // Literature. № 53 (2). 2011.
10. Кожев А. Происхождение «антигуманизма», или «конец истории» - М.:НЛЮ №116 (4/2012)
11. Скижали-Вйс А.В.// Жанр архитектурной фантастики. Журнал «архитектор» М., 2005 №4
12. Улицкая Л. Сонечка: Повести и рассказы. – М.: Изд-во Эксмо, 2006.
13. Учение о цвете Й.В. Гете <<http://mikhailkevich.narod.ru/kyrs/Cvetovedenie/gete.htm>>

ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ МЕЖДУ ПАЦИЕНТОМ И ВРАЧОМ

Кравченко Лия Михайловна

канд. филол. наук, ассистент кафедры немецкой филологии Волгоградского государственного университета

INTERCULTURAL PROBLEMS IN DOCTOR-PATIENT COMMUNICATION

Kravchenko Liya, Candidate of Philological Sciences, Assistant, Department of German Language, Volgograd State University
АННОТАЦИЯ

Статья посвящена анализу основных проблем межкультурного общения между пациентом и врачом. Показана значимость межкультурного обучения как фактора повышения квалификации врача в условиях глобализации и интеграции. Перечислены составляющие межкультурной компетенции врача.

ABSTRACT

The article is devoted to the analyses of the main intercultural problems in doctor-patient communication. The role of intercultural education as a tool of improving the medical competence in the current times of globalization and integration is shown. Core intercultural abilities of a doctor are also listed.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, межкультурная компетентность, межкультурная сензитивность, профессиональная медицинская коммуникация.

Keywords: intercultural communication, intercultural competence, intercultural sensitivity, professional medical communications.

Межкультурная коммуникация - это междисциплинарная область теории и практики, объединяющая антропологов, культурологов, лингвистов, специалистов в области менеджмента, педагогов, психологов, социологов и философов, исследующих влияние межкультурного контекста на социальное взаимодействие, а также возможности повышения эффективности данного процесса. Тенденции к глобализации выступают катализатором процесса межкультурной коммуникации, которая осуществляется в самых разных сферах человеческой жизни: экономическое, политическое, военное сотрудничество, различного рода культурные события (выставки, фестивали и так далее), учеба за рубежом, мода, спорт, туризм. К числу важных тенденций в этой сфере возможно отнести расширение числа профессий, представители которых становятся объектом изучения; не стали исключением в этом смысле

и представители медицинских профессий, которые в условиях глобализации экономики и увеличивающейся миграции трудовых ресурсов во всем мире также нуждаются в повышении межкультурной компетентности. Необходимым условием высокого профессионализма врача является высокий уровень коммуникативной и межкультурной компетентности. Согласно точному наблюдению немецкого психолога Урсулы Леер, “старый врач говорит на латыни, молодой на английском, а хороший врач говорит на языке пациента” [3, с.VI].

В Германии как одной из поликультурных стран современной Европы с высокой долей мигрантов межкультурная компетенция становится предметом особого внимания: в немецких клиниках все чаще проводятся тренинги, организуются курсы, специальные образователь-

ные программы для врачей с целью повышения межкультурной сензитивности при профессиональном общении с пациентом, без которого невозможно качественное медицинское обслуживание [1,2,3].

Понятие межкультурной компетентности является многокомпонентным и представляет собой совокупность компетенций (лингвистических, социолингвистических, дискурсивных, социокультурных, социальных) в определенной сфере человеческой деятельности, необходимых для реализации коммуникативных намерений в процессе межкультурного общения.

В медицинской сфере проблемы профессионального общения между врачом и пациентом осложняются кроме того межкультурными различиями. В немецкие клиники обращаются пациенты различных национальностей; врачу приходится общаться с больными, принадлежащими к разным культурам, этносам и религиям. Одним из важных барьеров, который приходится преодолевать при общении людей разных национальностей, является лингвистический, или языковой, барьер. Однако для обеспечения эффективности общения между представителями разных культур преодоления языкового барьера недостаточно. При межкультурном взаимодействии врача и пациента, относящихся к разным национальностям, необходимо учитывать особенности национального характера, специфику эмоционального склада, национально-специфические особенности мышления, менталитета, восприятия окружающего мира, переживания времени и пространства, невербальные способы общения, ценностные ориентации, образцы поведения (обычай, нормы, роли), социальные группировки и отношения.

Врач с развитой межкультурной компетенцией должен иметь также представление о собственных культурно-обусловленных особенностях поведения и предубеждения, а также о том, каким образом они могут оказать влияние на восприятие пациента, его проблемы и отношения врач-пациент. Он должен быть способен осуществлять вмешательство в мировоззрение пациента в приемлемой и уместной с точки зрения особенностей культуры манере. Врач, обладающий межкультурной компетенцией, учитывает также особенности питания, существование языкового барьера, структуру семьи, роль медицинских специалистов, коммуникативные особенности (не/вербальные),

биокультурную экологию, значимые для пациента медицинские и духовные практики, принятые ритуалы и поведение в случае смерти, межкультурные различия в медицине, технологии репродукции человека, проблемы трансплантации органов и тканей человека, переливания крови.

Вот лишь несколько примеров культурно-обусловленных особенностей поведения пациентов-носителей разных культур:

„У японцев гипертрофированное стремление к соблюдению гигиены – без чистки полости рта они не могут существовать.“

„Южане чувствительнее к боли чем северные европейцы, или по крайней мере они выражают свои жалобы чаще и громче.“

„Пациентов из Турции всегда навещает вся их семья.“

„Любимая мозоль пациентов-мусульман – их религиозные традиции и верования, на которые можно неосторожно наступить при их лечении“ [1, с.7].

Проблема специалистов в области медицины заключается в том, что они убеждены в универсальности предоставления медицинских услуг, тогда как реальная практика сводит их с большим количеством культурно-разнообразных пациентов. В этих условиях только высокая межкультурная компетенция врача поможет установить доверительные отношения с пациентом, найти аргументы и факты, весомые для него, и составить план лечения, приемлемый для пациента.

Список литературы:

Knabe, E.; Weber, D. Interkulturelle Kompetenz in Kliniken. Themen, Praxiserfahrungen und Indikatoren. – Schriftenreihe Migration und Arbeitswelt. – Nr. 83. – Electronic text data. – Mode of access: http://www.migration-online.de/data/publikationen_datei_1325498929.pdf

1. Schön, A; Schrimpf, U. Fachkommunikation in der Medizin. Konzeption und Durchführung von Kommunikationskursen und E-Learning im Bereich „Fachsprache Medizin“ mit interkulturellem Fokus. – Electronic text data. – Mode of access: http://gfl-journal.de/1-2010/Schoen_Schrimpf.pdf
2. Schrimpf, U.; Bahnemann, M. Deutsch für Ärztinnen und Ärzte. Kommunikationstraining für Ärztinnen und Ärzte. Springer-Verlag: Berlin, 2012

СЕМАНТИЧЕСКИЕ, СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ “НАИМЕНОВАНИЕ ПРОФЕССИЙ” В ДРЕВНЕАНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Кузьмин Артем Александрович

аспирант Воронежского Государственного Педагогического Университета

SEMANTIC, WORD-FORMING AND STRUCTURAL PECULIARITIES OF LEXICO-SEMANTIC FIELD “NAMES OF PROFESSIONS” IN OLD ENGLISH

Kuzmin Artem, post-graduate at Voronezh State Pedagogic University, Tver region, Konakovo district

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена особенностям лексико-семантического поля “наименование профессий” в англо-саксонский период. В ней сделана попытка систематизировать и классифицировать единицы лексико-семантического поля, относящегося к профессиональной деятельности человека. Автором была произведена выборка материала по древнеанглийским корпусам и иным оригинальным лексикографическим источникам. В результате критического анализа в работе было выделено четыре группы лексико-семантического поля наименований профессий: *military, clergy, professionals* и *craft*.

Ключевые слова: англо-саксонский период, профессии, семантика

ABSTRACT

The article is devoted to the names of professions that used to exist in Anglo-Saxon England. The attempt to systematize and classify the units from lexico-semantic field "names of professions" has been made. The author used sorting of old English corpora and other original dictionaries in his work. As a result of a critical thinking there have been three groups of professions discovered: military, clergy, professionals and craft.

Keywords: old English, Anglo-Saxon, professions, semantics

В качестве основного источника древнеанглийских профессий в данной статье послужили произведения англо-саксонского периода, лексикографические источники и корпуска. Первым шагом на пути получения необходимого списка была выборка наименований профессий из древнеанглийских произведений, а именно из эпоса "Беовульф" (Beowulf), двух известных работ Элфрика по прозвищу Грамматик (Ælfric) – "Разговорник" ("Aelfric's colloquy") и "Проповеди" ("A glossary to Aelfric's Homilies"), англо-саксонского словаря "A Concise Anglo-Saxon Dictionary for the use of students" и тезауруса древнеанглийского языка "A Thesaurus of Old English: Introduction and thesaurus; Thesaurus of Old English".

Для более полного сбора древнеанглийской лексики, называющей виды трудовой деятельности, профессии и ремесла был произведен поиск и выборка лексики, используя корпусные технологии: корпус древнеанглийского языка университета Торонто "Web Corpus of Old English University of Toronto", англо-саксонский словарь Босворта-Толлера "Bosworth-Toller Anglo-Saxon Dictionary Digital Edition", Просопографию англо-саксонской Англии "Prosopography of Anglo-Saxon England" (база данных, обеспечивающая структурированную информацию о жителях Англии VI – XI веков).

В результате был получен список наименований профессий, состоящий из примерно 300 единиц. Последним этапом была проверка слов по электронному ресурсу, обеспечивающему перевод лексики с древнеанглийского на современный английский и наоборот "Old English Translator", этимологическому словарю "Online Etymology Dictionary" и англо-саксонскому словарю Босворта-Толлера (см. выше) на предмет ошибок или несоответствия слова англо-саксонскому историческому периоду. В итоге было получено 212 наименований лиц по профессии, которые подверглись условному разделению на четыре тематические группы: *clergy* (духовенство, 26 единиц), *military* (военные, 56 единиц), *craft* (ремесленники, 81 единица) и *professionals* (самые образованные личности, 49 единиц).

Ценным источником информации о древнеанглийской трудовой сфере оказался «Разговорник» Элфрика (Ælfric's Colloquy). Элфрик - ученый монах, который создал их в дидактических целях обучения юных послушников правильной латыни, чтобы они могли участвовать в жизни аббатства. В нем весьма часто упоминаются наименования специфической деятельности. Данное произведение является свидетельством повседневной жизни членов англо-саксонского социума, особенно его низших слоев. Примечательно то, что между строк на латыни были вписаны строки на древнеанглийском. Элфрик написал "Разговорник", используя при этом живые бытовые диалоги на хорошо известные ученикам темы. Так, в произведении встречаются следующие ремесла и профессии: охотник (hunta), рыбовод (fiscere), птицелов (fugelere), пахарь (yrplincg), торговец (mancgere), пастух (oxanhyrde, hyrde), монах (monuc), добытчик соли (sealtere), пекарь (bæcere),

повар (socce), кожевник, сапожник (sce(o)wyrhta), законовед (gebeahend), кузнец (smiþ), портной (seamere), лесоруб, плотник (trêowwyrhta), медник (ârsmið), серебряных дел мастер (seoloforsmiþ), золотых дел мастер (goldsmiþ).

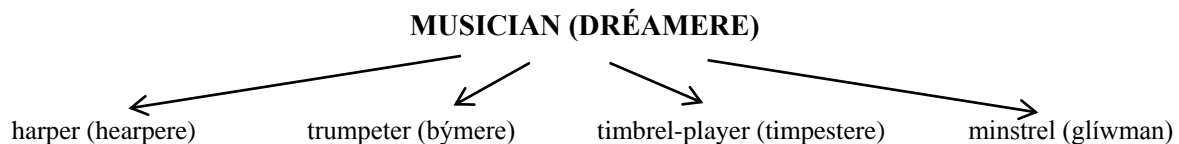
Понятие "церковь" на англосаксонском языке – *cyrc*. В 596 г. Папа Григорий (Pope Gregory) отправил из Рима своего посланника Августина (Augustine) на Британские острова для установления католической церкви и христианизации англо-саксонцев. Церковь являлась структурированной организацией с системой чинов и рангов, разделяющая Британию на две части – Кентерберийская Архиепископская Епархия (the Province of Canterbury) и Йоркская Архиепископская Епархия (the Province of York). К 1035 г. в стране имелось 16 епископских епархий (dioceses), сосредоточившихся около крупных городов, разделяющих в свою очередь на приходы (parishes), которые обычно состояли из одной церкви.

Историки свидетельствуют о наличии двух орденов духовенства – главный (the Major Order) и второстепенный (the Minor Order). К последнему относились в большинстве сельские жители, не преследующие цель выучиться на священника и работать каждый день в церкви: жезлоносец/сторож церкви (doorkeeper/churchwarden – duruheadend), чтец/псалмист (lector – gædere), экзорцист/изгоняющий злых духов (exorcist – exorcista), алтарник/пономарь (acolyte – acolitus), келарь/эконом в монастыре (keeper of robes/cellarer – béorhyrde), церковный певец (church singer/cantor – æfensceor). Главный Орден духовенства состоял из дьяконов (deacons), священников (priests) и епископов (bishops). Ни одна из групп религиозного подразделения не существовала изолировано. Однако стоит отметить, что данные уровни церковной иерархии исключают административные или неоплачиваемые должности, такие как монсеньор (Monseigneur), архидьякон (archdeacon), каноник (canon), настоятель собора/декан (dean).

