

Ex Professo: Со знанием дела. Альманах студенческих исследований факультета менеджмента Санкт-Петербургского филиала Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Выпуск 2010 – 2011 уч. год / Под общ. ред. А. Саниной. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2011. – 174 с.

Альманах включает лучшие исследовательские и учебно-научные работы студентов и магистрантов факультета менеджмента Санкт-Петербургского филиала Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», выполненные в 2010 – 2011 учебном году и связанные с актуальными проблемами современного менеджмента, государственного и муниципального управления. Сборник представляет интерес для преподавателей и научных сотрудников высших учебных заведений, руководителей и специалистов организаций различных отраслей экономики, работников органов государственной власти и местного самоуправления, а также аспирантов, магистрантов и студентов вузов.

Редакционная коллегия: к.с.н., доцент кафедры государственного и муниципального управления А. Санина – главный редактор; члены редакционной коллегии: студенты факультета менеджмента НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург М. Андреева, Ф. Васильев, Е. Шарикова, Т. Шлепнева, Д. Шушарин; магистранты магистерской программы «Государственное и муниципальное управление» НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург А. Закарян, О. Обидовский, А. Рендухова, А. Утеева; аспиранты СПбГУ М. Тюлюков, А. Шелкова.

Оформление обложки: Е. Широкова

Издание осуществляется при финансовой поддержке чебоксарского опытно-экспериментального завода ОАО «Энергозапчасть» (генеральный директор Чонгар Михайлович Шлепнев).

© НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург,
© Санкт-Петербургский государственный
политехнический университет, 2011

ISBN

СОДЕРЖАНИЕ

УПРАВЛЕНИЕ В ОРГАНИЗАЦИИ

- 9 Кристина Егорова**
Современные концепции в менеджменте
- 15 Сергей Жамов**
Методика оценки эффективности решений по проведению сделок слияния и поглощения
- 23 Юлия Чернышова**
Организация защиты от враждебных поглощений и ее влияние на стоимость компании
- 31 Павел Калинин**
Эмоциональная компетенция лидера
- 36 Александра Полякова**
Анализ методов оценки персонала: МВО, РМ, 360 градусов, Assessment-Центр
- 40 Людмила Лихачева**
Оценка стоимости специалиста
- 45 Виктория Воскова**
Модели принятия решений
- 52 Анна Шелкова**
Актуальность применения социальной технологии оценки качества внутри-фирменного обучения
- 56 Юлия Ветрова, Юлия Шаповалова**
Методы оценки конкурентоспособности коммерческой организации

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ВЛАСТЬ И ПОЛИТИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ

- 63 Асем Утеева**
Концепция политических сетей в научных трудах Т. Беннера, Д. Ноука, Х. Миллера
- 69 Михаил Тюлюков**
Контроль системы государственного управления в Российской Федерации и его эффективность
- 73 Денис Шушарин**
Сравнительный анализ степени бюрократизма в Российской Федерации: крупные города и периферия
- 77 Татьяна Дыдо**
Влияние институциональных изменений на инновационные формы инвестирования в строительной отрасли
- 83 Анна Рендухова**
Сравнительный анализ российской и американской систем государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И ИХ РЕШЕНИЯ

- 92** **Екатерина Ульянова**
Экономические и управленческие аспекты совершенствования природоохранной деятельности в регионе Балтийского моря
- 98** **Филипп Васильев, Артем Гусев**
Инновационные методы разведки и добычи полезных ископаемых (на примере американского опыта добычи сланцевого газа)
- 103** **Анастасия Мыслюк**
Особенности северных территорий как объекта управления
- 106** **Владимир Денисултанов, Алена Стус**
Ипотечная ловушка

ГОРОД КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ

- 111** **Светлана Ерохина**
Комплекс 4P как основа маркетинга города
- 115** **Надежда Стрижакова**
SWOT-анализ Санкт-Петербурга
- 119** **Светлана Василенко**
Проблемы ценностно-ориентированного управления в городах
- 124** **Юлия Сергеева**
Особенности управления наукоградом

НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ УПРАВЛЕНИЯ

- 131** **Надежда Бойцова, Марина Матецкая**
Творческие индустрии Китая: основные перспективы социальной трансформации
- 136** **Ольга Севостьянова**
Фестивальная деятельность как фактор развития культурного туризма (на примере Санкт-Петербурга)
- 143** **Екатерина Касаткина**
Систематизация оценок и современные тенденции в оценивании
- 148** **Ани Закарян**
«ГМУ-2.0»: использование социальных сетей в государственном и муниципальном управлении
- 153** **Дмитрий Сергеев**
Свидание: научный подход, или Теория потребительских характеристик Ланкастера на примере гендерных взаимоотношений
- 164** **Марина Андреева, Екатерина Шарикова, Анна Шелкова**
Ценностный потенциал экономики знаний: результаты пилотажного исследования

CONTENTS

ORGANIZATION MANAGEMENT

- 9 Kristina Yegorova**
Current concepts in management
- 15 Sergey Zhamov**
The assessment methods of decision-making effectiveness on mergers and acquisitions
- 23 Uliya Chernyshova**
The protection of organization from hostile takeovers and its impact on the company's value
- 31 Pavel Kalynskiy**
The emotional competence of leader
- 36 Alexandra Polyakova**
The analysis of the staff evaluation methods: MBO, PM, 360 degree, Assessment-center
- 40 Ludmila Likhacheva**
The evaluation of the specialist
- 45 Victoria Voskova**
The decision-making models
- 52 Anna Shelkova**
The actuality of social technology application in the training quality evaluation
- 56 Yuliya Vetrova, Yuliya Shapovalova**
Methods of assessing organizational competitiveness

GOVERNMENT AND POLITICAL GOVERNANCE

- 63 Assem Uteyeva**
The political networks concept analysis through the different approach of T. Benner, H. Miller and D. Knoke
- 69 Mihail Tyulyukov**
The governance control system in Russian Federation and its effectiveness
- 73 Denis Shusharin**
The comparative analysis of the bureaucracy degree in Russia: cities and province
- 77 Tatyana Dido**
The institutional change impact on investing innovative forms in the construction field
- 83 Anna Rendukhova**
The comparative analysis of Russian and American systems of government support of small and medium entrepreneurship

SOCIAL AND ECONOMIC PROBLEMS AND THEIR SOLUTIONS

- 92 Ekaterina Ulyanova**
Economic and management aspects of environmental performance improving of the Baltic Sea Region
- 98 Philipp Vasiliyev, Artem Gusev**
The innovative methods of fossil exploration and mining (on the example of the American experience in shale gas mining)
- 103 Anastasia Myslyuk**
The features of northern territory as the object of government
- 106 Vladimir Denisultanov, Alena Stus**
The mortgage trap

CITY AS AN OBJECT OF MANAGEMENT

- 111 Svetlana Erokhina**
The 4P complex as the basis of city marketing
- 115 Nadezhda Strizhakova**
The SWOT analysis of Saint-Petersburg
- 119 Svetlana Vasilenko**
The urban value-based management challenges
- 124 Uliya Sergeyeva**
The knowledge cities management features

THE NEW TRENDS IN MANAGEMENT THEORY AND PRACTICE

- 131 Nadezhda Boitsova, Marina Matetskaya**
The creative industry of China: main perspective of social transformation
- 136 Olga Sevostyanova**
The festival activities as the factor of cultural tourism development (on the example of Saint-Petersburg)
- 143 Ekaterina Kasatkina**
The systematization of assessments and current trends in evaluating
- 148 Ani Zakaryan**
«PA-2.0»: using social networks application in the public administration
- 153 Dmitriy Sergeyev**
Rendezvous: the scientific approach. The consumer characteristics theory of Lancaster on the example of gender relations problem
- 164 Marina Andreeva, Ekaterina Sharikova, Anna Shelkova**
Value potential of Knowledge Based Economy: the results of pilot study

ВСТУПЛЕНИЕ

Альманах, который вы держите в руках, – во многом уникальное издание. Он сделан на основе студенческих исследований, выполненных на факультете менеджмента Санкт-Петербургского филиала Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» за текущий учебный год. Он сделан студентами для студентов, преподавателей и всех, кому интересна молодая наука. Он – иллюстрация студенческой жизни... в нашей ее интерпретации.

Студенческий период обычно воспринимается как особое время в жизни – время новых знаний, интересных друзей, первой работы, активного отдыха. «От сессии до сессии живут студенты весело» – и это, конечно, здорово... Только есть одно «но»: отделение «жизни» от «учебы» лишает студентов возможности узнать друг друга как будущих профессионалов, специалистов, исследователей. Знаете ли вы, к примеру, какое направление современной экономической теории считает наиболее правильным и актуальным ваш сосед по парте? Читали ли вы когда-либо курсовую работу своего однокурсника? Обсуждали ли вы чье-то эссе? А доклад? Задумывались ли вы, зачем вообще пишете свои работы, для чего они понадобятся в будущем? (Ответ «затем, чтобы поставили “отлично”» не считается).

Университетская среда, как бы это ни казалось странным, не располагает студентов к общению на темы, связанные с профессиональным развитием и приобретением новых знаний. Лекций и семинаров кажется достаточно, чтобы «устать» и, выйдя из аудитории, стать «просто» людьми, беседующими на темы личного характера.