Рассмотрим парадигматические отношения в поле наименования духовных лиц. Антонимия и синонимия во всем поле наименований профессий выражена обычно слабо ввиду специфичности. В VIII веке каноник (canon) и церковник (cleric, clergyman) являлись синонимами по значениям с монахом (monk) [G. Constable, 'Monasteries, Rural Churches and the Cura Animarum in the Early Middle Ages'; 349-352]. Отношения градуальности выражены в древнеанглийских профессиях более четко. В виде схемы их можно представить следующим образом:

Pope → archbishop → bishop → mass-priest → priest → deacon → subdeacon

Интересен тот факт, что в древней Англии существовал и своеобразный досуг, обозначенный в статье как *professionals*. Определенное количество профессий связано с музыкой и праздниками: harper (hearpere), dancer (hoppere), trumpeter (býmere), whisperer/tale-bearer (rúnere), poet (léoþwyrhta), timbrel-player (timestere), painter (métere), minstrel (glíwman). Отношения гипо-гиперонимии таким образом можно выразить таким образом:



Военная организация у англо-саксонцев – довольно трудный и неизведанный предмет исследований вследствие невозможности дать какие-то точные даты или детали развития. Древнеанглийское слово *fyrð*, переводившееся изначально как “путешествие, экспедиция” используется большинством современных ученых для описания понятия армии в период с V по XI век в Британии. Сначала существовали несложные военные группировки (*warbands*), состоявшие из полупрофессиональных воинов во главе избранных ими командиров. Преданность военачальнику считалась великой ценностью и в случае смерти командира или короля его солдаты должны были умереть, но отомстить за это. Англо-саксонский правитель этого времени являлся в своей сути еще и главнокомандующим (*warlord – dryhten*).

Как и любой социальный институт, армия представляет собой постоянно развивающуюся структуру. W. Terence (“Saxon, Viking and Norman”) и M. Harrison (“Anglo-Saxon Thegn 449-1066AD”) приводят такой состав военных сил в VII – VIII в: *chieftain (bréosttoga)*, *bodyguard (huscarl)*, *spearman warrior (gárwiga)*, *archer (scytere)* и *cavalry (éored)*. К XI в. основными войсками армии являлись профессиональные наемники (*huscarles*) с хорошей

защитой и оружием - *shielded warrior (lindwígend)*. Интересно разнообразие военных специальностей с суффиксом *-bearer*: *shield-bearer (lindhæbbende)*, *standard-bearer (segnbora)*, *sword-bearer (sweordbora)*, *weapon-bearer (w æpenbora)*.

Словообразование в древнеанглийском языке давно является предметом научного интереса филологов, в особенности зарубежных. D. Kastovsky [“Semantics and Vocabulary”, 1992; 294] утверждает, что “большая часть словарного состава древнеанглийского языка деривационно связана продуктивными словообразовательными моделями, и (...) вместо заимствования иностранного, обычно латинского слова, соответствующее понятие часто выражается через активацию исконных словообразовательных правил, получая таким образом калькированный перевод”. Словообразовательная морфология англо-саксонского языка использует три главных процесса для производства новых лексем: нулевая деривация (конверсия), словосложение и аффиксация. При образовании древнеанглийских существительных преимущественно использовались словосложение и суффиксация. R.T. Alonso в своей работе “Recursive suffixation in the formation of old English nouns” приводит таблицу распространенных суффиксов древнего языка:

Таблица древнеанглийских номинальных суффиксов.

Suffix	No. of Predicates	Suffix	No. of Predicates	Suffix	No. of Predicates
<i>-bora</i>	23	<i>-estre</i>	47	<i>-lac</i>	24
<i>-dom</i>	48	<i>-et</i>	16	<i>-ling</i>	37
<i>-el</i>	53	<i>-ful</i>	4	<i>-nes</i>	1130
<i>-els</i>	22	<i>-had</i>	44	<i>-ræden</i>	54
<i>-en</i>	54	<i>-icge</i>	9	<i>-scipe</i>	87
<i>-end</i>	104	<i>-incel</i>	14	<i>-t</i>	128
<i>-ere</i>	222	<i>-ing</i>	929	<i>-wist</i>	10

Нас будут интересовать суффиксы, с помощью которых могли образовываться староанглийские ремесла и профессии. Анализ этих наименований позволяет сделать выводы, что в их словообразовании использовались:

a) Нулевая деривация
bod-a “messenger, herald, angel” ← *be:od-an* “to command, to inform”
lid-a “sailor” ← *li:d-an* “to go, to travel, to sail”
wit-a “sage, philosopher” ← *wit-an* “to know, to understand”
webb-a; *webb-e* “weaver” ← *wef-an* “to device, to contrive”

b) Суффикс *-ere*
bæc-er-e “baker” ← *bac-an* “to bake”
folg-er-e “follower” ← *fylg-an* “to follow, to pursue”
bo:c-er-e “scholar” ← *bo:c* “book”
hyld-er-e “butcher, flayer” ← *hyld-an* “to take off skin”

c) Суффикс *-end*
lær-end “teacher” ← *læran* “to teach”

mundiend “protector, guardian” ← *mundian* “to protect, to shelter, to guard”
biddend “petitioner” ← *biddan* “to bid, to order, to ask”

Beóðend “translator” ← *geþeóðan* “to translate”
d) Суффикс *-estre* для обозначения лиц, ремесел или профессий женского пола:
bæc-estr-e “female baker”
cemp-estr-e “female soldier”
huntig-estr-e “huntress”
tæpp-estr-e “female tavern keeper”
lybb-estr-an “sorceress”

Таким образом, в статье была произведена попытка систематизировать и классифицировать древнеанглийские профессии. Было выделено четыре группы данного лексико-семантического поля: *military*, *clergy*, *craft* и *profession*. Анализ наименований, относящихся к роду деятельности, дал понять, что в англо-саксонском периоде существовало множество ремесел, связанных, в первую

очередь, с земледелием и рукоделием. Два главных социальных института того периода – духовенство и армия. В религиозных профессиях преобладало главное разделение на дьякона, священника и епископа. Военные специальности, в основном, отражали социальные отношения между солдатом и его командиром.

Список литературы:

1. Aelfric, the teacher "Good History" The Journal of the Eynsham Junior History Group Special Edition No 4, 2005
2. Alonso R.T. "Recursive suffixation in the formation of old English nouns". Universidad de La Rioja Servicio de Publicaciones, 2011
3. Anglo-Saxon Church Organization. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.regia.org/church/church2.htm>
4. Anglo-Saxon Military Organization. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.regia.org/warfare/saxons2.htm>
5. Bosworth, J., and T. N. Toller. 1973 (1898). An Anglo-Saxon Dictionary. Oxford, Oxford University Press
6. Constable G., 'Monasteries, Rural Churches and the Cura Animarum in the Early Middle Ages', 2004
7. Elford K. J. The terms used for the priests and other clergy in the Anglo-Saxon period, The University of Birmingham, 2009
8. Harrison M. "Anglo-Saxon Thegn 449-1066AD", 2003
9. Heath I. "Armies of the Dark Ages 600-1066.Saxon, Viking and Norman", 2000
10. J. R. Clark Hall. "A Concise Anglo-Saxon Dictionary", 2009
11. D. Kastovsky "Semantics and Vocabulary", 1992; 294
12. Magennis H., M. Swan "A Companion to Ælfric" BRILL, 2009
13. The Dictionary of Old English. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.doe.utoronto.ca/>
14. The Prosopography of Anglo-Saxon England. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.pase.ac.uk/index.html>.
15. Thesaurus of Old English. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://oldenglishthesaurus.arts.gla.ac.uk/>

АНАФОРИЧЕСКИЕ УПОТРЕБЛЕНИЯ УКАЗАТЕЛЬНЫХ МЕСТОИМЕНИИ

Мейрманова Гульнур Советовна

Доцент Таразского государственного педагогического института, к.ф.н.

ANAPHORIC USE OF DEMONSTRATIVE PRONOUNS

Meirmanova Gulnur Sovetovna, Senior teacher of State Pedagogical Institute

АННОТАЦИЯ

Цель работы – определение употребления указательных местоимений в казахском языке. В работе используются сравнительные, семантические, обобщительные методы. В статье на основе языковых материалов доказана анафорические употребления указательных местоимений в казахском языке.

Ключевые слова: анафора, дейксис, субститут, катафора.

ABSTRACT

Aim of the work - to define the using of demonstrative pronouns in Kazakh language. In this work are used comparative, semantic and synthesized methods. In this article is proved anaphoric use of demonstrative pronouns in Kazakh language on the basis of language materials.

Keywords: anaphora, deixis, substitute, cataphora.

СІЛТЕУ ЕСІМДІКТЕРІНІҢ АНАФОРАЛЫҚ ҚОЛДАНЫСТАРЫ

Тілдік ситуацияның ерекшеліктеріне есімдіктің негізгі екі қызметі негізделген: дейксис және анафора. Дейксис ретінде, әдетте, ситуацияның сөйлеуші, пікірлесуші, уақыт пен орын, сөйлеу актісіне тікелей қатысы бар тұлғалар мен заттар сияқты элементтеріне сілтеу түсініледі, ал анафора ретінде контекстің элементтеріне сілтеу, бір сөйлеу актісі элементтерінің екінші бір сөйлеу актісі элементтерімен сәйкестігіне сілтеу түсініледі.

Ғалымдар арасында анафора мен дейксистің ұқсастығы мен айырмашылықтары жайында тіл білімінде көптеген даулы пікірлер өрбіген. Негізінен, қазіргі тіл білімінде олар сілтеудің екі түрі ретінде кеңінен сөз болуда. Мәселен, Т.В. Шемелева өз еңбегінде былай дейді: «Несмотря на то, что большинство анафорических местоимений сочетает анафорическую функцию с дейктической, выделение анафоры наряду с дейксисом при описании класса местоимений, является необходимым и оправданным. При собственно дейктическом указании местоимения идентифицирует опираясь на ситуацию акта речи,

а анафорические показатели идентифицируют референт, опираясь на контактные связи» [1, с. 14].

Есімдіктердің анафоральғы туралы ой-пікірлерді Д.Болинджердің (1979) еңбегінен де кездестіреміз. Ол анафора туралы еңбектерді сынға ала отыра, есімді референция қасында кореферентті есімінің болуын да, болмауын да, көрсете беретіндігін айтады. Жетпісінші жылдары тек қана синтаксистік емес, дискурсивтік анафора да сөз бола бастады. Ал сексенінші жылдары тіл білімінде есімдіктер кеңінен зерттеле бастады. Біз олардың ішіндегі ірі теориялық және жалпы лингвистикалық еңбектерді ғана атап өтеміз. Бұл жылдары Н. Хомский (1980-82), Г. Рейнхарт (1983), Б.Визе (1983), А. Миттвух (1983), К. Элих (1982), К. Хауэншильд (1982), Г.Гивон (1983), М. Хэллiday (1985), П. Клэнси (1980), ван Дейк (1983), Д.Монтегю (1980), Дж.Гринберг (1986) тәрізді ғалымдар түрлі пікірлер айтқан.

Орыс тіл біліміндегі ғалымдардың есімдіктерді сөз етудегі алғашқы кездегі басты мәселесі есімдіктерді жеке сөз табы ретінде қарастыру, я қарастырмау төңірегінде топтасты. М.В. Ломоносов [2], А.Н. Гвоздев [3] және т.б. ғалымдар есімдіктерді ерекше сөз табы ретінде

қарастырса, А.Пешковский [4], В.Мигрин [5] тәрізді ғалымдар оларды басқа сөз таптарының құрамында қарастыра отыра, есімдіктер жеке сөз табын құрай алмайды дейді. Ал А.Шахматов есімдіктерді жеке сөз табы ретінде тани отыра, оларды атаушы сөз таптарына бөліп қарайды [6].

Сонымен, дейксистік сілтеуді тікелей референтке жатқызамыз және де ол дейксистік белгі мен оның референтінен тұратын екі элементті қамтиды.

Анафоралық қатынастарды қарастыруда антецедент, қайталау, анафора, катафора, ретроспективті, проспективті анафора, субститут, орынбасу, субстанционалды, концептуалды, дискурсивті анафора деген ұғымдар мен анафораның түрлері ажыратылады.

Сілтеу есімдіктері анафоралық қолданыста кеңінен жұмсалып, мәтін, сөйлем элементтерін байланыстырады және де мәтіндегі керексіз қайталауларды ауыстырады. Мысалы: *Бұл кітап қызық. Осыны тауысып тастасақ қайтеді* (Ә. Нұршайықов); (анафора). *Сен мынаны ұқ; біз бұл жерден қалайда көшуіміз керек* (Д. Исабеков) (катафора).

Сілтеу есімдіктері мен жасырын есімді топтың мәтін құрылымында пайдаланылуына әсер ететін факторлардың бірі – құрамында антецеденті мен анафорасы бар – сөйлемдер арасындағы тоғысу сипаты. Бұл тоғысу екі түрлі болып келеді: 1) Қатаң тоғысу, мұнда есімді топты пайдалануға болады, онда бір мезгілде немесе бірінен кейін бірі болған қимылдар көрсетіледі, не болмаса бір объектінің жай-күйін көрсететін сөйлемдер қолданылады. Мысалы: *Өзеннің ар жағында жайылым бар. Жайылымда сиырлар жайылып жатыр.*

2) Еркін тоғысу, мұнда сілтеу есімдіктерінің қолданылуы талап етіледі және де баяндауды өткен, келер шаққа ауыстыру үзіп жібереді де, олар міндетті түрде анафоралық сілтеу есімдіктерінің қолданасын қажет етеді. Мысалы: *Өзеннің ар жағында жайылым бар. Сол жайылымда өткен жылы сиырлар жайылушы еді, келесі жылы бұл жер шабындыққа берілмек.*

Сілтеу есімдіктерінің анафоралық қолданыстарын сөз етуде біз «бұл» есімдігінің көп жұмсалатындығын байқадық. «Бұл» есімдігі анафоралық қолданысында түрлі формаларда және де түрлі антецеденттермен көрініс береді. Мысалы: *Ақ желек жамылған, аса көрікті кісілер екен. Бұлар біздің жақындарымыз ғой* (Ш.Мұртаза); *Менің де арманым бар, ол, - деді Жомартбек, - жақсы әйел алу. Бұл сөз де қыздардың ду күлкісіне ұласты. – Сендер күлесіңдер, сендерге оңай бұл* (Ә. Нұршайықов).

Мәтінде өзара байланысқа түскен тілдік элементтердің арасында кейде мағыналық байланыс жеткіліксіздеу болып жатады. Осындай жағдайларда сілтеу есімдіктері байланыс құралының қызметін атқара отыра, семантикалық алмастырушы ретінде синтаксистік байланысты ұйымдастыруға мүмкіндік береді. Мысалы: *Бұның бәріне қосымша – қаладағы достарды сағындым. Қаланы көргім келеді. Сонымен кеп қалдым.*

Мұндағы сонымен, осылардың бәрі есімдіктері семантикалық алмастырушы ретінде ұзыннан ұзақ синтаксистік байланысты ұйымдастыруға мүмкіндік береді, бұл сілтеу есімдіктерінің анафоралық қолданыстарының көп қырлығын дәлелдей алады.

Сілтеу есімдіктері актантты есімдерді ауыстыруда да анафоралық қолданыста жұмсалады. Актантты қайталаулардағы сілтеу есімдіктерінің негізгі қызметтері бір актантты қайталаудың бірнеше рет қайталануымен көрінеді. Мысалы: *Сол бір шалмен мені енді кездестіре көрме. – Е, о байғұстың не жазығы бар? – Сұрама, сол біреумен неге қол беріп амандасасың? Одан да сол шал ұстаған қолыңды сабыңдап тұрып жү. Ол шалды менен мың есе жақсы білесің. Сол шалдың тұла бойын құлғана-мерез басып кеткенін біле тұрып, оған неге қол бересің?* (Ш.Мұртаза).

Сілтеу есімдіктері анафоралық қолданыстарында басқа топтардағы есімдіктермен байланысып келіп те жұмсала береді, олар көбіне жалпылау есімдіктерімен байланысып келеді. Бұл жалпы жағдайға және сөйлемдегі элементтердің бәріне назар аудартады. Мысалы, *Москвадағы пәтерінде бір «колхоз» адам қалды: қайын енесі Әрифа, Әрифаның балалары Рәшит пен Шәмлі; Әзизаның бөлелері Нәйлә мен Әли Базановтар, Тұрардың қарындасы Түйметай, оның бір топ балалары, Тұрардың өз балалары Ескендір, Софья, Майя. Солардың бәрінің қолдан қолға түсірмей ермек ететіндері – үш жасар Сәуле* (Ш. Мұртаза).

Бұл мысалдардағы солардың бәрінің, осының бәрі, мұның бәрін, осылардың бәрінде, бұның бәріне деген есімдікті тіркестер анафоралық қолданыста жұмсала отыра, алдыңғы сөйлемдегі көптеген элементтерді, кейде бірнеше сөйлемдерді жинақтап, бір-ақ ауыз сөзбен жеткізіп беріп отыр.

Сонымен бірге, анафоралық қолданыстағы есімдікті тіркестердің үш есімдіктің басын құрайтын кездері де болады. Мысалы: *Алдыңғы жыл, былтыр – екі жыл зорлап, үлгергенін тартып алып келген еді. Енді биыл міне, осының бәрін түгелдей орып алмақ* (М. Әуезов); *Тұрар «Алаш көсемі Жаниша үйіне қалай тап болған. Жол-жөнекей Наденькамен қалай тағдырласқан! Міне, мұның бәрінде жұмбағы көп өмір жатыр* (Ш.Мұртаза). Мұндағы міне, осының бәрін, міне, мұның бәрінде деген анафоралық есімдікті тіркестер затты ерекше даралап жинақтауда мәтінге экспрессивті мән беріп отыр.

Сонымен бірге сілтеу есімдіктері сөйлеу актісінің номинативтік және коммуникативтік аспектілерімен байланысты белгілерді көрсетуге мүмкіндік беретін сөйлесім аспектілерін саралау құралының қызметін атқарады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Шемелева Т.В. Русское местоимение как часть речи // АКД. – Москва: 1997. – С. 14-18.
2. Ломоносов М.В. Полное собрание сочинений. – Москва: Издательство АН СССР, 1952. – Том VII. §42.
3. Гвоздев А. Местоимения. – Куйбышев: Куйбышевский университет, 1955.
4. Пешковский А.М. Русский синтаксис в научном освещении. – Москва: Наука, 1956. – С. 154-273.
5. Мигрин В. Опыт построения классификаций, прогнозирующих развитие местоимений и словообразовательных парадигм // Научные доклады высшей школы // Филологические науки. – 1973. – № 3.
6. Шахматов А. Синтаксис русского языка. – Москва: Наука, 1975.

ЯВЛЕНИЕ «ДЕТОЦЕНТРИЗМ» И РОЛЬ ДИМИНУТИВОВ В ДЕТОЦЕНТРИЧЕСКИХ СИТУАЦИЯХ В РУССОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Слабко Юлия Владимировна

Аспирант, Челябинского государственного педагогического университета, г. Челябинск, преподаватель английского языка ЧОУ ДО «Планета Инглиш»

THE PHENOMENON "DETOTSENTRIZM" AND THE ROLE OF DIMINUTIVES IN DETOTSENTRICHESKY SITUATIONS IN RUSSIAN AND ENGLISH LANGUAGES

Slabko Julia Vladimirovna, The graduate student, Chelyabinsk state pedagogical university, Chelyabinsk, the teacher of English in Language center "Planet English"

АННОТАЦИЯ

Анализ детоцентрических ситуаций, в которых используются диминутивы положительной и отрицательной полярностей, включающие семы «ласкательности» и «уничижительности» соответственно, демонстрирует, что в русском языке чаще всего встречаются диминутивы, используемые для создания теплой, доверительной атмосферы общения с детьми, что наблюдается среди носителей английского языка в значительно меньшей степени. На наш взгляд, данный факт обосновывается и демонстрирует большую склонность представителей русской нации к выражению таких чувств, как умиление, теплота, любовь, утешение.

ABSTRACT

Analysis of situations in which diminutives of positive and negative polarity including some of «kindness» and «humiliation» are shown that in Russian the diminutives are used for creation of the warm, confidential atmosphere of communication with children that is observed among native speakers of English in much smaller degree. In our opinion, this fact is located and shown a big tendency of representatives of Russian nation to express such feelings as affection, warm, love, consolation.

Ключевые слова: детоцентризм, диминутив, уничижительность, ласкательность

Key words: detotsentrizm, diminutive, kindness, humiliation

Детоцентризм – это явление, которое заключается в восприятии ребёнка как основы, придающей браку особую общественную значимость и повышающая статус супругов [Free Encyclopedia: <http://>].

Детоцентризм серьезно влияет на родительско-детские отношения в семье, т.к. наблюдается интенсивное участие родителей во взрослении ребенка. Это участие имеет своим следствием стремление родителей «привязать» к себе ребенка. «Привязывание» ребёнка и привлечение его на свою сторону осуществляется различными способами, одним из которых является общение с ребёнком на якобы его языке, что, по мнению некоторых родителей, позволяет им завоевать признательность, любовь и внимание своего чада и выглядеть в его глазах «своим» [Антонов 1996; Дармодехин 1998].

Детоцентрическая семья – семья, в которой реально психологически доминирует ребенок с его потребностями, капризами. В детоцентрической семье главной задачей родителей считается обеспечение «счастья ребенка». Семья существует только для ребенка. Воздействие осуществляется, как правило, снизу вверх. Вектор «снизу вверх» проявляется так же и в языковом оформлении общения, когда взрослые подстраивают свой язык под язык ребёнка [Добренков 2000].

В англофонном пространстве подобное явление и так называемый «язык нянь» носит название «parentese» или «caregiver speech»: «The Child-directed sing-song speech, often accompanied by exaggerated facial expressions, seems to be used by almost everyone who talks to a baby. Parentese is not merely an English-speaking practice. It's spoken around the world, because we all love to do it — mothers, fathers, grandparents, friends, older siblings, even preschoolers. And what's more, babies seem to like it too» [Kell 2008: <http://>].

Е.Ю. Протасова «определяет прагматическую роль диминутивов в детоцентрических ситуациях как обозначение «вещей для нас» по сравнению с вещами для всех» [Протасова 2001].

По мнению Т.О. Гавриловой обилие диминутивов в речи маленьких детей обычно объясняют тем, что взрослые, которые говорят с ребенком, злоупотребляют уменьшительно-ласкательными именами. Это свойство можно отнести к особенностям семейного общения, но не в каждой семье принято использовать такой стиль. Существует также мнение, что обилие диминутивов скорее свойственно старшему поколению, в то время как родители, особенно молодые, избегают специального «языка нянь». Однако даже в семьях, где «язык нянь» не поощряется, дети слышат больше диминутивов, чем взрослые [Гаврилова 2002].

Анализируя утверждение Т.О. Гавриловой, отмечаем, что «язык нянь» действительно встречается не только и не столько в речи молодых родителей с детьми, сколько в других случаях, например, в разговорах взрослых о детях (как своих, так и друзей, а так же о внуках). Мы не совсем согласны с утверждением, что дети «слышат» больше диминутивов, т.к. помимо получения информации из звуковых источников, дети получают её (информацию) визуальным способом – из книг. Наше утверждение, основано и подтверждается мнением отечественного социолога А.Л. Корытова: «Особый «детский язык» реализуется не только в речи родителей и тех, кто заботится о детях, но и в художественных произведениях, предназначенных для детей» [Корытов 1983: 22].

Как было уже отмечено ранее, «малому свойственно быть милым», что объясняет ещё одно направление в использовании «языка нянь» - разговоры о детях, в которых взрослые так же используют диминутивы, для использования их коммуникативно-прагматического потен-

циала. Таким образом, можно выделить такие виды детоцентрических языковых ситуаций, как: ДЛЯ детей (разговоры с детьми, детская литература) и ПРО детей (упоминание детей в речи взрослых).

Одним из литературных жанров, предназначенных для детей, являются сказки. «Основными концептами литературной сказки для детей являются эмотивные концепты добра и зла и концепты волшебства и чуда, которые вместе со сказочным концептом «человек» формируют основу концептуального смысла текста современной литературной сказки» [Тананыхина 2007: 189]. В сказке отражаются нравственные ценности народа: доброта, как жалость к слабому, которая торжествует над эгоизмом, проявляется в способности отдать другому последнее, и отдать за другого жизнь; страдание как мотив добродетельных поступков и подвигов; победа силы духовной над силой физической. Воплощение этих ценностей реализуется языковыми средствами, к которым так же относятся и диминутивы.

Слова с уменьшительно-ласкательными суффиксами, на наш взгляд, относятся к стилистическим средствам образности, что является одним из необходимых составляющих детской литературы, что следует из утверждений лингвистов, занимающихся изучением особенностей детской речи и детской литературы: «Книга должна быть написана просто, умело, без излишних потребностей, хорошим языком, события изложены ясно, расставлены в перспективе, обличающей память, переданы с живостью и увлекательностью... Целью детских книжек должно быть не столько занятие детей каким-нибудь делом, не столько предохранение от дурных привычек и дурного направления, сколько развитие данных им от природы элементов человеческого духа - развитие чувства любви и чувства бесконечного. Прямое и непосредственное воздействие таких книжек должно быть обращено на чувства детей, а не на их рассудок» [Белинский 1954: 14].

В детских книгах диминутивы используются для передачи «милости» и тёплых чувств, что видно в примерах из семи любимых рассказов:

- *В одном густом тропическом лесу жил да был очень забавный зверёк* (Э. Успенский «Крокодил Гена и его друзья»).

И.Н. Арзамасцева отмечает, что «язык детской книги должен быть особенно богат и выразителен, ведь, если ребенок усвоит язык бедный, маловыразительный, то преодолеть этот недостаток ему в дальнейшей жизни будет весьма сложно» [Арзамасцева 1997: 4]. Диминутивы наиболее выразительны и экспрессивны, поэтому они необходимы в детской литературе.

Ирония

- *«А, старая знакомая, здравствуй!»*, – ласково проговорила лиса останавливаясь на берегу. – *«Давненько не виделись»*. (Д. Мамин-Сибиряк «Серая шейка»)

- *«Hello **sweety**, miss me?»*, - *he said with angry smile* (R. Gervais «More Flanimals») – *«Привет **милая**, соскучилась по мне?»*, – он сказал с ухмылкой. (Перевод: Умнов Г.)

Смягчение отказа

- *«**Матушка**, я больше не буду пасти стадо»*.