Но в современном вузе такой подход уже не представляется верным. Стремительный карьерный рост в наши дни стал не исключением, а правилом. Многие становятся хорошими специалистами, еще будучи студентами. Подходить к делу ответственно, серьезно, но с выдумкой и фантазией; привнести в уже имеющийся пул знаний что-то новое – один из ключевых принципов этих людей. Согласитесь, расти лучше и легче вместе. И знать друг друга стоит не только как Машу, Петю или «вон того парня», но и как «специалиста по теории Ланкастера» и «знающую все о социальных сетях».

Вот такие рассуждения и привели нас к решению сделать сборник студенческих работ. Посредством него мы хотим познакомиться сами и познакомить других с тем, что, кроме бессонных предэкзаменационных ночей, сайтов «bestreferats», дискотек и разбитых сердец, происходит в студенческой жизни Национального исследовательского университета.

Наши авторы – студенты факультета менеджмента, магистранты магистерских программ «Финансовый менеджмент» и «Государственное и муниципальное управление», участники научно-учебной группы «Экономика и социология изменений» НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург. На протяжении трех месяцев мы рассылали объявления, отбирали статьи, формировали тематические блоки, придумывали название, спорили и критиковали друг друга, редактировали и правили, правили и опять редактировали... Для нашего филиала это первый опыт подобного рода работы и, конечно, мы немного переживаем о том, как будет воспринят и оценен результат.

Мы с удовольствием примем любые отзывы, замечания, пожелания и советы. Наш адрес print.hse@gmail.com. Мы также открыты для любого сотрудничества в реализации новых и интересных идей.

Анна Санина,
главный редактор сборника,
руководитель НУГ
«Экономика и социология изменений»

УПРАВЛЕНИЕ В ОРГАНИЗАЦИИ

СОВРЕМЕННЫЕ КОНЦЕПЦИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

Кристина Егорова

krist-egorova@yandex.ru

3-й курс факультета менеджмента

Статья подготовлена по результатам курсового исследования
Научный руководитель – к.э.н., доцент В. А. Чайка

ABSTRACT. This article is dedicated to modern management concepts description. The purpose of this paper is to examine modern concepts of management on an example of logistics. The study attempted to track a tendency of management development in the world: to determine the basic modern concepts of management on an example of logistics and to consider application of modern concepts on the examples.

Становление современной науки менеджмента продолжалось на протяжении нескольких тысячелетий. Основы управления начали складываться в обществе уже в 5000 году до н.э. – в период формирования Древних Восточных цивилизаций. Промышленная революция XVIII века ознаменовала собой переход к индустриальному производству. Появлялись различные экономические теории, теории управления, теории мотивации. Так, например, великим экономистом А. Смитом была сформулирована идея мотивации, которая базировалась на определении «экономический человек». Согласно этой теории, главной целью человека является стремление к удовлетворению своих потребностей и приумножению своего богатства. Переход к индустриальному обществу стал причиной возрастания масштабов производства, вследствие чего стали появляться новые теории управления.

Первым исследователем, создавшим систему комплексного капиталистического управления, был американский инженер Ф. У. Тейлор (1856 – 1915). В работах Тейлора «Принципы научного управления», «Научная организация труда» говорится о создании научного менеджмента и выделении специфических функций для рационального управления. Особенностью его научного подхода были эксперименты. В ходе проделанной работы были разработаны системы технической модернизации на предприятии. Тейлор создал специальную систему расценок для заработной платы, которая позволяла оценить лучших рабочих, заинтересованных в результатах своего труда. Создание научного менеджмента стало подобием интеллектуальной революции, которая положила конец устаревшим методам управления.

В XX в. появляется еще один управленческий подход – административный. Он был нацелен на совершенствование системы управления организацией в целом. Одним из основателей такого подхода был французский экономист А. Файоль (1841 – 1925). Он заложил основы преобразования в организационной сфере. Спустя несколько десятилетий знаменитые шведские ученые К. Нордстрем, Й. Риддерстралле в книге «Бизнес в стиле фанк» скажут о том, что «производство требует инноваций в организационной структуре, эффективной организации – искусства достижения необыкновенных результатов с помощью обыкновенных людей» (Нордстрем, 2008. С. 78). Как и Тэйлор, Файоль считал, что управление эффективно только в том случае, когда теория управления хорошо сформулирована и продумана. Согласно такой теории, всю сложную структуру менеджмента можно было условно разделить на четыре комплекса действий, необходимых для работы организаций, – планирование, организация, мотивация, контроль.

В середине XX века стали появляться новые теории менеджмента, касающиеся непосредственно работников предприятия и их поведения на рабочем месте. Школы человеческих отношений в управлении развивались под руководством О. Шелдона, Э. Мэйо. Формированию гуманистического направления в менеджменте способствовало развитие социологии и психологии. Приверженцы такого подхода к управлению уделяли особое внимание анализу поведения людей в процессе труда. Была проведена серия «Хоторнских экспериментов» (Уорнер, 2001. С. 975), в результате которых Мэйо пришел к выводу, что морально-психологический климат на предприятии является одним из основополагающих факторов роста производительности труда.

Однако современный менеджмент не стоит на месте. Как известно, деятельность любой производственной системы организуется операционным менеджментом. Стратегическим подходом к операционному менеджменту является управление всей системой поставок, контроль всех стадий производственного процесса. В свою очередь своевременная закупка материалов напрямую зависит от того, насколько качественно и быстро сырье и материалы будут перемещены от поставщиков к производителям. Управление поставками внутри организации, движением материалов от поставщика до производственной организации, доставкой готовой продукции покупателям называется логистикой. Прогрессивные темпы развития производства способствовали возникновению новых концепций в этой области, ведь сегодня логистика – это значимый инструмент оптимизации ресурсов.

Одной из наиболее известных концепций в области логистики сегодня является концепция стройного производства. Эта современная концепция берет свое начало из широко распространенной системы «Just in Time», которая была сформирована в Японии и впервые была применена компанией «Toyota Motors». Логистическая система «Just in Time» была основана на

значительном сокращении уровня запасов и незавершенного производства, а следовательно, снижении затрат и времени, которые затрачивались организацией на прием, перемещение и нахождение в запасе сырья и материалов. Беспрепятственный обмен информацией между участниками цепочки поставок и высокий уровень координации их действий, а также надежность поставщиков – факторы эффективной логистики. Логистическая концепция стройного производства является следующим этапом развития концепции «Just in Time». «Стройное производство» становится наиболее эффективным в том случае, когда спрос предсказуем. Поэтому важным фактором для продуктивной работы этой логистической системы является адаптивность. Адаптивность позволяет найти наиболее рациональные и прибыльные возможности. Стройность производства подразумевает под собой создание такого материального потока, при котором были бы сведены к нулю ненужные издержки. Подобная стратегия позволяет значительно снизить затраты на логистику. Как известно, сокращение издержек логистики всего на 1% ведет к увеличению объемов продаж фирмы почти на 10%, поэтому логистические концепции необходимо применять в стратегическом планировании деятельности организации. Одной из них является концепция планирования потребностей в материалах (Material Requirements Planning, MRP), а также система планирования распределения продукции (Distribution requirements planning, DRP) (Николайчук, 2006. С. 354).

Основные цели этих концепций направлены на максимизацию прибыли и включают в себя следующие компоненты: своевременная поставка сырья и материалов, поддержание низких уровней материальных запасов, а также планирования производственных и закупочных операций. MRP – это система, позволяющая разработать точный график заказов, основанный на оценках будущих потребностей производства в зависимости от спроса. Система распределения готовой продукции основана на таких же критериях, однако она базируется на потребительском спросе, который не может контролировать фирма. Поэтому данная система только регулирует уровень запасов на складских предприятиях. Таким образом, издержки снижаются. Для реализации этой системы необходимы хорошо налаженные информационные каналы между производителями и дистрибьюторами.

Концепция «Rules Based Reorder» (ROP) (Николайчук, 2006. С. 354) была разработана для определения и оптимизации уровня страховых запасов. Данный метод полностью основан на планировании и предсказании спроса. В современных условиях развития информационных технологий он становится все более эффективным. Логистическая концепция «Quick Response» (QR) была разработана для обеспечения быстрого реагирования дистрибьюторов на дополнительные изменения розничного спроса, что достигалось улучшением координации между ними. Применение концепции QR позволяет снизить запасы готовой продукции до того уровня, который требует спрос, и в то же время повысить оборачиваемость запасов. Очевидно, что эффективность производственной деятельности невозможна без информационных потоков,

которые сегодня обладают стратегической и тактической важностью практически для любого предпринимателя. В современном мире наличие неиссякаемых информационных интернет-ресурсов позволило получить широкое распространение электронной коммерческой деятельности, которая является невероятно прибыльной сферой деятельности. Она основывается на информационных потоках, для управления которыми необходима тщательная разработка информационных систем как на макроуровне, так и на микроуровне.

С развитием международной логистики возможности экономической деятельности в интернет-пространстве стали все больше интересовать предпринимателей. Еще в 1999 году рынок компьютерного программного обеспечения транспортных перевозок грузов и пассажиров был весьма ограничен, однако спустя всего несколько лет невероятно быстрое количественное и качественное преобразование интернет-ресурсов повлекло за собой массовое развитие виртуальных технологий и создание «виртуальных предприятий». Подобные организации создаются на основе компьютерных технологий, деятельности менеджеров, обеспечивающих поставки материалов и доставки услуг заказчикам и потребителей готовой продукции. Организации такого типа максимально снижают издержки за счет гибкости своей структуры и неограниченности в пространстве и времени. Как и любая организация, виртуальная структура не может существовать без транспортно-логистической системы, которая в свою очередь представляет собой компьютерную сеть. В интернет-системе действует виртуальное транспортно-логистическое подпространство. С помощью информационных потоков в нем реализуется виртуальная продукция (любой информационный файл), которая может быть результатом деятельности как логистических центров, так и финансовых и управленческих организаций.