- *«Почему?»*, – спросила она.

- *«Завтра утром я пойду в королевский дворец»*. (Бабушкины сказки «Принцесса лгунья»)

- *«Daddy says NO, Daddy says he's too tired, too stiff from all that yardwork»*. (S. York «Tales») - *«Папочка говорит: «НЕТ», папочка говорит, что он очень устал, что у него болит всё тело после уборки двора»*. (Перевод: Вебер В.).

Введение в круг «своих»

- *«**Мамочка**, это друг мой Шурик, мы с ним вместе рыбачили»*. (Н. Носов «Фантазеры»).

- *«**Mummy**, this is **Tonny**, my classmate»*. (T. Well «Tales») – *«**Мамочка**, это **Тони**, мой одноклассник»*. (Перевод: Ган Л.).

Анализ детоцентрических ситуаций, в которых используются диминутивы положительной и отрицательной полярностей, включающие семы «ласкательности» и «уничужительности» соответственно, демонстрирует, что в русском языке чаще всего встречаются диминутивы, используемые для создания теплой, доверительной атмосферы общения с детьми, что наблюдается среди носителей английского языка в значительно меньшей степени. На наш взгляд, данный факт обосновывается и демонстрирует большую склонность представителей русской нации к выражению таких чувств, как умиление, теплота, любовь, утешение.

Список литературы:

1. Антонов А.И., Медков, В.М. Социология семьи. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1996. – 304 с.
2. Арзамасцева И.Н. Детская литература. Учебное пособие для студентов средних педагогических учебных заведений / И.Н. Арзамасцева. – М.: Издательский центр «Академия», 1997. – 448 с.
3. Гаврилова Т.О. Регистр общения с детьми: структурный и социолингвистический аспекты (на материале русского языка) / (The register of communication with children: structural and sociolinguistic aspects (based on Russian language)). – Unpublished doctoral dissertation. Saint Petersburg, 2002. – 181 с. [Электронный ресурс] <http://iling.spb.ru/grammatikon/child/vo.html>
4. Дармодехин С.В. Государственная семейная политика: проблемы теории и практики. – М.: Гос. НИИ семьи и воспитания, 1998. – 47 с.
5. Добренков В. И., Кравченко. А. И. Социальные институты и процессы. – М.: МГУ, 2000. – т. № 3. – 339 с.
6. Корятов А.Л. Речь детей как особенный мир. – М.: Наука, 1983. – 44 с.
7. Протасова Е.Ю. Роль диминутивов в детском дискурсе. – В кн.: Цейтлин С.Н. (ред.) / Проблемы детской речи. – СПб, 1999. – 238 с.
8. Free Encyclopedia [Электронный ресурс] <http://www.associatepublisher.com/e/a/>
9. Kell M. Children's Language Learning. – Maryland University, 2008. – P. 1-8. [Электронный ресурс] <http://www.pbs.org/parents/child-development>
10. Белинский В.Г. и др. О детской литературе / В.Г. Белинский, Н.Г. Чернышевский, Н.А. Добролюбов. – М.: Детгиз, 1954. – 431 с.

ЭСТЕТИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И ХУДОЖЕСТВЕННАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ ИРОНИИ В СОЗДАНИИ ОБРАЗНОГО МИРА РОМАНА М. БУЛГАКОВА «МАСТЕР И МАРГАРИТА»

Сухарева Марина Викторовна

студентка 6 курса Северо-Кавказского Федерального Университета, г. Ставрополь

*AESTHETIC ESSENCE AND THE ARTISTIC DIRECTION OF IRONY IN THE FIGURATIVE WORLD CREATION OF NOVEL
M. BULGAKOV'S «MASTER AND MARGARITA»*

Sukhareva Marina Viktorovna, student of 6th year of North Caucasian Federal University, Stavropol

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются особенности содержания и разновидности иронии в романе М. Булгакова «Мастер и Маргарита».

ABSTRACT

The article considers the features of the content and varieties of irony in the novel by Mikhail Bulgakov «The Master and Margarita».

Ключевые слова: ирония, сатира, гротеск, юмор.

Keywords: irony, satire, the grotesque, humor.

Одним из наиболее сложных и многомерных произведений русской классической литературы, в котором тесно соединены в единое целое мистика и сатира, фантастика и беспощадный реализм, легкая ирония и напряженная философия, является роман М. Булгакова «Мастер и Маргарита» [2, с. 58].

Как отмечают исследователи, в данном произведении, в котором присутствуют миф и реальность, комическое и трагическое, тяжело определить разновидность романа. Один из отечественных исследователей литературы В. Лакшин считает, что в самой природе романа Булгакова есть что-то парадоксальное. В нём, по мнению исследователя, присутствует ирония – но не как черта стиля или художественный приём, а как часть общего понимания современного мира автором.

Писатель, по наблюдению отечественного булгаковед Е. А. Яблокова, сумел в своём романе «собрать воедино поэтику романтизма, реализма и модернизма». Необычность булгаковского творения, как отмечает исследователь, во многом связана с его сюжетно-жанровым своеобразием

[6, с. 54]. Сам писатель жанр своего произведения «Мастер и Маргарита» определил как роман. Литературоведы называют его романом-мифом, философским романом, романом-мистикой, философско-сатирическим романом, романом в романе.

Один роман рассказывает о судьбе Мастера, другой – о судьбе Понтия Пилата. Вместе с Мастером читатель оказывается в Москве 30-х годов XX века, с Понтием Пилатом – в Ершалаиме 30-х годов I века новой эры. События происходят в одном и том же месяце в течение нескольких дней перед Пасхой с промежутком в 1900 лет. Московские и ершалаимские (по другому, их называют «евангельские») главы глубоко взаимосвязаны.

В романе можно выделить три сюжетные линии. Первая – философская: Иешуа и Понтий Пилат; вторая – любовная: Мастер и Маргарита; третья – мистическая и в то же время сатирическая: Воланд и его компания. Объединяет эти линии в одну сюжетную канву образ Воланда.

Сцена на Патриарших прудах, где происходит спор Берлиоза и Ивана Бездомного с незнакомцем о существовании Бога является завязкой романа. На протяжении всего повествования то в библейском, то в современном мире автор поднимает важнейшие проблемы человеческого бытия и завершает сюжетные линии, подводя своих героев к Вечности. Е. А. Яблоков не случайно называет

категории света и тьмы в творчестве М. А. Булгакова основными координатами его художественного мира [5, с. 61].

В создании образного мира Булгаков исходил из разных литературно-эстетических традиций западноевропейской и русской литератур. Эпиграфом к «Мастеру и Маргарите» писатель выбрал строки из «Фауста» Гете: «... так кто ж ты, наконец? - Я - часть той силы, что вечно хочет зла и вечно совершает благо». Именно «диалог гетевских героев о добре и зле как вечных субстанциях человеческого бытия», несмотря на ироническую тональность ответа Мефистофеля, во многом, согласно концепции М. О. Чудаковой, определил эстетическую сущность художественной направленности произведения Булгакова о смысле жизни на земле [4, с. 32].

Следует отметить, что, несмотря на множество трагичных моментов, роман написан очень живо. Это позволяет иногда смотреть на него как на прекрасное сатирическое произведение. Однако роман гораздо шире и глубже своих религиозной и сатирической составляющих. Она не только о героях: о Понтии Пилате и Иешуа, Воланде, Азazelло, Бегемоте, Мастере и десятках других действующих лиц. В повествовательной структуре «Мастера и Маргариты» присутствуют три линии, причём в каждом из них обнаруживается свой собственный художественный стиль.

Сатирические сцены из жизни московской литературной и театральной среды 20-30-х годов написаны языком, напоминающим о комических повестях М. Булгакова, прежде всего о «Театральном романе». Для этого языка характерны канцеляризм, не слишком деликатные иронические разговорные выражения, подробные физические описания действующих лиц. История Понтия Пилата рассказана другим стилем – уравновешенным и красноречивым, окрашенным экзотической лексикой. Главы романа, где описываются чисто фантастические события, созданы по законам кино, с упором на зримые детали и явления [6, с. 55].

С точки зрения стиля, как отмечает М. А. Лазарева, роман «Мастер и Маргарита» – наиболее свободное творение Булгакова. «Рассказчик или рассказчики, в зависимости от взгляда читателя – предстаёт в нём актёром, снимающим иронические маски. В иные минуты он настроен лирически, порой предстаёт в виде комического хлопотуна, отвечающего на свои собственные риторические вопросы. А в главах о Пилате рассказчик полностью исчезает, предоставляя читателю свободу делать самостоятельные выводы и заключения» [3, с. 78].

Автор, как нам кажется, нашёл очень необычную смешную форму для выражения своих мыслей о бесконечной вражде мира, о смысле жизни и счастья, о покое и примирении. Смеясь, человечество прощается со своим прошлым и строит новое будущее. Л. М. Яновская отмечала, булгаковский смех – это форма борьбы с его собственным настоящим. По мнению исследователя, удивительно, что он не агрессивен, в нем нет злобы, мести за растоптанную, исковерканную судьбу, за нищую жизнь, за несправедливость и за жуткие физические страдания.

Невероятно сумбурный карнавальный оттенок с элементами смеха и иронии имеют сцены о необычном путешествии Степы Лиходеева в Ялту, пожаре Грибоедова и магазина для не совсем простых граждан. Глумливый Фогот с котом и примусом вволю потешаются над сотрудниками известного дома на площади. Но жизненная ситуация, изображенная в «Мастере и Маргарите», объективно не была комической. Как отмечает С. В. Никольский, особый аспект уделён в данном случае историческим моментам. Атеистическая кампания как продолжение революционного эксперимента, требовавшая новых человеческих жертв, была также трагической, как и братоубийственная гражданская война. Тем самым «идея смеха», по мнению исследователя, не вписывалась в художественное миропонимание Булгакова, который пришел к главной для своего времени мысли: смерть человека как необходимая жертва революции отнюдь не благое дело, а, напротив, насильственное преступление. И в то же время критическое отношение писателя к национально-историческому парадоксу русской действительности XX века предстало в его творчестве, согласно концепции Е. А. Яблокова, не только как трагическое неприятие случившегося («Белая гвардия»), но и как его комическое осмеяние, оформившееся в «Мастере и Маргарите» в необычном для русской литературе жанре комической мистерии [5, с. 351].

Известное высказывание критика русской литературы В. Г. Белинского: «Комическое и смешное – не всегда одно и то же», М. Булгаков подтвердил в «Мастере и Маргарите», и это «смешное» и ироническое – образительно-оригинальный способ художественного воспроизведения жизни, который, по справедливому замечанию М. О. Чудаковой, открыл писателю идейно-эмоциональную возможность глубокого правдивого постижения современной советской реальности [4, с. 105].

Смех Булгакова восходит к древним истокам своей первоначальной значимости, в первую очередь, к тем человеческим принципам, с которыми были непременно связаны различные магические действия, предопределяющие жизненные установки и ритуалы (рождение ребёнка, свадьба, смерть, и др.). Такой смех, как отмечает М. А. Лазарева, был неотделим от жизненной характерности человеческого бытия и являлся обязательным условием в своем прямом значении, своеобразно закрепленном в том или ином образительном знаке. И хотя разные виды смеха (мифический, языческий, сардонический) по-своему выражали жизненные закономерности в их вечном круговороте, они при всей своей многофункциональности всегда отличались эмоционально-субъективной выразительностью и зрелищностью действий [3, с. 173].

В процессе длительного исторического развития определились два основных вида смеха: отрицательный смех («серьезный») и положительный (веселый, праздничный, празднично-карнавальный). Они нашли своё выражение в «Мастере и Маргарите». Но первоисточником булгаковского смеха стал образно-иносказательный замысел писателя, нуждавшийся для своего художественного воплощения в необычной комической ситуации, которая

предстала в «Мастере и Маргарите» как фантастически невероятное событие. Комизм ситуации заключался в том, что ее участниками, с одной стороны, стали реально существующие граждане Москвы тех лет, а с другой – вообще не существующие, с их точки зрения, ирреальные существа, неизвестно откуда взявшиеся в городе. Все основные события, как известно, происходят в трёх мирах. Роман описывает не только события современного, в нем как бы царит безраздельное господство сквозного времени. Связь в романе поддерживается не только хронологией и системой образов, но и через ряд ассоциаций [3, с. 111].

Во многих сценах романа чувствуется тонкий авторский иронический смех, однако, по мнению В. Н. Миронова, этот смех не злой. Автор как бы играет со своими героями, показывая их уязвимые и слабые места в характере. Даже князь тьмы Воланд, который традиционно должен внушать страх и ужас, вызывает у читателя скорее улыбку и интерес к тому, как ловко он выводит на чистую воду лиц, подобных Берлиозу, Лиходееву и Босому.

В отличие от работников литературного фронта, которые не верят «сказкам о божестве» и утверждают, что его «быть не может», Воланд, оперируя разными «доказательствами бытия Божьего», признает только практическое доказательство. Именно таким становится его седьмой вариант, блестяще осуществленный в течение трёх дней пребывания в Москве вместе со своей компанией (Коровьев, Кот Бегемот, Азazelло, Гелла). В своём последнем разговоре с Берлиозом Воланд иронически замечает: *«Ваша теория и солидна и остроумна... Впрочем, ведь все теории стоят одна другой. Есть среди них и такая, согласно которой каждому будет дано по его вере»*. Последние слова Воланда сюжетно реализуются в процессе анекдотических конфликтов между «нечистой силой» и новоиспеченными атеистами.

Система персонажей разыгрывающегося по дявольскому сценарию действия предстаёт как яркий калейдоскоп «странных» типов, которые волею судьбы оказались в непредвиденных обстоятельствах жизни, и которые, в силу их человеческой непостижимости, окончательно лишили их рассудка. Такой поворот судьбы комических персонажей изображается, согласно мнению Б. М. Гаспарова, как закономерный результат их сверхъестественных желаний [1, с. 116]. Например, Берлиоз, возмнив себя свободно мыслящим «разумом» новой истории человечества, на самом деле, как иронически отмечает Воланд, *«не только лишен возможности составить какой-нибудь план хотя бы на смехотворно короткий срок, ну, лет, скажем, на тысячу, но не может ручаться даже за свой собственный завтрашний день»*. Неожиданная и нелепая смерть председателя МАССОЛИТа и стала началом того, «что и требовалось доказать как неопровержимый факт бытия сатаны» [6, с. 28]. Именно Воланд является той единственной силой, которая правит человеческой жизнью, добровольно отказавшейся от своего светлого и божественного предназначения.

Сатирически-стилевая и ироническая экспрессивность всех образительных компонентов открыла страшную правду жизни: революционная Россия потеряла свое человеческое лицо, превратилась в некое подобие двуногих организмов неопределенного биологического вида. Например, в Москве почти исчезли женщины, а вместо них появились различного цвета «гражданки». [1, с. 101].

Москва Булгакова показана в романе как замкнутое в себе пространство, в котором в огромном количестве располагаются всевозможные госучреждения, администрации, комиссии. В основе сюжетного построения мос-

ковских глав лежат многочисленные эпизоды и сцены, которые, при всей своей сжатой миниатюрности, отличаются зрелищной образностью многочисленных персонажей, снующих по улицам и переулкам, толкающихся в магазинах, бранящихся в переполненных трамваях. Арбат, Ваганьковский переулок, Бронная и Садовая улицы – это места, где существуют коммуналки, переполненные ненавидящими друг друга жильцами. И не удивительно, что в такой «до крайности запущенной» коммунальной жизни, «слабо освещенной малюсенькой угольной лампочкой под высоким черным от грязи потолком», темные коридоры неотвратимо ведут в общественные ванны, «в черных страшных пятнах от сбитой эмали». Москва у Булгакова – это город одного светлого пятна, светящегося в серых окнах, и одного звука, назойливого и оглушающего: «в каждом из окон горел огонь под оранжевым абажуром, и из всех окон, из всех дверей, из всех подворотен, с крыши и чердаков, из подвалов и дворов вырывался хриплый рев полонеза из оперы «Евгений Онегин».

Гротеск и ирония как внешние пласты портретно-предметной структуры произведения Булгакова, как отмечает Б. М. Гаспаров, обнажили физическое уродство и внутреннюю развращённость граждан Москвы, утверждающих, что они единственные во всей вселенной. Такая уверенность, как утверждает исследователь, особенно характерна для чиновников от культуры, создавших себе райскую жизнь под вывеской МАССОЛИТа [1, с. 187].

Согласно наблюдениям Л. В. Белой, гротескность сцены кощунственной панихиды по Берлиозу усиливается стилистической иносказательностью («молодые люди, в стрижке боксом» – синекдоха, «пожилая девушка» – оксюморон) и лексическим повтором глагола «плясали», подчеркивающими дьявольский характер веселья. Вопиющая ненормальность происходящих событий, по мнению исследователя, стремительно перемещающихся из одного места в другое, последовательно расширяет границы сюжетного действия. Увеличивается количество персонажей романа, из которых одни «весело» гуляют и в кровь бьют друг другу физиономии, а другие, напротив, ведут «скромный» образ жизни в различных московских товариществах. Физиономическая портретность является характерной чертой всех сатирических персонажей Булгакова.

Как отмечает Яновская Л.М., через сатирический смех и иронию Булгаков показал амбициозный идиотизм разного рода атеистов, на своём личном опыте узнавших, что «пути Господни неисповедимы» при любом социально-политическом раскладе.

Таким образом, Булгаков создал свою сатирическую «историю одного советского города», но его смех был направлен не против политического устройства советской действительности, а против иллюзорности происходящих в России в те годы безнравственных перемен. Как отмечал Б. Эйхенбаум, «смех есть вообще эмоция интеллектуальная, которая тем самым не противоречит эстетическому созерцанию и не разрушает его». Именно такой «интеллектуальной эмоцией» стал юмористический смех и ирония в «Мастере и Маргарите», которые достигли высокой степени художественно-эстетического превосходства за счет изобразительной контрастности между сатирически уродливой действительностью и противостоящей силы в образе эмоционально-выразительных существ, потресканных замутненное воображение московских граждан.

Список литературы:

1. Гаспаров Б. М. Из наблюдений над мотивной структурой романа М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита» // Литературные леймотивы. – М.: Восточная литература, 1993.
2. Гордович К. Д. История отечественной литературы XX века: Пособие для гуманитарных вузов. – СПб: СпецЛит, 2000.
3. Лазарева М. А. «Смех» М. Булгакова (Критерии художественности «Мастера и Маргариты»). – М., 2002.
4. Чудакова М. О. Жизнеописание М. Булгакова. – М.: Астрель, 2002.
5. Яблоков Е. А. Художественный мир Михаила Булгакова. – М.: Языки славянской культуры, 2001.
6. Яблоков Е. А. «Я часть той силы» (Этическая проблематика романа М. Булгакова «Мастер и Маргарита») // Русская литература. 1988. – № 2.

ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ТЕКСТ КАК ИНДИВИДУАЛЬНО-АВТОРСКОЕ СЕМИОТИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО (НА МАТЕРИАЛЕ ЯЗЫКА ПРОЗЫ А.И.СОЛЖЕНИЦЫНА)

Яковенко Елена Николаевна

кандидат филол. наук, доцент, Государственный морской университет имени адмирала Ф.Ф. Ушакова, г. Новороссийск, Россия

АННОТАЦИЯ

Художественный текст как особый лингвокогнитивный и эмоционально-прагматический феномен уже давно и активно исследуется в лингвистике, когнитивистике, семиотике и других гуманитарных направлениях, однако до сих пор не до конца выявлены потенциал и роль языкового сознания автора-творца текста, его специфический семиотический код, личностная концептосфера, - словом, всё то, что определяет уникальность, неповторимость и эстетическую ценность художественного текста как явления Культуры, как суперзнака автора.

ABSTRACT

Artistic text as a special cognitive and emotional-pragmatic phenomenon has long been actively investigated in linguistics, cognitive science, semiotics and other humanitarian areas, however, are still not fully identified the potential and role of language consciousness of the author-Creator of the text, its specific semiotic code, personal conceptual sphere, - in short, everything that defines the uniqueness, originality and ethico-aesthetic value of a literary text as a phenomenon of Culture as supersnake author.

Ключевые слова: семиотический код, художественный текст, феномен

Keywords: semiotic code, artistic text, the phenomenon

Слово как знак является специфическим материальным носителем, представляющим некую другую сущность; понятие сущности в этом контексте коррелирует с ассоциацией, символом, образом, смыслом, концептом, идеей, архетипом. Художественный текст представляет собой такое индивидуально-авторское семиотическое пространство, в котором органично синтезируются все модусы идеальной субстанции знака, репрезентированные грамматическими, словообразовательно-деривационными, морфологическими, лексическими, фразеологическими и синтаксическими средствами, воплощающими замысел автора. Ведь слово - это носитель не только актуальной информации, передаваемой в процессах обыденной речевой коммуникации, но и эстетически обусловленный знак, аккумулирующий историческую, социокультурную, религиозно-конфессиональную, интеллектуальную, экспрессивно-эмоциональную, аксиологическую, этноментальную, оценочную информацию. Именно такая информация формирует социально-исторически детерминированный культурный компонент смысловой структуры слова, который активизируется в художественном тексте, отражая неповторимость и уникальность языкового сознания и эстетического мышления его автора. Иными словами, семиотика художественного текста во многом обуславливается ментальностью и индивидуально-личностными языковыми особенностями творца текста, который сам выступает суперзнаком авторского «Я».

«Мы говорим о русской ментальности как о глубинном корне народной жизни – содержании, которое постоянно ищет новых форм, второпях захватывает чужие, не органичные для неё, ошибаясь и раскаиваясь» [3, с. 3]. Для художественного дискурса А.И. Солженицына характерна такая особенность, которую подметила А. Вежицкая, исследуя роль ключевых слов в понимании культур: «В целом ряде русских слов и выражений отражается тенденция осуждать других людей в своей речи, высказывать абсолютные моральные суждения и связывать моральные суждения с эмоциями, так же, как и акцент на “абсолютном” и “высших ценностях” в культуре в целом (ср. Wierzbicka 1992b)» [2, с. 266]. В семиотике художественного мира А.И. Солженицына объективируются как традиционные для русской культуры ключевые концепты жизни и смерти; свободы и воли; войны и мира; греха и покаяния; страдания и радости; так и контрарные эксклюзивно-авторские – концепты лагеря и храма; арестанта и надзирателя; позора и почёта; старости и молодости; молитвы и проклятия; колокола и молчания; подвига и предательства; мужчины и женщины; москвичей и провинциалов; Бога и человека; государства и личности и др.

Уникальность авторского языкового сознания, представленная в семиотическом коде писателя, заключается как в морфемных структурах слова, в специфичности значений, реализующихся в составе производного слова, во взаимоотношениях частей речи в словообразовании, в иерархии семантических компонентов в составе лексического значения слова, - так и в синтаксическом рисунке текста, в прагматике художественной речи, в концептном «каркасе» авторского художественного мира в целом.

По нашим наблюдениям, в центре индивидуально-авторской духовно-православной концептосферы А.И. Солженицына как творца текста, который, в свою очередь, является суперзнаком автора, находится понятие «нравственность», выступающее в его художественном дискурсе авторской этноментальной константой, которая объективируется посредством соотносящихся с ним поня-

тий любви, веры, смирения, терпения, добра, истины, чести, совести, совестливости и др.: «Так и нас, иногo: когда уже постигает удар кары-совести, то - черезo всё нутро напoстрел, и черезo всю жизнь вдоль» [4, с. 608]; «Месяц за месяцем, неделя за неделей клонясь к смерти, свыкаясь, - я в своей готовности, смиренности опередил тело» [4, с. 611]; «У тех людей всегда лица хороши, кто в ладах с совестью своей», знаком же нечистой совести, бессовестности выступает «жестокое лицо» тракториста: «Самодовольный, с жестоким лицом вышел тракторист» [4, с. 147-148] (здесь и далее выделено нами. – Я.Е.Н.). Вообще в творческой и семиотической системе А.И. Солженицына лицо как знак совести можно считать авторским концептом, как, например, в рассказе «Матрёнин двор»: «... и голова охвачена белым платком, - а лицо осталось целёхонькое, спокойное, больше живое, чем мёртвое» [4, с. 153] (ср. «со спокойной совестью», «с чистой совестью»).

В семиотическом пространстве А. И. Солженицына чётко прослеживается противопоставленность этико-философских, религиозных понятий жизнь – смерть и душа – тело. С понятием жизни сопряжён концепт «Душа»; с понятием тела – «Смерть». В авторской ассоциативно-вербальной сети душа как проявление жизни, как живая, вечная сущность соотносится с понятиями тепла, света, чистоты, пространства, труда, покоя, свободы: «Что происходит за ночь с нашей душой? В недвижной онемелости твоего сна она как бы получает волну, отдельно от этого тела, пройти через некие чистые пространства, освободиться отo всего ничтожного, что налипало на ней или морщило её в прошлый день, да даже и в целые годы» [4, с. 613]; «И отпущено каждому живущему только: свой труд – и своя душа» [4, с. 613].

Семиотический код А.И. Солженицына в большой степени сформирован религиозно-православным мировоззрением, языковыми маркерами которого выступают как лексико-семантические образования различного функционального статуса, так и глубинные символично-смысловые структуры, концептуальные доминанты, важнейшими из которых можно считать «Жизнь» и «Смерть»: «И – ничего больше мы не узнаем, пока живы. Но молитва за души их – перекидывает от нас к ним, от них к нам – неосознаемую арку – вселенского размаха, а безпреградной близости. ... Сосредоточась, даже вдыхаешь их отзыв, заминку, предупреждение. И – своё земное тепло посылаешь им в обмен: может, и мы чем-то пособим?» [4, с. 617].

Языковое «кружево» художественного пространства А.И. Солженицына сплетено из таких знаков различной структурной сложности, которые актуализируют и вербализуют категорию духовности, выступающую специфической категорией мышления и бытия. Смысловое пространство дискурса писателя организовано взаимоотношением вербально-категориальных полей бытия, жизни, смерти, духовности, Бога. В русском языке и в других языках славянского происхождения, относящихся к индоевропейской группе, слово «Бог», как считают многие учёные, родственно санскритскому bhaga, что значит «одаряющий, наделяющий», в свою очередь происходящему от bhagas – «достояние», «счастье». Лексема «богатство» тоже родственна слову «Бог». В этом выражено представление о Боге как о полноте бытия, как всесовершенстве и блаженстве, которые, однако, не замкнуты внутри Божества, но изливаются на мир, людей, на все живое. «Бог есть любовь», – говорит святой апостол Иоанн Богослов [1, с. 18]. По Солженицыну, земное и духовное бытие человека, его жизнь и смерть напрямую связаны с божественной волей, поэтому никто и ничто не в силах разрушить божественный замысел и предначертанность

судьбы. Но в художественном мире автора отражена катастрофическая, по его мысли, для России и будущих поколений ситуация безверия, бездуховности, безбожия: «... право не верить в Бога ограждено конституцией» [4, с. 291].