Сегодня наглядным примером того, как должна выглядеть целостная интегрированная система управления является система менеджмента компании «Toyota». За 60 лет небольшая японская организация превратилась в настоящего гиганта мировой индустрии. В компании «Toyota» успешно разрабатывались и применялись различные производственные системы, в том числе и система «Just in time». Эта концепция была основана на тех же методах, которые применялись на заводах компании «Ford», – методах взаимозаменяемости комплектующих деталей и организации поточного производства. Компании «Toyota» было необходимо приспособить принципы работы компании «Ford» к условиям ограниченного спроса и ограниченных ресурсов. В ходе этой работы были сформулированы два подхода. Первый подход базировался на автоматизации производства. Второй подход был основан на организации производственного процесса с высокой добавленной стоимостью и устранении таких видов потерь, как перепроизводство, лишние запасы, брак. Эти два подхода к организации производства стали основой для формирования концепции «Just in time». Необходимость в использовании данной логистической структуры на заводах «Toyota» была связана с ростом

автомобильного производства. С внедрением системы «Just in Time» детали стали поставляться на производственные участки только по мере необходимости. В рамках данной логистической концепции система поставок была модернизирована с помощью информационных потоков системы «Kanban», которая обеспечивала автоматическое пополнение запасов по мере необходимости. Следует отметить, что с внедрением данной концепции удалось максимально снизить себестоимость и в то же время увеличить добавленную стоимость вследствие того, что производство в компании «Toyota» организовывалось малыми партиями, что обеспечивалось внедрением специальных программ для быстрой смены оборудования. Например, смена штампов для прессы производилась всего за 9 минут. Кроме этого при системе «Just in time» был организован непрерывный процесс производства и сборки деталей. Данная концепция менеджмента получила широкое распространение в Японии (Монден, 2007).

К сожалению, российская специфика управления производством до недавнего времени не способствовала развитию организаций. Российские управленцы ставили на первое место только сертификацию стандартов управления, внедряя стандарты ИСО – специальные системы, устанавливающие требования к системе менеджмента качества. Это приводило к тому, что при всей своей грамотной и логичной структуре данные стандарты не могли улучшать эффективность управления. Причин такому невысокому уровню развития менеджмента в России может быть множество, но основные из них – это отсутствие взаимовыгодных отношений с поставщиками, преобладание репрессивного, а не системного подхода к менеджменту, отсутствие системы лидерства в компаниях, и, как следствие, низкий уровень вовлеченности всего коллектива в работу организации. В нашей стране очень низкий уровень развития логистики, это связано, прежде всего, с преобладанием функционального менеджмента, который на протяжении долгого времени применялся как основное средство для улучшения качества управления. Тем не менее, функциональный менеджмент не облегчил производственный процесс, а наоборот, усложнил его многочисленными лишними операциями.

Однако сегодня «Just in time» уже применяется в таких крупных российских компаниях, как «КАМАЗ», «АвтоВАЗ», «УАЗ». В 2009 году был запущен проект по внедрению системы «KANBAN» на автомобильных заводах ОАО «КАМАЗ» при помощи Логистического центра «Мастер». На автомобильные заводы комплектующие детали – аккумуляторы, радиаторные блоки и подогреватели – поставлялись в соответствии с нормативами системы «Just in time». Система «Just in time» применяется и на других автомобильных заводах страны. С 2005 года на Уральском автомобильном заводе проводится внедрение Производственной системы ОАО «УАЗ», в соответствии с которой оптимизируется процесс производства, снижаются затраты, сокращается количество бракованных изделий. В рамках этой системы была проведена модернизация главного конвейера. Так компания избавилась от больших контейнеров,

в которых раньше детали на сборку поставлялись в огромном количестве. Они были заменены на контейнеры меньшего размера, которые обеспечивали постепенную и своевременную поставку со склада до главного конвейера, а также исключали возможность повреждения деталей. Для оптимизации всего производственного процесса было использовано разделение цеха на определенные зоны, отмеченные определенным цветом. Так, пешеходная зона обозначалась серым цветом, зона для склада готовых материалов была выделена красным контуром, а проезжая часть покрашена зеленым. Кроме этого, были обозначены маршруты движения рабочего на своем рабочем месте. Как в компании ОАО «КАМАЗ», так и в компании «Toyota» применение «Just in Time» способствовало росту прибыли и сокращению издержек.

Применение концепции «Just in Time» сыграло важную роль в развитии обеих компаний. Стоит заметить, что компания «Toyota» стала мировым лидером по производству автомобилей несколько десятилетий назад, в то время как ОАО «КАМАЗ» развивается не такими быстрыми темпами. Система «Just in Time» была введена на заводах ОАО «КАМАЗ» только в 2009 году, тогда же был запущен проект «KANBAN». К этому времени компания «Toyota» уже больше 30 лет успешно применяла эту логистическую структуру. Менеджмент в компании «Toyota» направлен на вовлечение всех сотрудников в производственный процесс. Кроме того, хороший руководитель в Японии, это не просто начальник, контролирующий деятельность организации. Это духовный лидер, помогающий своим подчиненным достигнуть цели, которая важна для всей организации. В России же сохраняется отношение к руководителю не более как к начальнику. Зачастую он может и не обладать никакими лидерскими качествами. К сожалению, эта проблема российского менеджмента до сих пор находит отражение в работе современных организаций, и компания ОАО «КАМАЗ» не является исключением. Основанная в 1974 году в эпоху СССР, компания ориентировалась только на увеличение объемов производства. Основным капиталом были материальные ресурсы. А в компании «Toyota» менеджеры внимательно относились к своим служащим, поощряли их активность и прислушивались к их идеям.

Большие культурные различия, особенности менталитета также влияют на работу организаций. Достаточно вспомнить сложную культуру Японии, и причина успеха компании «Toyota» станет очевидным. В Японии принято неукоснительно соблюдать данное обещание, выполнять работу в срок. Именно поэтому концепция «Just in Time» была успешно применена на заводах «Toyota». Работа поставщиков была хорошо налаженной, все поставки производились вовремя, производственные процессы не приостанавливались и компания успешно развивалась.

Российский менталитет долгое время не позволял применить данную успешную концепцию. Но сегодня, благодаря развитию менеджмента в России, внедрение новых концепций становится все более актуальным и успешным, вследствие чего темпы промышленного развития в нашей стране увели-

чиваются. Это хорошо видно на примере практического применения концепции «Just in Time».

Список источников

1. Дафт, Р.Л. Менеджмент. – СПб: Питер, 2007.
2. Лапидус, В.А. Концепция всеобщего качества (TQM) как национальная идея России: теоретический аспект: доклад на семинаре «Системы, методы и инструменты эффективного менеджмента»: 17.05.04 / Центр «Приоритет». – Нижний Новгород: 2004.
3. Монден, Я. Система менеджмента Тойоты. – М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2007.
4. Николайчук, В.Е. Транспортно-складская логистика: учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2006.
5. Нордстрем, К.А. Бизнес в стиле фанк навсегда. Капитализм в удовольствие. – СПб.: Издательство: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2008.
6. Сергеев, В.И. Логистика. Интеграция и оптимизация логистических бизнес-процессов в цепях поставок. – М.: ЭКСМО, 2008.
7. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: Эксмо, 2007.
8. Тейлор, Ф. Принципы научного менеджмента. – М.: Контроллинг, 2001.
9. Тейлор, Ф. Теории мотивации: Научное управление. // Human Resources. – 2009. – Вып. 1.
10. Уорен, М. Классики менеджмента: Энциклопедия. – СПб.: Питер, 2001.
11. Фридман, М. Капитализм и свобода. – М.: Новое издательство, 2006.
12. Шевчук, Д.А. История менеджмента. – М.: Эксмо, 2009.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕШЕНИЙ ПО ПРОВЕДЕНИЮ СДЕЛОК СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЯ

Сергей Жамов

Sergey.Zhamov@cfd.rsu

1-й курс магистерской программы
«Финансовый менеджмент»

Статья подготовлена по результатам курсового исследования
Научный руководитель – д.э.н., профессор Е. М. Рогова

ABSTRACT. The purpose of this paper is to work out the method, which will allow us to make a decision, based on the principles of economic efficiency, whether to carry out the process of merge and acquisition (M&A) of the companies.