Эксклюзивными семиотическими маркерами авторского языкового сознания в художественном тексте А.И. Солженицына выступают единицы религиозно-православного лексического фонда, с помощью которых автор старается воссоздать и запечатлеть в первоизданной чистоте и правильности облик уже изменившейся России, «кондовой России». Так, только в одном рассказе, «Матренин двор», в избытке функционирует следующая религиозно-православная лексика: 1) Бог, Господь; 2) поп, дьякон, праведник, монашенка, покойная, усопшая; 3) всенощная, водосвятие, поминки; 4) церковь, маковка, купол, лампадка, псалтырь, образа, иконка Николая Угодника, святой (угол), святая вода; 5) молиться, повенчаться, перекреститься, отпевать; 6) душа, мольба, надежда, грехи; 7) Крещение, Покров, Петров день. Всё целостное текстовое художественное пространство автора так же насыщено этой лексикой, единицы которой в систематизированном виде выступают знаками той православной России, которой, по убеждению А.И. Солженицына и к его горькому сожалению, уже нет. А потому с такой тоской, отчаянием и призывом к живущим вопрошает автор: «Чего доброго ждём мы от нашего будущего?» [4, с. 294].

Анализ языка прозы А.И. Солженицына показывает, что вся его индивидуально-авторская семиотическая система может интерпретироваться как суперзнак самой России православной, потому что авторское «Я» неотделимо от неё, является её производным. Язык писателя является суперзнаком его Души, которая вобрала, кажется, всю нашу память, боль и страдания, но всё-таки не потеряла надежду на лучшее будущее его любимой родины: «Но и в этой запусте у покинутых тут, обманутых людей нет другого выбора, как ж и т ь. И жить – здесь. И для них тут, и для всех, кто однажды увидел это диво: ведь стоит колокольня! Как наша надежда. Как наша молитва: нет, в с ю Русь до конца не попустит Господь утопить...» [4, с. 610].

Список литературы:

1. Библия. Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета. Российское библейское общество. М., 2012. - 342с.
2. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов// Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков / Пер. с англ. А.Д.Шмелева/Под ред. Т.В.Булыгиной. М., 1999. - 395с.
3. Колесов В.В. Русская ментальность в языке и тексте. СПб., 2006. - 297с.
4. Солженицын А.И. Собрание сочинений: В 9 т. Т. 1: Рассказы. М., 1999. – 763с.

ПРОБЛЕМЫ НОРМАЛИЗАЦИИ КАЗАХСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

Жазылбаева С аулеш Советовна

Преподаватель Таразского государственного педагогического института

THE PROBLEMS OF NORMALIZATION OF KAZAKH TERMINOLOGY

Zhazylbayeva Saulesh Sovetovna, The teacher of Taraz State Pedagogical Institute

ANNOTATION

This article deals with the problems of the normalization of Kazakh terminology. The author underlines the importance of cognitive-communicative aspects of researching the Humanitarian and their semantic-conceptual analysis.

Keywords: linguistics, terms, semantics.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена проблемам нормализации казахской терминологии. Автор подчеркивает важность когнитивно-коммуникативных аспектов исследования терминов гуманитарных наук, семантико-концептуального анализа.

Ключевые слова: языкознание, термин, семантика.

ҚАЗАҚ ТЕРМИНАНЫМЫНЫҢ НОРМАЛАНУ МӘСЕЛЕСІ

XXI ғасыр – ақпарат ғасыры екендігін ескерсек, еліміздегі болып жатқан оң қадамды жаңалықтар мен жетістіктерді жеткізіп, таратып, сараптап, ақпарат толқынына төтеп беру бүгінгі күннің талабы. Ақпаратты дұрыс беру, жеткізу - өз алдына жауапты іс. Термин сөздер дәл осы жауапты істің кілті іспеттес. Неге десеніз, термин сөздер арқылы ақпаратты жеткізу, тарату тікелей жүзеге асырылады. Сөздің лексикалық және терминологиялық мағыналары арқылы ақпараттың берілуі.

Қазақ тіл білімінде сөз мағынасы және ақпарат саласын зерттеп жүрген Г.Әлімбек: «Терминнің когнитивтік-коммуникативтік қырлары жан жақты ашылған деп кесіп айтуға әлі ерте. Жалпы бұл соңғы жылдары тіл білімінде жаппай қарқын ала бастаған жаңа бағыт болғандықтан, алдағы уақытта зерттеулер тізбегі жалғаса

беруге тиіс. Қазақ тіл білімінде терминологияны когнитивтік тұрғыдан қарастыруға арнайы мән берген жөн», - деп жазады.

Терминнің құндылығын жүйелі және дискурстық деп екіге ажыратуға болады. Терминнің жүйелі құндылығы деп терминологиялық жүйе ішіндегі ақпараттық құндылығы айтылса, терминнің дискурстық құндылығы деп оның ғылыми мәтіндегі ақпараттық құндылығы айтылады.

Ғылыми мәтіндердегі терминдер жаңа ақпаратты жеткізуші ғана емес, сол ақпараттың белгілі бір ғылым саласының негізгі категориясы екендігін білдіреді, яғни өзіндік индикативтік маркер рөлін атқарады. Терминдердің дискурстағы негізгі қызметі индикативтік қызмет болып табылады. Олар мәтіндегі ұғымдық (семантикалық) категориялардың көрсеткіші саналады.

Кез келген тілдің терминдері сияқты қазақ тіл білімінің терминдері де белгілі бір заңдылықпен, тәртіппен, жүйелілікпен жасалады. Ол заңдылықтар мен

жүйеліліктер, біріншіден, терминдердің берер ғылыми ұғымынан, екіншіден, олардың жасалу тәсілдерінен көрінеді. Мәселен, сын есім деген термин «заттың сынын, сапасын, түрін, түсін білдіретін сөз табы» деген ұғымды білдірсе, осы негізгі терминнен туындаған дара сын есім, күрделі сын есім, негізгі сын есім, туынды сын есім немесе сапалық сын есім, қатыстық сын есім деген терминдер - сын есімнің құрамы мен мағынасына қарай бөлінуін білдіретін терминдер.

Қазақ терминтанымын когнитивті-прагматикалық тұрғыдан зерттеу мынадай ой-тұжырымдар жасауға мүмкіндіктер береді:

Тіл тек ақпаратты сақтаушы және жеткізуші ғана емес, жаңа ұғымдарды жасайтын құрал болып табылады. Тілдің көмегімен адам санасында шындық өмірдің ерекше концептуалды-ақпараттық үлгісі жасалады.

Адам өзінің тәжірибесі арқылы қабылдағанды, тұжырымдағанды тілдік таңба ретінде бекіту немесе кодтау бір адамнан екінші адамға жеткізуге мүмкіндік береді.

Терминдер – таным құралы. Ал таным үдерісі ақпарат алу мен оның таралуымен етене байланысты. Терминдер арқылы адамның танымынан туатын сан алуан жаңалықтар өмірдің қай саласында болмасын өз орнын алады. Қоғамның дамуына сай адам баласы ғылым, білім, техника т.б. салаларды танымдық тұрғыдан жаңаша бағалап, соған сәйкес жаңа терминдер жасайды. Демек, терминологиялық ақпарат күн өткен сайын толығып, дамып, қолданыс аясы ұлғайып отыратын ақпарат болып табылады.

Терминдер арқылы берілетін ақпарат интеллектуалдық қарым- қатынастың негізгі мазмұнын құрайды. Ақпарат алмасу жинақталған білім арқылы іске асады. Білім мен ақпарат өзара ажырамас ұғымдар, бірақ олардың арасына теңдік белгісін де қоюға болмайды. Егер білім тілдік қарым -қатынаста қолданылса, онда ол ақпаратқа айналады.

Термин арнайы ұғымды білдіре отырып, ерекше терминдік жүйеде өзінің құндылығымен ерекшеленеді де, ғылыми ақпаратты сақтаушы және оны жеткізушіге айналады.

Терминологиялық ақпараттың прагматикалық құндылығы адамның көңіл-күйіне және оның ойлануына белгілі бір деңгейде ықпал етуінен көрінеді. Таным адамның дүние туралы ой-өрісін кеңейтетін болса, ғылыми түсінік қалыптастыратын термин оның басты бірлігі болып саналады. Ал термин арқылы берілетін ақпарат оның негізін құрайтыны сөзсіз.

Қоғамдық ғылымдар терминологиясы ғылыми білімді вербалдайтын және концептуалдайтын маманның когнитивтік іс- әрекетінің нәтижесі.

Осыған байланысты Қазақстан Республикасының «Тілдерді қолдану мен дамытудың 2001-2010 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасында» Қазақстандағы тіл құрылысының ұзақ мерзімді стратегиялық басымдықтары, жағдайлары мен перспективалары, көздеген

тілдің даму заңдылықтары оның даму тұрғысынан қарастырылып, мақсаттары мен міндеттері айқындалған, сондай-ақ оларды жүзеге асырудың басты бағыттары мен іске асыру тетіктері белгіленген.

Сондықтан ана тіліміздің қадір-қасиетін биікке көтеріп, қастерлей отырып, оның жетілу, даму, толығу, баю процесін жан-жақты зерттеп, жас ұрпақ санасына жеткізу бүгінгі өмір талаптарының бірі деп есептеуіміз керек. Оқырманын ойлантып, санасын сәулендіретін көркем әдебиет тілінің айрықша екені сөзсіз. Эстетикалық деңгейі жоғары, айтар идеясы анық, мазмұны терең көркем шығарма оқырманға сөз құдіреті арқылы жетеді. Сөз құдіреті арқылы суреткер тілінің әсемдігі, көркемдігі, тілдік құралдар мен тәсілдерді орнымен жұмсап, сөз қазынасын мольданып пайдаланып, сөздерді қиыстырудағы ұтқырлығы, шеберлігі, даралығы, өзіндік жаңалығы танылады.

Қазақ тіліндегі қоғамдық ғылымдар терминологиясы - қазақ әдеби тілі терминологиялық лексикасының үлкен бір қабатын құрайды. Қоғамдық ғылымдардың әр саласының терминдері ерекше терминология саналады және әрбір терминнің мағынасы осы жүйе ішінде ғана ашылады. Осыған сәйкес келетін, қарым-қатынас тілінің бірлігі болып табылады. Терминдер арқылы адамның танымынан туатын сан алуан жаңалықтар өмірдің қай саласында болмасын өз орнын алады. Қоғамның дамуына сай адам баласы ғылым, білім, техника т.б. салаларды танымдық тұрғыдан жаңаша бағалап, соған сәйкес жаңа терминдер жасайды. Демек, терминологиялық ақпарат күн өткен сайын толығып, дамып, қолданыс аясы ұлғайып отыратын ақпарат болып табылады.

Терминдер арқылы берілетін ақпарат интеллектуалдық қарым- қатынастың негізгі мазмұнын құрайды. Ақпарат алмасу жинақталған білім арқылы іске асады. Білім мен ақпарат өзара ажырамас ұғымдар, бірақ олардың арасына теңдік белгісін де қоюға болмайды. Егер білім тілдік қарым -қатынаста қолданылса, онда ол ақпаратқа айналады.

Қорыта келе, қазақ терминтанымына байланысты өзекті мәселелер осымен зерттелініп бітті деп айта алмаймыз. Егер зерттей білсек, қазақ терминологиясының өзекті мәселелері әлі де баршылық.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Байтұрсынұлы А. Тіл тағылымы. – А.: «Ана тілі», 1992.-446 б.
2. Володина М. Н. Теория терминологической номинации. -М.: 1997.
3. Құрманбайұлы Ш. Қазақ терминологиясының дамуының кезендік сипаты. -А.: 2002. - 184 б.
4. Қордабаев Т. Қазақ тіл білімінің мәселелері. Қ.: 1992.
5. Суперанская А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В. Общая терминология: Вопросы теории. - М.: 1989. -248

ФИЛОСОФСКИЕ НАУКИ

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ НАУЧНОГО ИЗУЧЕНИЯ ДОЛГОВРЕМЕННЫХ И МАКРОУРОВНЕВЫХ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ФЕНОМЕНОВ

Алалыкин-Извеков Владимир Николаевич

Кандидат педагогических наук, представитель и координатор программ Международного общества сравнительного изучения цивилизаций (Россия, Европа), член совета директоров Международного общества сравнительного изучения цивилизаций, про-ректор Международного университета общественного развития, Вашингтон, Округ Колумбия, США

Alalykin-Izvekov Vlad, Candidate of Pedagogical Science, Representative and Programs Coordinator of the International Society for the Comparative Study of Civilizations (Europe, Russia), Member of the Board of Directors of the International Society for the Comparative Study of Civilizations, Pro-Rector of the International University for the Societal Development, Washington, District of Columbia, USA

АННОТАЦИЯ

Автор публикации основал и в течение ряда лет продолжает активно разрабатывать научно-теоретические и методологические основы двух новых научных фундаментальных областей – «цивилизационики» и «философии цивилизации».

ABSTRACT

The author of the publication founded and for a number of years continues to develop theoretical and methodological foundations of two new fundamental scientific fields – «civilizational science» and «philosophy of civilization».