Сегодня достаточно посмотреть газету или пролистать любой журнал, посвященный экономике, чтобы встретить новости, связанные с темой «Слия-

ния и поглощения». На эту тему написано сотни книг, но, как и много лет назад, множество сделок слияния и поглощения терпят неудачу. Ряд исследователей (Эванс, 1997. и др.) считают, что больше половины сделок слияния и поглощения публичных компаний приводят к отрицательному синергетическому эффекту. При этом продавцы компании-мишени получают выгоду за счет продажи своей компании с премией относительно рыночной стоимости. Исследование П. Аскита, в котором были изучены около 200 слияний за период 1962-1976 гг. (Брейли, 1997. С. 924), выявило аномальные прибыли акционеров компаний-мишеней в интервале примерно 120 дней, сконцентрированном вокруг даты первого объявления о слиянии. Акционеры компаний, которые выступали продавцами в этих сделках, получили весьма существенные выгоды. Значительная доля этих выгод приходится на период до даты объявления. Инвесторы реагируют на предстоящее объявление и ожидают, что оно принесет хорошие известия. С другой стороны, акционеры компании-покупателя выиграли гораздо меньше. Напрашивается вывод, что инвесторы ожидают, что компания-покупатель практически не извлечет каких-либо выгод от сделки, которые приведут к увеличению стоимости объединенной компании по сравнению с суммой стоимостей каждой компании отдельно, с учетом уплаченной суммы за продаваемую компанию, как до, так и после объявления о слиянии.

Анализ П. Аскита – это лишь одно из десятков исследований выгод, которые получают фирмы-покупатели и фирмы-мишени в сражении за контроль над корпорацией. М. Йенсен и Р. Рубэк в обзоре таких исследований выявили положительную тенденцию прироста цен на акции компаний-покупателей всего на 4%. Прирост достигается в случае прямого публичного предложения акционерам о приобретении контрольного пакета акций компании-мишени. И никакого повышения цен в слияниях, проведенных на основе постепенного взаимного согласования позиций менеджерами компаний-участниц. Напротив, акционеры компаний-мишеней, в случае прямого предложения о выкупе контрольного пакета, выигрывали до 30% на росте цен, а при втором варианте слияния – около 20% (Брейли, 1997. С. 924).

Исследования показывают, что проблема переоценки стоимости компании-мишени при проведении сделки по слиянию и поглощению с течением времени усиливалась. Одним из следствий переплаты за компанию-мишень становится отставание курса акций компаний, предпринявшей слияние, от среднеотраслевых показателей. Поглощающие компании обычно переплачивают за «гламурные компании роста» (Депамфилис, 2007. С. 45), учитывая их прошлые показатели. Поэтому динамика курса акций поглощающих компаний должна снизиться после того, как темпы роста «гламурных» компаний снизятся.

Только исследования конца XX века показали наступление перелома в описанной тенденции. В 1997 году Mercer Management Consulting (ММС) проанализировала 215 сделок по слиянию и поглощению стоимостью более 500 млн долларов США каждая и обнаружила, что в 52% слияний, проведенных начиная с 1992 года, доходность для акционеров компании, осуществившей поглощение, была выше среднеотраслевой. Данный эффект ММС объясняет более

успешной интеграцией (Эванс, 1997. С. 46). Это подтвердило и исследование, проведенное ММС совместно с «Business Week». У более опытных покупателей доходность обычно была более высокой, чем у менее опытных покупателей. Опытными считались покупатели, осуществлявшие шесть и более подобных сделок в год. Из компаний выборки 24% компаний были опытными. У 72% опытных компаний доходность была выше среднеотраслевой. В группе менее опытных доходности выше среднеотраслевой добивались лишь 55% компаний.

Исследователи выделяют следующие причины неуспеха проведения сделок по слиянию и поглощению, заключающегося в получении отрицательного эффекта (снижение совокупной стоимости объединенной компании по сравнению со стоимостью компаний по отдельности) от реализации проекта, связанного с выплатой чрезмерного вознаграждения акционерам компании-мишени за продажу бизнеса:

- использование сомнительных мотивов при обосновании экономической эффективности проведения сделки (Брейли, 1997. С. 907-910) или при увеличении синергетического эффекта от реализации сделки (Кристофферсон, 2004. С. 1);

- отсутствие навыков интеграции деятельности компаний, что приводит к формированию оптимистичных планов интеграции компаний, затяжке сроков проведения интеграции по сравнению с компаниями, имеющими опыт проведения подобных сделок, не принятию во внимание особенностей каждой компании (различия корпоративных культур, специфики ведения бизнеса) и ухудшению показателей деятельности объединенных компаний в течение стартового периода. Ошибки на стадии интеграции (которые могут привести, например, к потере ценных кадров или других ценных ресурсов), недооценка затрат на проведение интеграционных процессов;

- специфическая реакция покупателей и поставщиков на объединение компаний;

- отток кадров, связанный с неграмотными действиями руководства в области работы с кадрами, при проведении интеграции компаний.

При проведении сделок по «Слиянию и поглощению» основные ошибки происходят при принятии решений о целесообразности проведения сделки и планировании мероприятий в ходе проведения интеграции компаний.

Представленная выше информация заставляет задуматься: менеджеры крупных компаний не только совершают идентичные ошибки, но и систематически их повторяют, не учитывая опыт совершения этих ошибок в прошлом, а также игнорируя существующую информацию о выгоды сделок по слиянию и поглощению исключительно только продавцу. Столкнувшись с этой проблемой, ряд авторов дают невразумительные объяснения. Например, с конца 1980-х гг. широкую известность получила «теория гордыни» («Hubris Theory») Р. Ролла, согласно которой поглощения компаний часто объясняются действиями покупателей, убежденных в том, что все их действия правильны, а предусмотрительность безупречна. В результате они платят слишком высокую

цену за достижение своих целей. Такое объяснение выглядит слишком нереалистично. «Если звезды горят на небе – значит это кому-то нужно!»

Одним из правдоподобных объяснений является теория агентских издержек, согласно которой интересы менеджеров существенно расходятся с интересами собственников. Наличие собственных интересов может порождать у менеджера особые мотивы слияний и поглощений, противоречащие интересам собственников и не связанные с экономической целесообразностью. Можно предложить следующие варианты, не все из которых упоминаются известными исследователями этой проблемы:

- стремление увеличить масштаб объекта, взятого под управление для увеличения уровня собственного вознаграждения (*Депамфилис, 2007. С. 36*);
- увеличение доходов от коррупционной составляющей бизнеса;
- возможный сговор с продавцом или компаниями, оказывающие услуги сопровождения;
- желание заработать на информации о скором проведении сделки (пример тому – коррупционные скандалы в США, такие, как с корпорацией Энрон и возникший несколько лет назад скандал, связанный с систематическим использованием инсайдерской информации для торговли акциями).

Возможность наличия столь разных с собственниками целей усугубляется в рамках англо-саксонской системы управления, при которой собственность отделена от управления. Если собственность сильно отдалена от управления, то злоупотребления могут быть значительными. В этом случае руководитель организации заведомо глубже погружен в детали сделки и собственникам (или представляющему их Совету Директоров) значительно труднее отделить «семена от плевел», чем при соединении воедино ключевых собственников и управленцев, характерном для германской системы управления.

На основании анализа существующих рекомендаций по оценке сделок по слиянию и поглощению может быть предложен следующий подход, включающий следующие мероприятия.

1. Анализ мотивации проведения предлагаемой сделки, в ходе которого необходимо изучить предлагаемые мотивы с точки зрения их достоверности. Мотивы, не предполагающие понятных экономических выгод, отбраковываются, особое внимание уделяется проверке редких и сомнительных мотивов. Оставшиеся после отсева мотивы проверяются на соответствие выбранным стратегическим направлениям развития компании. Работа над сделкой продолжается только в том случае, если сделка соответствует выбранным компанией стратегическим направлениям развития и предварительно экономически обоснованы синергетические эффекты от сделки.

2. Экспресс-анализ сделки – осуществляется на основании метода сравнительного анализа продаж компании-мишени с выделением диапазона цен, вероятной цены приобретения; делается заключение о возможности продолжения работы над сделкой.

3. Формирование бизнес-плана для сделки на основании собранной по запросу информации от компании-мишени данных. Бизнес-план необходим для формирования оценки компании доходным методом. В рамках разработки бизнес-плана предполагается проработка следующих разделов:

- 3.1. резюме проекта;
 - 3.2. описание компании-мишени и ее ключевых компетенций;
 - 3.3. анализ внешнего окружения;
 - 3.4. синергетические эффекты, которых предполагается достигнуть в результате реализации проекта, оценка их величины;
 - 3.5. оценка стоимости мероприятий, направленных на достижение синергетических эффектов, сроки их реализации, предполагаемые капитальные затраты по достижению данных эффектов, включая:
 - оценку стоимости услуг консультантов, привлеченных к проведению сделки, перечень мероприятий и сроки проведения работ;
 - организационные мероприятия по интеграции управления (выстраивание управленческих процедур, формирование единого штатного расписания компании, перечень мероприятий и сроки проведения работ);
 - достижения эффектов в области производства, продажи и прочих производственных процессов, перечень мероприятий и сроки проведения работ;
 - 3.6. структурирование сделки и финансовый план проекта;
 - 3.7. анализ рисков и оценка ставки дисконтирования;
 - 3.8. анализ эффективности сделки и предельной стоимости компании-мишени;
4. проведение всесторонней проверки компании-мишени, если предложение, данное на основании индикативной стоимости, устраивает собственников компании-мишени.

Учитывая возможность наличия у наемных управленцев собственных интересов, которые не могут быть высказаны и защищены перед собственниками, для аргументации сделки могут применяться мотивы, правдоподобность которых не выглядит убедительной. Таким образом мотивы можно разделить на две группы: разумные и сомнительные (*Брейли, 1997. С. 903*). К разумным мотивам можно отнести те, которые прозрачны, широко распространены на практике и часто приносят экономический эффект. Обоснование сделки по слиянию и поглощению мотивом данного типа, в то же время, не означает, что нет необходимости тщательно взвешивать аргументацию. При проведении сложных сделок нужно досконально планировать и проверять каждый шаг, чтобы снизить неопределенность, которой и так достаточно в данных сделках.

Экономию за счет масштабов деятельности можно назвать одной из естественных целей горизонтальных слияний. Такую цель можно ставить и в случае образования конгломератов. Организаторы подобных слияний добиваются экономии, связанной масштабами за счет централизации ряда функций (управление офисом, бухгалтерский учет, финансовый контроль, повышение квалификации персонала и общее стратегическое управление компанией).

Экономия за счет вертикальной интеграции достигается при объединении предприятий, одно из которых является потребителем продукции или услуг другого. Целью слияний вертикального типа обычно является экономия за счет расширения контроля производственного процесса, охватывая, с одной стороны, источники сырья, а с другой стороны, – конечного потребителя. Один из путей достижения такой экономии – это слияния с поставщиками или покупателями.

Небольшие компании могут стать объектом поглощения со стороны более крупных компаний, так как обладают важными рыночными компетенциям для их успешной рыночной стратегии. Небольшие компании создают подчас уникальные продукты, но испытывают недостаток в инженерных и сбытовых структурах для организации крупномасштабного производства и реализации этих продуктов. Крупные компании, вероятно, сами в состоянии создать необходимые компетенции и условия для их реализации, но зачастую гораздо дешевле и быстрее получить к ним доступ, осуществив слияние с компанией, которая ими уже обладает. Таким образом, обе компании располагают взаимодополняющими ресурсами, каждая имеет то, что необходимо другой, и поэтому их слияние может оказаться целесообразным, так как каждая приобретает то, чего она не имела. Причем обмен ресурсами для объединяющихся компаний стоит для каждой из сторон дешевле, чем при использовании других доступных альтернативных вариантов. Слияние таких компаний может открыть для них новые рыночные возможности, которые были бы недоступны им без объединения. Случается также, что у компании имеется потенциальная возможность экономить на налоговых платежах в бюджет, но уровень ее прибылей недостаточен, чтобы реально воспользоваться этим преимуществом.

Мотивы проведения сделки, отнесенные к группе сомнительных, используются как широко распространенные лозунги и зачастую не приносят экономического эффекта. Некоторые из приведенных мотивов просто редки и могут дать эффект только в особых случаях.

Возможность использования избыточных ресурсов может подаваться, как мотив для слияния в случае, когда имеются избыточные, свободные ресурсы. Предположим, что компания действует в отрасли, находящейся на стадии зрелости. Она генерирует большие положительные потоки денежных средств, но располагает незначительным выбором привлекательных инвестиционных возможностей, в рамках своей специализации. Такой компании следует использовать имеющийся избыток денежной наличности для повышения дивидендов акционерам или выкупа части собственных акций. Но в реальной жизни энергичные финансовые менеджеры, скорее всего, будут сопротивляться такому развитию событий.

На рынке присутствуют компании, в которых возможности снижения затрат и повышения прибылей, а также объемов продаж, остаются не до конца использованными. Такие компании становятся естественными кандидатами на поглощение со стороны фирм, имеющих более эффективные системы управления. В некоторых случаях «более эффективное управление» может означать

просто необходимость болезненного сокращения персонала или реорганизации деятельности компании. Но зачастую наблюдаются ситуации, когда пришедшие «оптимизаторы» осуществляют управление хуже, чем бывшие менеджеры.

Для оценки целесообразности сделки мы предлагаем в качестве основного использовать доходный метод, который с учетом анализа рекомендаций различных специалистов предполагает использование следующей методики:

- при проведении расчетов доходным методом выгод от присоединения компании необходимо учитывать, что расчетная стоимость покажет максимальную стоимость компании-цели, которую имеет смысл оплачивать в рамках проведения сделки;

- с точки зрения техники проведения оценки выгод, при оценке стоимости предлагается рассчитывать стоимость только одного предприятия – компании-цели, считая, что стоимость основной компании не изменится, а все получаемые присоединяющей компанией выгоды, связывать с данным инвестиционным проектом. Такой подход используется при оценке инвестиционных проектов, влияющих на работу всей компании в целом (например, снижение накладных расходов). Применяя такой подход в ходе определения цены, необходимо помнить, что реально данные выгоды от интеграции должна получить приобретающая компания;

- определение ставки дисконтирования по присоединяемому объекту предполагается определить по формуле (3), в качестве параметров формулы используя данные по рынку России (при определении ставки дисконтирования необходимо учитывать риски, связанные с интеграцией компании в структуру управления компании-покупателя, увеличивая требуемую доходность);

- общая оценка стоимости компании-мишени проводится на основании формулы (1).

Мы выбрали модель для расчета стоимости проекта, период жизни которого ограничен сроком амортизации оборудования – T_d , потоки денежных средств по которому прогнозируются на период времени T . Для обеспечения консервативного подхода в предлагаемой для расчета модели потоки инвестиционных затрат IC_t предполагается дисконтировать по ставке дисконтирования, учитывающей минимальный для инвестора риск (хотя это минимально возможный уровень риска, но с учетом преобладания завышенных ожиданий лучше использовать консервативные оценки), который характеризуется ставкой дисконтирования r_f . Денежные потоки от операционной деятельности CF_t и дезинвестиции ID_t предлагается дисконтировать по ставке дисконтирования, учитывающей все риски проекта – r . В этом случае поток денежных средств по проекту CF разложится на три составляющие: NOI_t (Net Operation Income – разность между выручкой и оплачиваемыми в текущем периоде прямыми и косвенными расходами, расходами, включая общепроизводственные и общехозяйственные расходы), инвестиционные затрат IC_t и дезинвестиции ID_t .

Общая формула для оценки стоимости присоединяемой компании после интеграции примет следующий вид:

$$NPV = \sum_0^T \left(\frac{NOI_t + ID_t}{(1+r)^t} - \frac{ID_t}{(1+r_f)^t} \right) - NPV_A \quad (1)$$

– где NPV_A оценка стоимости потока денежных средств в постпрогнозный период.

$$NPV_A = \frac{(NOI_t + ID_t)}{(1+r)^T} \left(\frac{1}{r} - \frac{1}{r(1+r)^{Td}} \right) \quad (2)$$

Алгоритм определения ставки дисконтирования по проекту или по предприятию, акции которого не торгуются на бирже, на основании формулы (3) выглядит следующим образом (Эванс, 1997. С. 160):

– определение общих параметров формулы r_f (доходность государственных долгосрочных ценных бумаг), r_m (среднерыночная доходность);

– определение, к какому децелю относится исследуемая компания (на основании данных Ibbotson Associates, SBBI Valuation Additional Yearbook по России или по странам восточной Европы, которые близки по своим экономическим рискам к России);

– расчет требуемой доходности с использованием коэффициента β , характерного для децеля, к которому относится выбранная компания;

– корректировка требуемой доходности на премию за масштаб – r_s ;

– оценка и добавление индивидуальной премии за риск – r_p , присущей компании, к требуемой доходности, которая добавляется, если исследуемая компания отличается от сложившегося образа компании данного масштаба в худшую или в лучшую сторону. Если компания отличается от компаний данного масштаба в лучшую сторону, то премия за риск будет отрицательной.

$$r = r_f + \beta(r_m - r_f) + r_s + r_p \quad (3)$$

При оценке проекта требуемая доходность по проекту рассчитывается на основании требуемой доходности компании с добавлением премии за риск, характерной для проекта, если он имеет отношение к основной деятельности компании. Это может быть риск, связанный с превышением инвестиционного бюджета, затяжкой сроков начала выпуска продукции и прочее. Если проект не

имеет отношение к основной деятельности компании, то он оценивается на основании собственного масштаба по приведенному выше алгоритму.

Большинство исследователей считает, что необходимо выполнять оценку объекта всем тремя способами, рассчитывая среднее при выдаче итогового варианта. В данной статье предложено использовать метод сравнительного анализа продаж и затратный метод только как ориентиры при оценке. Так метод сравнительного анализа продаж предполагается использовать как способ установки диапазона цен, а затратный метод использовать только в исключительных ситуациях, когда предприятие по каким-то причинам не может быть оценено доходным методом.

Список источников

1. Брейли, Р., Маейрс С. Принципы корпоративных финансов. – М.: Олимп-бизнес, 1997.
2. Владимирова, И.Г. Слияния и поглощения компаний. Электронный ресурс: Менеджмент в России и за рубежом. – 1999. – № 1. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru>. Дата обращения: 17.12.2010.
3. Депамлис, Д. Слияния, поглощения и другие способы реструктуризации компании. – М.: Олимп Бизнес, 2007.
4. Кристофферсон, С., Макниш, Р., Сиас, Д. Проклятие победителя: ошибки слияний. // The McKinsey Quarterly. – 2004. – № 2.
5. Рид, С.Ф., Лажу А.Р. Искусство слияний и поглощений. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
6. Франк, Ч. Эванс, Дэвид, М. Бишоп. Оценка компании при слияниях и поглощениях. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
7. Sharp, W.F., Cooper, G.M. Risk-Return Classes of New York Stock Exchange Common Stocks, 1931-1967 // Financial Analysts Journal. – 1972. – № 28.

ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАЩИТЫ ОТ ВРАЖДЕБНЫХ ПОГЛОЩЕНИЙ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА СТОИМОСТЬ КОМПАНИИ

Юлия Чернышова

chernyshevayv@mail.ru

1-й курс магистерской программы
«Финансовый менеджмент»

Статья подготовлена по результатам курсового исследования
Научный руководитель – к.э.н., доцент А. И. Балашов

ABSTRACT. The following article is devoted to the terminological analysis of such concepts as « hostile takeover », «corporate raid» and «greenmail». On the basis of a wide list of references and legislation norms the basic ways and algorithm of hostile takeover of the company were analyzed and also classification of enterprise protection measures was developed.

Наиболее распространенной формой коллективного ведения предпринимательской деятельности в современных условиях является акционерное общество, нормативное определение которого содержится в п. 1 ст. 2 Федерального закона от 26.12.1995 г. № 208-ФЗ «Об акционерных обществах» (далее – Закон об АО). Акционерным обществом (АО) признается коммерческая организация, уставный капитал которой разделен на определенное число акций, удостоверяющих обязательственные права акционеров по отношению к обществу. Акционеры не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков, связанных с его деятельностью, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

К числу основных достоинств конструкции акционерного общества ученые традиционно относят возможность аккумуляирования значительных денежных средств от широкого круга лиц путем их подписки на акции, закрепление внесенных акционерами взносов особым видом ценных бумаг – акциями, которые могут свободно отчуждаться акционерами, стабильность акционерного капитала, который, по общему правилу, не может быть востребован акционерами. Указанные достоинства акционерного общества являются одновременно и его главной проблемой: многочисленность и разобщенность участников АО предопределяет повышенную вероятность нарушения их прав (Гуреев, 2007. С. 1).

Акционерные общества относятся к юридическим лицам, в отношении которых их участники в связи с участием в образовании имущества имеют обязательственные права (п. 2 ст. 48 ГК РФ). Основные права участников АО определены в п. 1 ст. 67 ГК РФ и не зависят от размера доли в уставном капитале. Право участвовать в управлении делами общества при незначительной доле участия носит формальный характер, поскольку реально влиять на управление организацией такой субъект не может. Лишь при наличии известной доли участия у акционеров появляется реальная возможность влиять на осуществление хозяйственной деятельности корпоративной организации, избирать ее органы управления и распоряжаться имуществом. Участие в уставном капитале акционерного общества удостоверяется акциями, которые отражают степень участия акционера и являются инструментами корпоративного контроля.

Проблеме корпоративного контроля посвящена многочисленная юридическая литература по вопросам корпоративного права и управления (Гололобов, 2004; Гутин, 2005; Логинов, 2007; Метелев, 2006 и др.). Так, в посвященном корпоративному контролю специальном диссертационном исследовании А. С. Гутина под корпоративным контролем предлагается понимать «возможность субъектов корпоративных правоотношений непосредственно или опосредованно определять, формулировать, принимать решения, связанные с тактикой и стратегией развития акционерного общества или влиять на их принятие» (Гутин, 2005. С. 10). Более полное определение понятия «корпоративный контроль» содержится в работе С.Е. Метелева и К.В. Храмцова, по мнению которых корпоративный контроль – это возможность субъектов корпоратив-

ных отношений прямо или косвенно влиять на принятие решений, связанных с выбором экономической стратегии развития бизнеса, назначением управляющих (менеджеров), а также распоряжением принадлежащим организации имуществом (Метелев, 2006. С. 20-21). В настоящей статье данное понятие используется в этом значении.

Столкновение интересов различных участников корпоративных отношений (менеджеров, мажоритарных и миноритарных акционеров, кредиторов, хозяйственных партнеров компании) приводит к возникновению корпоративных конфликтов и провоцирует корпоративные захваты. Несмотря на отсутствие в законодательстве РФ определений понятий «корпоративный захват» или «недружественное поглощение», в хозяйственной практике нередки случаи перехвата корпоративного контроля, характеризующиеся, как правило, через указанные понятия.

Само выражение «недружественное (или враждебное) поглощение» обязано своим происхождением английскому термину «hostile takeover», означающему скупку контрольного пакета голосующих акций компании без какого-либо согласования с акционерами и менеджментом компании (Горбов, 2004. С. 3). Представляется, что словосочетание «недружественное поглощение» является не вполне удачным для характеристики исследуемого явления. Используемое здесь прилагательное «недружественное (или враждебное)» носит, в основном, эмоциональный характер, поскольку участники хозяйственного оборота вовсе не обязаны быть друзьями. Что касается употребления слова «поглощение», то семантика данного термина предполагает реорганизацию юридического лица в форме слияния или присоединения, при которой происходит включение юридического лица – объекта действий компании-агрессора – в состав последней. Однако последствием корпоративного захвата не всегда является проведение вышеуказанных форм реорганизации. Более удачным для характеристики рассматриваемого явления нам представляется использованное Д. И. Степановым выражение «неправовой передел (или перехват) корпоративного контроля» (Степанов, 2004. С. 126-127), то есть перераспределение власти в юридическом лице, опосредуемое инструментами корпоративного контроля (акции, доли, паи).

Таким образом, под неправовым перехватом корпоративного контроля (или корпоративным захватом) мы будем иметь в виду любые действия по перераспределению контроля над юридическим лицом, осуществляемые без согласия внутренних инвесторов и выплаты им справедливой компенсации. При этом корпоративные захваты, сопряженные с силовыми действиями компании-агрессора (в первую очередь с использованием так называемого «административного ресурса»), будут определяться нами через термин «рейдерство» (от англ. raider – налетчик).

От понятия корпоративного захвата принято отличать иные действия недобросовестных участников гражданского оборота, в первую очередь, корпоративный шантаж или «гринмейл» (от англ. – greenmail, дословно – «зеленая почта»). Гринмэйл, по существу, представляет собой получение неоснова-

тельного обогащения либо отступных в имущественной или неимущественной форме за отказ от претензий, либо продажу своего пакета акций по завышенной цене, либо получение таких выгод и преимуществ, которые не могут быть получены законно при существующих условиях хозяйственного оборота. В отличие от неправового перехвата корпоративного контроля, при гринмейле целью является получение «отступных» за прекращение недружественных действий в отношении организации, а не за получение контроля над ней.

Отношение к недружественным поглощениям в большинстве стран мира неоднозначное, особенно в континентальной Европе: там считается, что рейдеры обычно заинтересованы в краткосрочных прибылях, разрушающих компанию. С другой стороны, рейдеры привносят англо-саксонскую идею максимизации «акционерной стоимости» (англ. – *shareholder value*). Европейское исследование на основе данных 1990-2001 гг. показало, что оба взгляда, видимо, преувеличены: после захвата в долгосрочной перспективе в среднем происходит лишь небольшое ухудшение положения компании, которое исследователи объясняют больше неэффективностью нового руководства, приведенного рейдерами, чем банальным ограблением других акционеров (*Croci, 2004*).

В российских условиях предприятия зачастую захватываются не в производственных целях, а для овладения их недвижимостью. При этом производство обычно уничтожается (*Федоров, 2010. С. 47*). В итоге рейдерство в его нынешнем виде в России снижает привлекательность страны для инвестиций. Как отмечает П. А. Астахов, коррупция, отсутствие сильной независимой судебной власти и несовершенство законодательной базы являются причиной того, что в России дешевле отнять бизнес, нежели приобрести его (*Астахов, 2007. С. 7*). Именно по этой причине потенциальным объектом атаки рейдеров в настоящее время является практически любое российское предприятие.

К числу наиболее распространенных способов корпоративного захвата предприятий относятся следующие:

- создание препятствий при реализации права голоса владельца акций (указанная цель достигается, как правило, с помощью обеспечительных мер, возможность использования которых предусмотрена ст. 90 АПК РФ – в случае наложения определением суда ареста на голосующие акции некоторых участников общего собрания корпоративный контроль может быть сосредоточен в руках участника, обладающего сравнительно небольшим пакетом голосующих акций);

- создание параллельных органов управления акционерного общества (в первую очередь, создание параллельных органов управления происходит при использовании положений ст. 55 Закона об АО о внеочередном собрании акционеров);

- незаконное приобретение прав на ценные бумаги (путем подделки документов, необходимых для совершения операций в реестре акционеров; обращения взыскания на акции по несуществующим обязательствам; передачи реестра акционеров подконтрольному регистратору);

- использование процедуры банкротства;

- оспаривание сделок поглощаемого акционерного общества;
- оспаривание сделок с акциями и выпусков ценных бумаг и др.

На основе анализа корпоративного законодательства и литературных источников (Астахов, 2007; Метелев, 2006 и др.) можно представить типовой алгоритм корпоративного захвата.

1. Сбор информации. Проводится скрытно и занимает от двух месяцев до одного года. Используются и анализируются как открытые источники информации (пресса и Интернет), так и закрытые (базы данных различных госструктур). Так, сведения об оборотах интересующего предприятия рейдеры часто незаконно получают через налоговые органы, данные о находящейся на балансе предприятия недвижимости – через БТИ и регистрационные органы. Сложнее для рейдеров получить информацию о текущей финансово-хозяйственной деятельности общества. Ранее действовавшая редакция Федерального закона «Об акционерных обществах» вообще не допускала возможности акционера знакомиться с документами бухгалтерского учета и протоколами заседаний коллегиального исполнительного органа. В настоящее время в акционерных обществах к документам бухгалтерского учета и протоколам заседаний коллегиального исполнительного органа имеют право доступа лишь акционеры, имеющие в совокупности не менее 25% голосующих акций общества (ст. 91 Закона об АО в ред. Федерального закона от 07.08.2001 г. № 120-ФЗ).