Ключевые слова: цивилизация, научная теория цивилизации, цивилизационика, философия цивилизации

Keywords: civilization, scientific theory of civilization, civilizational science, philosophy of civilization

«Разгадка столь великой тайны не достижима лишь одним путём».

Квинтус Аврелиус Симмах

ВСТУПЛЕНИЕ

Наука, как никогда, должна сегодня основываться на адекватной картине мира. Начало XXI века характеризуется крайним обострением многих проблем развития человеческой цивилизации. Несущий реальную угрозу её исчезновения стремительный процесс развёртывания демографического, ресурсного, климатического и других кризисов диктует настоятельную необходимость научного изучения феномена цивилизации с целью своевременного предсказания, идентификации, понимания, объяснения и адекватного разрешения нарастающих проблем глобализирующегося мира.

Научный анализ показывает, что с целью адекватного изучения наиболее общих свойств, характеристик и аспектов социокультурного, социоэкономического и социопсихологического развития человечества необходима разработка принципиально новых фундаментальных научных направлений.

В конце XX века В.Н. Алалыкин-Извеков предложил концепцию и разработал теоретико-методологические основания междисциплинарной научной области, которую он назвал «цивилизационикой» («civilizational science»). В рамках «цивилизационики» был предложен анализ и ряд научных решений стоящих перед человечеством глобальных проблем. [1, 2].

Дальнейшие исследования показали, что с целью адекватного изучения наиболее общих свойств, характеристик и аспектов социокультурного, социоэкономического и социопсихологического развития человечества необходима новая фундаментальная научная область – «философия цивилизации».

«ЦИВИЛИЗАЦИОНИКА» КАК НАУКА

В рамках «цивилизационики» феномен цивилизации определяется как эмпирически, рационально либо интуитивно обоснованный конструкт макроуровневых пространственно-временных, социокультурных и психологических явлений и долговременных пространственно-временных, социокультурных и психологических процессов, оказывающих существенное влияние на эволюцию человечества.

«Цивилизационика» основывается на следующих фундаментальных подходах: 1) полипарадигмальный; 2) системный; 3) дополнительный; 4) междисциплинарный; 5) интегральный; 6) последовательный; 7) интерактивный. На основе данных подходов стало возможным, например, предложить научную типологию цивилизационных парадигм, которые в рамках «цивилизационики» классифицируются следующим образом:

1. Тип: а) механистическая; б) органическая; в) географическая; г) биологическая; д) ноосферная; е) социологическая; ж) социоэкономическая; з) социобиологическая; и) культурологическая; к) психосоциальная; л) аксиологическая; м) религиозная; н) технологическая; о) экономическая; п) экуменическая; р) мир-системная и т.д.
2. Единицы: а) культуры; б) культурные системы (культурные суперсистемы); в) общества; г) этносы и т.д.
3. Количество единиц: а) единственная; б) двоичная; в) множественная.
4. Характер единиц: а) крупные, средние, малые; б) долговременные, средней протяжённости, краткосрочные; в) автономные/неавтономные; г) оригинальные/периферийные; д) влиятельные/малозначимые и т.д.

5. Движущая сила, механизм или фундаментальная основа: а) принцип; б) конфликт; в) закон; г) контракт; д) принуждение; е) правящая элита; ё) «волна прогресса»; ж) вера; з) свобода; и) логика; к) альтруизм; л) коммунитаризм; м) индивидуализм; н) либерализм; о) консерватизм; п) эмпирическое мировоззрение; р) рациональное мировоззрение; с) интуитивное мировоззрение и др.
6. Эволюционная динамика: а) линейная /многолинейная; б) циклическая/не-циклическая; в) спиральная/не-спиральная; г) периодическая/не-периодическая; д) прогрессивная/ регрессивная; е) постоянно повторяющаяся; ё) бесцельно колеблющаяся; ж) неизменная; з) телеологическая; и) эсхатологическая; к) апокалиптическая и т.д.
7. Стадии: а) эпоха; б) эра; в) период; г) цикл; д) династии и т.д.
8. Поколение: а) первое; б) второе; в) третье и т.д.
9. Основные характеристики: города, письменность, законодательство, развитое земледелие, ремёсла и торговля, искусство, монументальная архитектура, образование, архитектура, города, письменность, развитая религия, наука, классовое общество, государство, частная или тем или иным образом огосударствлённая собственность, деньги и др.

В ходе дальнейших исследований автор пришёл к выводу о том, что для адекватного анализа наиболее общих свойств, характеристик и аспектов социокультурного, социоэкономического и социопсихологического развития человечества необходима новая фундаментальная научная область - «философия цивилизации».

«ФИЛОСОФИЯ ЦИВИЛИЗАЦИИ» И ЕЁ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ

Попытки осмыслить наиболее общие свойства, характеристики и аспекты социокультурного, социоэкономического и социопсихологического развития человечества предпринимались ранее.

Такова, например, концепция философии цивилизации немецко-французского философа А. Швейцера, который определяет цивилизацию как «материальный и духовный прогресс». [3, с. 22; 4, с. 55] и выступает за гармоничное развитие всех сфер культуры при главенстве нравственной её стороны. В качестве универсального выражения своей концепции он отчеканивает фразу «Благоговение перед жизнью». Как справедливо указывает П. Сорокин, это ограниченная в основном этически-моральными рамками концепция философии цивилизации. [5, с. 176; 6, с. 355].

В условиях стремительно глобализирующегося мира необходима разработка фундаментальных воззрений на все аспекты развития человеческой цивилизации.

Следовательно, теоретико-методологическим фундаментом «философии цивилизации» должны явиться философия истории, науки, культуры и искусства; история философии, теория культуры, социологии, психологии и ряда других научных областей, а также целый спектр философско-теоретических и исторических представлений о структуре и динамике развития глобальных социокультурных явлений и процессов, в том числе: общая теория цивилизационного развития (Н.Я. Данилевский, К.Н. Леонтьев, А.Дж. Тойнби, О. Шпенглер, К. Куигли, Ю.В. Яковец, М. Мелко, А. Тарговский и др.); концепции и теории математического моделирования эволюции цивилизации (Ибн Халдун, Дж. Голдстоун, Р. Коллинз, Дж. Комлос, С. Нефёдов, С. Капица, П. Турчин, А.Коротаев, Л.

Гринин, В. Шолохов, С. Гринченко и др.); концепции и теории разума (древнеиндийские, древнекитайские и, позже, мусульманские мыслители, Платон, Аристотель, Парменид, Р. Декарт, Б. Спиноза, Г. Лейбниц, Дж. Локк, Д. Хьюм, И. Кант, Г. Гегель, М. Хайдеггер, З. Фрейд, У. Джеймс, Ж. Пиаже, И.М. Сеченов, И.П. Павлов, Л.С. Выготский, А.А. Ухтомский, А.Н. Леонтьев, П.К. Анохин и др.); интегральная философия и теория социокультурной динамики (П.А. Сорокин); теория ноосферного пути развития цивилизации (В.И.Вернадский, Э. Леруа, П.Тейяр де Шарден, Н.Н. Моисеев, А. Тарговский и др.); теория «цивилизационных волн» (Э. Тоффлер); «мир-системный подход» (И. Валлерстайн, Д. Уилкинсон и др.); подход «long-duree» исторической школы «Анналов» (Ф. Бродель и др.); теория «столкновения цивилизаций» С. Хантингтона; теория «конца истории» (Ф. Фукуяма); теория цикличности социокультурного развития (древнеиндийские и древнекитайские мыслители, Аристотель, Полибий, Ибн Хальдун, Дж. Вико, Г. Кернз, Р. Саркар, А. Шлесинджер и др.); теория дезинтеграции сложных обществ (Дж. Тэйлор, Дж. Даймонд и др.); теория этногенеза (Л. Н. Гумилёв и др.); психосоциальная цивилизационная парадигма (З. Фрейд, К. Юнг, М. Целинский и др.); идеи глобалистики, «Большой», универсальной и мировой истории.

В числе других, «философия цивилизации» призвана ответить на ряд фундаментальных вопросов, например: 1. Каково будущее науки и технологии, культуры и искусства, образования и религии, семьи и государства, труда и отдыха, общества и окружающей его среды? 2. В каком направлении будут развиваться наука, религия, философия, искусство, юриспруденция, экономика, политика и другие глобальные культурные системы? 3. Каково будущее политических процессов, войны и мира? 4. Как будут выглядеть города, села и жилища будущего? 5. В каком направлении движется человечество? Каковы глобальные мега-тенденции будущего? 6. Должен ли материальный прогресс сопровождаться прогрессом духовным? 7. В каком направлении должна идти эволюция моральных и этических ценностей? 8. Возможна ли планетарная (глобальная, мировая) цивилизация? 9. Возможна ли универсальная религия? 10. К чему ведёт глобализация, развитие высоких технологий и био-технологическая революция? 11. Каковы наилучшие формы правления и государственности? 12. Возможна ли экологически, социально, культурно и психологически устойчивая цивилизация? 13. Возможна ли гибель цивилизации? 14. Какие формы глобального международного управления разумны и моральны? 15. Как будут развиваться отношения человеческой цивилизации с другими носителями разума (искусственный интеллект, обитатели других планет и др.) 16. Каково будущее отношений между человечеством и Вселенной?

«Философия цивилизации», таким образом, представляет собой область философии, которая изучает сущность, природу, значение, структуру, границы, а также наиболее общие закономерности возникновения и динамики развития феномена цивилизации во всех его манифестациях.

ВЫВОДЫ

1. Современная наука должна основываться на адекватной картине мира. Начало XXI века характеризуется крайним обострением многих проблем развития человеческой цивилизации.
2. Основанная автором данной публикации фундаментальная научная область «цивилизационика» способна предложить адекватный анализ и основанный на нём ряд решений проблем стремительно глобализирующегося мира.

3. С целью адекватного изучения наиболее общих свойств, характеристик и аспектов социокультурного, социоэкономического и социопсихологического развития человечества необходима новая фундаментальная научная область – «философия цивилизации».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Alalykin-Izvekov, V. Civilizational Science: The Evolution of a New Field / V. Alalykin-Izvekov // Comparative Civilizations Review. – 2011. - No. 64.
2. Alalykin-Izvekov, V. From Sorokin to Huntington and Beyond: Civilizations in Times of Change, Transition and Crisis // ISCSK Kalamazoo Conference Proceedings. – 2009. International Society for the Comparative Study of Civilizations, ISCSK Press.
3. Schweitzer, A. The Philosophy of Civilization. - Buffalo, New York: Prometheus Books, 1987.
4. Швейцер, А. Благоговение перед жизнью. – М.: Прогресс, 1992.
5. Sorokin, P. Modern Historical and Social Philosophies. New York: Dover Publications, 1963.
6. Sorokin, P. Sociological Theories of Today. New York: Harper & Row, Publishers, 1966.

«ЧЕЛОВЕК-МАШИНА» ИЛИ «ОБЕЗЛИЧЕННОЕ» СОЗНАНИЕ

Богданова Вероника Олеговна

Старший преподаватель, кандидат философских наук,

Челябинский государственный педагогический университет, Челябинск

Скорюков Олег Николаевич

Аспирант, Челябинский государственный педагогический университет, Челябинск

“HUMAN-MACHINE” OR “DEPERSONALIZED” CONSCIOUSNESS

Bogdanova Veronika, Senior lecturer, candidate of philosophy, Chelyabinsk state pedagogical university, Chelyabinsk
Skoryukov Oleg, Graduate, Chelyabinsk state pedagogical university, Chelyabinsk

АННОТАЦИЯ

В статье дается критический анализ современным концепциям сознания (физикализму и функционализму), устанавливается связь этих концепций с философской традицией европейской философии.

ABSTRACT

In article is given the critical analysis to modern concepts of consciousness (physicalism and functionalism), in connection of these concepts with philosophical tradition of the European philosophy.

Ключевые слова: сознание, головной мозг, тело, физикализм, функционализм.

Keywords: consciousness, brain, body, physicalism, functionalism.

Проблема сознания всегда привлекала внимание философов, так как понять универсальные законы бытия и объяснить явления окружающего мира невозможно, не обращая внимания на специфику данного феномена. Несмотря на многовековые искания философов, загадка сознания остается неразгаданной. В современной философии сознания господствуют идеи физикализма и функционализма, что, отчасти, возрождает старую философскую традицию механистического материализма, ярким представителем которой был Ж. Ламетри. Как известно, этот французский философ отверг традиционное представление о душе и предложил новый образ человека – «человека-машины». Человек – это самозаводящаяся машина, состояния его тела всецело обуславливают состояния души посредством чувственных восприятий. Все психические проявления являются следствиями физических процессов, происходящих в его теле [5, с. 190-191]. Для концепций современной науки и философии сознания «проект» Ламетри не теряет актуальности. Сознание рассматривается как порождение материи, все базируется на принципах детерминизма. Сознание интерпретируется как система, функционирующая в соответствии с определенной структурой тела и внешней (социокультурной) среды. Материалистический монизм, трактующий сознание как порождение головного мозга или социокультурной среды, избавляет от декартовского раскола мира на *res extensa* и *res cogitas* и согласуется с принципом простоты («бритвы Оккама»), однако порождает ряд проблем как онтологического, так и гносеологического характера.