2. Нападение. Основываясь на полученной информации, агрессор разрабатывает стратегию атаки индивидуально, под конкретное предприятие. Самая распространенная схема начала корпоративного захвата – это скупка акций предприятия-жертвы. Распыленность акций среди миноритарных акционеров (чаще всего ими оказываются работники предприятия, получившие акции в результате приватизации), неопределенность акций на бирже, а также невыплата по ним в течение ряда лет дивидендов облегчают рейдерам решение этой задачи. Одновременно со скупкой акций корпоративные захватчики начинают «давить» предприятие с целью дезорганизовать руководство и продемонстрировать акционерам низкую ликвидность и малоценность находящихся у них на руках акций (иски по поводу нарушений при проведении дополнительных эмиссий акций и при совершении крупных сделок, инициирование различных проверок возбуждение уголовных дел в отношении менеджмента и мажоритарных акционеров и т. д.).

3. Легализация захвата. Для формальных предпосылок входа рейдера на предприятие им создается параллельный орган управления с максимальным соблюдением всех формальных процедур и требований закона. Делается это, например, следующим образом.

При контроле над пакетом 30% и 1 акция рейдер создает видимость того, что он направил в действующий орган управления требование о созыве внеочередного собрания. Эта задача реализуется при помощи отправки чистых листов бумаги в конвертах с уведомлением о вручении получателю. В результате создается видимость того, что орган управления «игнорирует» требование

акционеров, и рейдер получает право провести собрание самостоятельно с участием только подконтрольных ему акционеров. Рейдер старается организовать все так, чтобы «неудобные акционеры» ни в коем случае не попали на собрание – его часто устраивают на территориях с ограниченным доступом (режимные предприятия, военные части и т. д.). Собравшись, акционеры рейдера фиксируют в протоколе собрания отсутствие кворума и тут же расходятся. Далее рассылка «пустых извещений» повторяется и собрание по аналогичному сюжету созывается опять. На втором собрании с той же повесткой дня 30% и 1 акция считаются уже кворумом, и все решения о прекращении полномочий действующего совета директоров и назначение нового принимаются простым большинством голосов. Формирование параллельного органа управления АО закончено. На заключительном этапе один из присутствующих на собрании акционеров подает по заведомо проигрышному основанию иск в суд с требованием признать решение собрания недействительными. Суд, рассмотрев иск, отказывает в его удовлетворении, в результате чего у рейдера появляется решение суда о признании прошедшего собрания акционеров легитимным.

4. Смена руководства АО. Созданный рейдером параллельный орган управления берет под фактический контроль предприятие-жертву. Это самый громкий, шумный, скандальный и публичный этап, так как прежнее руководство изо всех сил сопротивляется. С обеих сторон могут активно действовать судебные приставы с взаимоисключающими друг друга исполнительными листами, различные подразделения полиции, пресса.

5. Кульминация. Здесь возможны несколько вариантов.

А. Если рейдер стремился захватить активы предприятия-жертвы только из соображений сиюминутного заработка, то очень быстро происходит цепочка сделок по распродаже активов предприятия. Делается это до тех пор, пока активы не попадают в руки добросовестного приобретателя, что делает невозможным в дальнейшем оспорить законность сделки.

Б. Если целью корпоративного захвата выступали не только активы, но и бизнес предприятия, захватчиком реализуются меры по его удержанию. Приобретенное таким образом предприятие присоединяется к холдингу и на нем с «нуля» выстраивается вся вертикаль управления. Ликвидируются последствия корпоративного захвата, трудовому коллективу погашается задолженность по заработной плате, крупным акционерам выплачиваются дивиденды, в бюджет перечисляется задолженности по налогам. При этом бывшие владельцы предприятия, при наличии на то ресурса, в некоторых случаях сами «перепрофилируются» в рейдеры и пытаются вернуть потерянный бизнес. Для противодействия этому новый собственник бизнеса может попытаться сделать захват уже своего предприятия нерентабельным – например, разнести бизнес по нескольким юридическим лицам, обременить активы, просто заложив их своей же структуре.

Защита акционерных обществ от корпоративных захватов представляет собой совокупность организационно-правовых мер, направленных на обеспечение стабильности корпоративных отношений в нормальном (ненарушенном)

состоянии, а также на восстановление нарушенных прав участников корпоративных отношений.

На основе анализа корпоративного законодательства и литературных источников (*Астахов, 2007; Горбов, 2004; Логинов, 2007; Федоров, 2010*) классификацию существующих мер защиты от корпоративных захватов можно разделить на следующие группы:

1) совершенствование нормативно-правового регулирования корпоративных отношений:

1.1 совершенствование законодательства в области противодействия корпоративным захватам;

1.2 разработка отвечающего целям противодействия перехвату корпоративного контроля состава учредительных и внутренних корпоративных документов;

2) превентивные организационно-правовые мероприятия:

2.1 мониторинг угроз перехвата корпоративного контроля;

2.2 разработка системы защиты инсайдерской информации компании;

2.3 формирование защищенной корпоративной структуры;

2.4 распределение имущественного комплекса АО между различными юридическими лицами;

3) защитные меры, применяемые в обстоятельствах начавшегося корпоративного захвата:

3.1 виндикация акций;

3.2 обжалование действий реестродержателя акций;

3.3 признание недействительными решений общих собраний акционеров;

3.4 встречное обеспечение предъявленного иска компании-агрессора в рамках арбитражного процесса;

3.5 использование возможностей нотариата в доказывании юридически значимых фактов;

3.6 создание препятствий для компании-агрессора в реализации права голоса на принадлежащие ей акции с одновременной дополнительной эмиссией акций, размещаемых по закрытой подписке;

3.7 контркупка акций общества его основными акционерами и др.

С учетом специфики деятельности конкретного предприятия и прогнозируемого состава и вероятности наступления корпоративных угроз конструируется конкретная система защиты организации от корпоративных захватов. В первую очередь, в условиях начавшегося перехвата корпоративного контроля необходимо оценить ситуацию и попытаться прояснить следующие вопросы:

– кто является заказчиком захвата;

– каковы цели захвата (активы, недвижимость, бизнес, включение атакуемого предприятия в холдинг и т. д.);

– кто выступает рейдером – послужной список и предпочитаемые методы осуществления корпоративного захвата;

- каковы вероятные ресурсы рейдера и инициатора корпоративного захвата (финансовые, административные, организационные);
- какова вероятная величина бюджет корпоративного захвата.

В зависимости от полноты и результатов ответа на данные вопросы можно смоделировать вероятный исход начавшегося корпоративного захвата и принять наиболее эффективные тактические решения. Например, если в ходе оценки ситуации выяснилось, что рейдер планирует заработать на данном корпоративном захвате X денежных единиц, а величина его бюджета, выделенного на достижение корпоративного захвата, составляет $X - 2$, предполагаемые затраты обороняющегося предприятия составят $X - 1$ с неизвестным результатом (λ). Учитывая находящееся на стороне рейдера преимущество «первого хода», вероятность как положительного, так и отрицательного исхода корпоративного захвата для обороняющейся стороны равнозначны. В этих условиях целесообразным будет тактическое решение, направленное на достижение договоренности с корпоративным захватчиком. Учитывая то, что в затяжном корпоративном конфликте не заинтересована ни одна из сторон, рейдер как рациональный субъект экономического оборота, скорее всего, пойдет на сделку и, заработав чуть меньше (например, $X - 1,5$), но быстрее планируемого, продаст свои инструменты нападения (например, акции, приобретенную задолженность предприятия и т. п.). Если же к соглашению с агрессором прийти не удалось (например, по причине того, что захватчик оценивает вероятность положительного для себя исхода начавшегося захвата на уровне $\lambda + 1$), необходимо переходить к тактике активной обороны с использованием всех предоставляемых правом возможностей по пресечению действий компании-агрессора.

Список источников

1. Федеральный закон «Об акционерных обществах» от 26.12.1995 г. № 208-ФЗ (ред. от 28.12.2010 г.) // Российская газета от 29.12.1995 г. № 248.
2. Астахов, П.А. Противодействие рейдерским захватам. – М.: Эксмо, 2007.
3. Гололобов, Д.В. Акционерное общество против акционера: противодействие корпоративному шантажу. – М.: Юстицинформ, 2004.
4. Горбов, В.В. Правовая защита акционерного общества от недружественного поглощения. Автореферат канд. юрид. наук. – М., 2004.
5. Гуреев, В.А. Проблемы защиты прав и интересов акционеров в Российской Федерации. – М.: Волтерс Клувер, 2007.
6. Гутин, А.С. Корпоративный контроль в акционерных обществах и его правовые формы: Автореферат канд. юрид. наук. – Краснодар: ПермГУ, 2005.
7. Логинов, Е.Л. Экономическая безопасность: Корпоративные захваты и поглощения. Агрессивные стратегии установления корпоративного контроля: Системные проблемы экономической безопасности: Собр. соч. в 20 т. – Т. 12. – М.: Научтехлитиздат, 2007.
8. Метелев, С.Е. Экономическая безопасность предприятия (правовая защита от недобросовестного перехвата корпоративного контроля). / С. Е. Метелев, К. В. Храмцов. – Омск: Типография ИП Долгов Р.Н., 2006.
9. Степанов, Д.И. Корпоративные споры и реформа процессуального законодательства. // Вестник Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации. – 2004. – № 2.