Материалистический монизм имеет множество разновидностей, условно их можно разделить на две группы. Концепции первой группы редуцируют ментальное процессы к физическим (физикализм), а концепции второй группы рассматривают ментальные процессы как «природные» или «социокультурные» функции (функционализм). С критикой концепций первой группы выступает Х. Патнем, выдвигая аргумент о «множественной реализации». Данный аргумент исходит из того, что некоторые состояния, например боль, могут испытывать не только люди, но и амфибии. С другой стороны, маловероятно, что все различные организмы, которые испытывают боль, способны иметь идентичное физическое строение мозга. Поэтому боль не может быть идентична состоянию мозга, следовательно, теория тождества физикалистов не имеет эмпирического подтверждения.

Возможен и другой вариант этого аргумента. Возбуждение определенных участков нейронной цепи должны вызывать у людей схожие мысли, тогда человек – это не свободное существо, а некий биоробот. Да, мышление можно представить как алгоритм, что открывает большие перспективы в создании искусственного интеллекта, имитирующего некоторые когнитивные процессы человека, однако остается открытым вопрос о том, каким образом инсталлирован в мозге данный алгоритм. Гипотеза, что ментальные состояния идентичны состояниям головного мозга может быть подтверждена только в случае, если удастся отыскать нейронные корреляты таких состояний. Однако даже обнаружение нейронных коррелятов

не говорит об их тождественности субъективным состояниям. Возможно, ментальное сопутствует физическому, но не совпадает с ним [1, с. 74].

Кроме того, ментальные события во всей их полноте невозможно описать посредством процессов центральной нервной системы. Ментальное не «схватывается» никакой физической теорией. Содержание человеческого сознания и ментальные процессы в любом случае будут восприниматься и описываться на феноменальном уровне, т.е. интроспективно, как они даны субъекту, а не как возбуждение нервных волокон. Например, можно дать подробное физиологическое описание взаимодействия световых волн с сетчаткой глаза и передачи электрического импульса в кору головного мозга – все это будут звенья каузальной цепи. Но заканчиваться эта каузальная цепь будет чем-то качественно отличным: визуальным восприятием, некоторым переживанием, причем, феномены уникальны, несмотря на то, что по строению головного мозга люди не отличаются друг от друга. В таком случае речь идет о двух различных сериях событий – ментальных и физических [8, с. 148].

Итак, редукционизм физикалистов неминуемо приводит к пониманию иллюзорности сознания, поскольку перевод ментального содержания сознания на язык физических терминов сводит сознание к совокупности физических процессов. Если мы делаем акцент на уникальности сознания, тогда мы переходим на позицию концепций функционализма. Функционализм базируется на утверждении, что функциональные состояния сознания могут быть реализованы посредством самых разных систем. Т.е. функцию сознания могут выполнять не только органические системы (головной мозг), но и искусственные системы, например, компьютеры. Такой подход позволяет преодолеть позицию «сознание-тело» и открывает перспективу исследования множественной реализации функций сознания в изоморфных системах [10, р. 292]. Однако функционализм тоже лишает сознание статуса индивидуальной независимости, т.к. базируется на детерминизме, но уже не физического, а социокультурного характера.

Рассмотрим в качестве примера «процессуально-информационную модель сознания» Д. Деннета. Используя аналогии работы сознания с компьютерной программой, которая реализуется за счет компьютерного «железа», Деннет связывает функциональные отношения психологических состояний с работой различных физических структур. Как и в компьютерной программе, эти отношения можно описывать на нейтральном языке, не являемся ни физикалистским, ни менталистским.

Возьмем такое свойство сознания, «открытое» феноменологами, как интенциональность. Согласно Д. Сёрлу можно выделить две разновидности интенциональности: внутреннюю (исходную) и производную. Под внутренней интенциональностью подразумевается направленность наших мыслей, верований, желаний, намерений. Именно она является источником производной интенциональности, которая представлена в созданных нами «артефактах»: словах, предложениях, книгах, картах, картинах, компьютерных программах и т.д. Хотя производная интенциональность следует за внутренней интенциональностью, целенаправленная деятельность возможна только на ее основе. Это можно сравнить с компьютерной программой. Она может быть несколько модифицирована, по мере накопления информации об окружающем мире, но в пределах дозволенного инвариантного алгоритма.

На основании этого легко заключить, что человек имеет много общего с роботом и его поведение во многом определяется именно производной интенциональностью.

Внутренняя интенциональность, позволяющая нам читать, писать, познавать – это сложный продукт эволюции. Человек состоит из клеток, тканей, органов, систем органов, которые функционирует по жестко заданным программам. Как пишет Деннет, «мы произошли от роботов и состоим из роботов, и вся интенциональность, которой мы владеем, является производной от более фундаментальной интенциональности этих миллиардов грубых интенциональных систем» [2, с. 61-62].

Знания о функциях, выполняемых человеческой психикой, открывают путь для создания «искусственной психики» с помощью альтернативных материалов. Основная функция психики заключается в обработке информации. Нервную систему можно сравнить с информационной сетью, которая через специальные узлы – датчики (или входные устройства) и эффекторы (или выходные устройства) – связана с телом. Датчик – это любое устройство, получающее информацию из одной среды и передающее ее в другую среду. В компьютере роль входных устройств выполняют клавиатура, мышь, микрофон, телекамера, которые переводят внешнюю информацию в электронную среду, где она хранится в виде «битов».

Однако в компьютере существует очень четкая граница между «внешним» миром и информационными каналами, чего нельзя сказать о человеке. У человека значительная часть информации генерируется его собственными структурами, а независимое от них существование структур «внешнего» мира всегда остается под вопросом. На основании этого представитель радикального конструктивизма Г. Рот определяет головной мозг человека как автономную и операционально замкнутую систему. Поступающая информация из окружающей среды переводится в нейродинамические процессы мозга и тем самым уже утрачивает свои первоначальные свойства и характеристики. Рецепторы в виде нейронного кода передают информацию в мозг, но она полностью видоизменяется. Лишь одна сотысячная часть активности мозга обусловлена работой органов чувств, вся остальная активность мозга направлена на конструктивную деятельность, осуществляемую на основе собственной информации. Таким образом, головной мозг не «отражает» мир, а конструирует реальность из «сырых» данных, получаемых от органов чувств и большого количества врожденных и приобретенных когнитивных структур [3, с. 14].

Такие конструкции не являются произвольными, они создаются в соответствии с критериями, которые носят либо врожденный характер, либо основываются на индивидуальном опыте. Интересен и необъясним не только процесс преобразования информации извне в нейродинамические процессы, но и сам переход материальных процессов мозга в нематериальные состояния сознания. Деннет отмечает, что если нервные импульсы рассматривать как материю сознания, то нервная система должна наполнять телефонную сеть без абонентов или телевизионную сеть без зрителей. Человек привык считать, что должен существовать некий центральный Агент, Зритель, Босс который принимает, преобразовывает, оценивает информацию и использует ее в своей деятельности [2, с. 86]. В качестве такого «Босса» многие рассматривают сознание как некую сущность. Деннет считает, что этот подход неверен, так как невозможно отделить индивида от его тела, содержащего большое количество закодированной информации. Следовательно, и головной мозг нельзя рассматривать в качестве хозяина тела, он просто один из органов среди многих других. Функции головного мозга можно правильно понять, только если рассматриваешь его

не как хозяина, а как еще одного довольно беспокойного слугу, работающего в интересах тела [2, с. 83-84].

Однако Деннет призывает отказаться от отождествления психики не только с мозгом, но и с телом как таковым. Если сознание человека уподобляется программе, а за любой программой скрывается программист, определяющий ее содержание, то кто или что выполняет роль программиста сознания? Деннет утверждает, что программистом является дарвиновский естественный отбор, который способствует формированию поведенческих схем, реализация которых благоприятствует выживанию и продолжению рода. Именно естественный отбор закрепляет целесообразное, «разумное» поведение, помогающее приспособиться к условиям среды. Разумное поведение обычно описывается с помощью интенциональных идиом, на языке ментальных, сознательных состояний [1, с. 116]. Значимые для организма реакции на раздражения среды формируются под действием естественного отбора и закрепляются на уровне нейронных связей в мозге. Схемы нейронных связей могут быть истолкованы как своего рода программы, управляющие поведением организма [1, с. 119].

Но помимо генетически детерминированных схем сознания человека содержит данные индивидуального опыта, которые человек получает, погружаясь в социокультурную среду. В этой среде индивидуальная сущность сознания тоже исчезает, поскольку полностью растворяется в этой среде, является производной от нее. Видимость индивидуального сознания, единого Я создает естественный язык, который связывает наброски «текстов» из получаемой чувственной информации. Человеческое сознание образуется в результате наложения путем обучения и воспитания на биологический субстрат (головной мозг) конструкций языка и культуры. [9, с. 21].

Деннет использует понятие о «мемах» Р. Докинза применительно к своей концепции сознания. Каждый мем представляет собой инструкцию или программу. В процессе освоения культуры индивид имитирует определенный набор алгоритмических инструкций и технологий, который был инсталлирован подобно компьютерному софту в человеческие мозги [1, с. 122]. Ментальные состояния человека, который создается при контакте с реальностью – это всего лишь результат работы мемов, «населяющих» головной мозг. Таким образом, по мысли Деннета, человеческое сознание – это не только продукт естественного отбора, но и результат социокультурного конструирования. Сознание кажется человеку чем-то индивидуальным, уникальным, личностным, т.к. человек просто не имеет представления обо всех его составляющих и его генезисе [2, с. 158].

Устойчивые процессы, происходящие в сознании человека, переходят в разряд «мыслей», становятся осознаваемыми и тем самым одерживают победу за доминирование в управлении его поведением. Это «осознаваемое», оказывающее долговременное влияние на поведение индивида, является основой для господствующих представлений об индивидуальном сознании. Человек – это сложная система множества способностей, умений, навыков. Данная система действует «автоматически» и только на некоторые поведенческие функции распространяется рефлексия. Естественный язык связывает полученную информацию в единую картину мира, создавая видимость существования «Я».

Таким образом, физикалистские и функционалистские концепции сознания опираются на философские традиции, сложившиеся в XX веке, но уходят своими корнями в европейскую философию более раннего периода. Достаточно вспомнить философию французского материализма (Ж. Ламетри, Д. Дидро), британского эмпиризма

(Д. Беркли, Д. Юм), критическую философию И. Канта и др. Из традиций XX века следует отметить, прежде всего, феноменологию, в частности, интерпретацию сознания через призму проблемы «сознание-тело». Наиболее ярко это представлено в концепции М. Мерло-Понти, согласно которой чувственное созерцание мира неизбежно обусловлено телесностью, которая привносит в представления свое специфическое «знание» о реальности [7, с. 57]. Судить насколько совершенно и истинно «отражение» действительности непостижимо из-за невозможности стать независимым сторонним наблюдателем своих когнитивных процессов. Тело настолько тесно «переплетено» с миром, что очень трудно увидеть границы реальности и наших феноменов.

Еще одной значимой философской традицией XX века, на которой основываются физикализм и функционализм, является эволюционная эпистемология. Врожденные знания вырабатываются в процессе эволюции, их материальным базисом выступает организация центральной нервной системы. Следовательно, образование априорных первичных принципов сознания находятся в тесной взаимосвязи с законами природы. «Очки», через которые мы смотрим на мир, – такие формы нашего мышления и созерцания, как причинность, вещьность, пространство и время, – суть функции нашей нейросенсорной организации, возникшей для сохранения вида» [6, с. 249]. Живой организм выступает как самовоспроизводимая, саморегулируемая аутопозная система, которая реагирует только на те воздействия окружающей среды, которые согласуются с ее организацией. Такие избирательные и искаженные восприятия нельзя считать «отражением» действительности, они всегда являются конструкцией. Поэтому, согласно взглядам эволюционистов, априорные структуры соответствуют объективной действительности в такой мере, в какой обеспечивают жизнеспособность сформированных когнитивных структур. Таким образом, адаптивные врожденные структуры мышления не являются гарантом истины, они соответствуют реальности лишь в той мере, в какой обеспечивают выживание вида homo sapiens.

Список литературы:

1. Васильев В. В. Трудная проблема сознания. М.: Прогресс-Традиция, 2009. – 272 с.
2. Деннет Д. Виды психики: На пути к пониманию сознания. М.: Идея-Пресс, 2004. – 184 с.
3. Кезин А.В. Радикальный конструктивизм: познание «в пещере» // Вестник Московского университета. Серия 7. Философия. – 2004. – № 4. С. 3-24.
4. Кузнецов В.Н. Проблема сознания в философии Жюльена-Офре де Ламетри и «философия сознания» Джона Сёрла // Философия сознания: История и современность. М.: Изд. МГУ им. М.В. Ломоносова, 2003. – Ч. 2. – С. 28-35.
5. Ламетри Ж. Человек-машина // Ламетри Ж. Сочинения. М.: «Мысль», 1983. – 509 с.
6. Лоренц К. Обратная сторона зеркала. М.: Республика, 1998. – 493 с.
7. Мерло-Понти М. Феноменология восприятия. СПб.: «Ювента», «Наука», 1999. – 605 с.
8. Прист С. Теории сознания. М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 2000. – 288 с.
9. Юлина Н.С. Что такое физикализм? Сознание, редукция, наука // Философия науки. Вып. 12. Феномен сознания. М.: ИФ РАН, 2006. – С. 9-42.
10. Putnam H. Mind, Language and Reality // Philosophical Papers. Vol. 2. Cambridge (MA)-L.-N.Y., 1984. P. 292 Putnam H. Mind, Language and Reality // Philosophical Papers. – Vol. 2. Cambridge (MA)-L.-N.Y. – 1984. P. 292.