10. Федоров, А.Ю. Рейдерство и корпоративный шантаж (организационно-правовые меры противодействия). – М.: Волтерс Клувер, 2010.

11. Croci E. The Market for partial corporate control in Europe: The evidence about corporate raiders. – 2004. Electronic resource. – Access Mode: <http://www.eea-esem.com>. Date: 10.03.2011.

ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ ЛИДЕРА

Павел Калинин

kalinsky.pavel@gmail.com

2-й курс факультета менеджмента

Доклад подготовлен в рамках курса «Основы менеджмента»
Преподаватель – ст. преподаватель Т. В. Чеботаева

ABSTRACT. The purposes of this paper is to determine the main concept of emotional intelligence and to emphasize the components of emotional intelligence, emotional communication and leadership. This study attempted to identify main components that describe emotional competence of the leader and to identify the major factors that impact to the leader's competence.

Влияние эмоций на жизнь человека неоспоримо. Невозможно их также исключить из деловой сферы. В бизнесе существует много моделей поведения, которыми активно пользуются выдающиеся лидеры, руководители корпораций, владельцы собственных предприятий. Им удается вести за собой людей, мотивировать сотрудников, заключать выгодные сделки. Американские ученые выяснили, что не обязательно иметь высокий уровень IQ, важно обладать эмоциональным интеллектом, понимать природу своих эмоций, а также эмоций других людей. Без эмоционального интеллекта практически невозможно занять лидерские позиции. Эффективное руководство людьми возможно только с пониманием их эмоционально-поведенческих различий.

Для того чтобы разобраться, в чем заключается связь лидерства с эмоциональным интеллектом, необходимо лучше понять, в чем состоит каждый из четырех навыков эмоционального интеллекта. Четыре навыка эмоционального интеллекта можно разбить на две пары: одна образует внутриличностную компетентность, вторая межличностную компетентность. Внутриличностная компетентность формируется за счет навыков самовосприятия и управления собой, которые концентрируются преимущественно лично на лидере, а не на его взаимодействиях с другими людьми. Внутриличностная компетентность представляет собой способность сохранять восприимчивость эмоций и управлять деталями и общими тенденциями поведения. Межлич-

ностная компетентность включает в себя навыки социальной восприимчивости и управления отношениями. Межличностная компетентность представляет собой способность понять поведение, настроение и мотивы других людей с целью улучшения качества отношений. В совокупности эти четыре навыка формируют эмоциональный интеллект. Для глубокого понимания функционирования эмоционально интеллекта стоит рассмотреть каждое качество.

Самовосприятие представляет собой способность лидера точно улавливать собственные эмоции в каждый момент времени и осознавать, с какими тенденциями связаны те или иные ситуации. Самовосприятие предполагает, что лидер в своем поведении не ограничивается типичными для себя реакциями на определенные события, задачи или конкретных людей. Для лидера важно четко понимать, какие тенденции лежат в основе его поведения; этот навык позволит более ясно осознавать возникающие эмоции. Эмоции всегда служат определенной цели. Являясь реакцией на жизненный опыт, эмоции всегда имеют какой-то источник. Часто эмоции возникают как бы ниоткуда, и важно понимать, почему какое-то событие приводило лидера к той или иной реакции. Самовосприятие не связано с выяснением глубинных секретов или бессознательных мотивов. Скорее, речь идет о прямом и искреннем понимании того, что именно заставляет человека действовать. Люди с высокой степенью самовосприятия заметны своей четкостью в понимании того, что именно они могут делать хорошо, что является для них источником мотивации и удовлетворения и какие люди и ситуации способны влиять на их решения. Самовосприятие является основополагающим навыком эмоционального интеллекта; когда у лидера высокое самовосприятие, ему намного проще использовать все остальные навыки эмоционального интеллекта. Высокий уровень самовосприятия означает, что человек не боится своих эмоциональных ошибок. По мере развития этого навыка удовлетворенность руководителей своей профессиональной и личной жизнью поднимается на новый уровень. Самовосприятие крайне важно для производительности труда: 83% сотрудников с высокой степенью самовосприятия достигают высоких результатов, а среди лиц с низкой результативностью лишь 2% обладают высокой степенью самовосприятия (*Бредберри*, 2010. С. 31). Из этих данных можно сделать вывод, что человек, обладающий высоким самовосприятием, чаще пользуется правильными возможностями, использует свои сильные черты для решения рабочих вопросов и не позволяет эмоциям останавливать или удерживать себя от принятия нужных и важных решений (*Тикунова*, 2010. С. 113-117).

Вторым основным элементом внутриличностной компетентности является навык управления собой – способность использовать знание своих эмоций для того, чтобы оставаться гибким и позитивно управлять своим поведением и эмоциональными реакциями по отношению к различным ситуациям и людям. Некоторые эмоции способны создать у лидера ощущение парализующего страха, который затуманивает мышление так, что человек не сможет найти выхода из создавшегося положения. В таких случаях управление собой

проявляется в способности человека терпимо относиться к состоянию неопределенности. Управление собой – это нечто большее, чем простое сопротивление взрывному или проблемному поведению.

Одна из проблем, с которой сталкиваются лидеры, формирующие у себя этот навык, – это управление привычным для них поведением в течение длительного времени и применение навыков в совершенно разных ситуациях. Проще всего для человека выявить очевидные и мгновенные возможности для контроля и начать управлять ими. Реальные результаты возникают тогда, когда текущие потребности откладываются в сторону для того, чтобы сконцентрироваться на более важных и крупных целях. Реализация этих целей часто является делом будущего. Можно сделать вывод, что возможности управления собой будут подвергаться проверке снова и снова. Те лидеры, которым удастся управлять собой, способны видеть целостную картину вещей. Успех в овладении навыком управления собой приходит к тем, кто способен отложить в сторону текущие нужды и постоянно управлять тенденциями поведения.

В рамках первого качества социальной компетентности социальная восприимчивость является основополагающим навыком. Социальная восприимчивость представляет собой способность точно улавливать эмоции других людей и понимать, что на самом деле с ними происходит. Это часто означает способность воспринимать чувства и мысли других людей, даже если сам человек при этом испытывает другие чувства. Человеку легко оказаться во власти эмоций и забыть о том, как видит ситуацию другая сторона. Социальная восприимчивость позволяет сохранять концентрацию и воспринимать важнейшую информацию. Двумя самыми важными элементами социальной восприимчивости является слушание и наблюдение. Из этого следует, что для того, чтобы обрести социальную восприимчивость, человеку необходимо научиться улавливать и понимать эмоции людей в момент активного взаимодействия с другим человеком (Жаворонкова, 2008. С. 113-117).

Несмотря на то что управление отношениями представляет собой второй компонент социальной компетентности, этот навык часто предполагает развитие способностей, связанных с первыми тремя навыками эмоционального интеллекта: самовосприятием, управлением собой и социальной восприимчивостью. Управление отношениями характеризует умение человека использовать свою способность воспринимать эмоции (как собственные, так и испытываемые другими людьми) для эффективного выстраивания взаимодействия. Это обеспечивает четкую связь и эффективное разрешение конфликтов. Управление отношениями также представляет собой связи, которые человек создает с другими людьми с течением времени. Люди, умеющие выстраивать связи, способны увидеть преимущество связей со множеством различных людей, даже тех, кто им не очень нравится. Крепкие отношения важно укреплять и развивать. Именно они являются результатом того, хорошо ли человек понимает людей, как относится и взаимодействует с ними. Чем слабее связь с кем-либо, тем сложнее будет донести до него мысль. Разница

между взаимодействием и связью лежит в частоте. Управление отношениями представляет собой самую важную задачу для людей, находящихся в стрессовых условиях. В процессе работы люди сталкиваются с огромным количеством сложных и напряженных ситуаций. Конфликты на работе имеют тенденцию усиливаться в случаях, когда люди пытаются пассивно избежать проблем. Это происходит из-за того, что многим людям не хватает навыков для начала прямого и конструктивного общения. Управление отношениями дает навык, необходимый для избегания конфликтных ситуаций и повышения качества взаимодействия с каждым человеком.

Как мы видим, эмоциональный интеллект – это система жизненных навыков, необходимых любому человеку. К данной сфере относится не только здравый смысл и контроль над своими эмоциями, но и определенная чувствительность, умение ощущать обстановку, справляться со стрессом, принимать верные решения, руководствуясь рациональными соображениями и интуицией, грамотно строить отношения с окружающими, находить выгодные для себя компромиссы и управлять своими импульсивными порывами (Жаворонкова, 2008. С. 303).

Привлекательность теории эмоционального интеллекта заключается в том, что его можно развивать в течение жизни и тем самым достигать успехов в профессиональной и личной сфере. Эмоциональный интеллект предполагает умение погрузиться в свои эмоции, проанализировать их и принять решение. Для развития эмоционального интеллекта сначала нужно определить уровень эмоционального интеллекта. В практике существует несколько методик, одна из них – диагностика эмоционального интеллекта психолога Н. Холла, заключающаяся в способности понимания своих эмоций и управления эмоциональной сферой на основе принятия самостоятельных решений. В структуру исследования входит пять шкал:

- эмоциональная осведомленность – понимание природы собственных эмоций, осознание собственных эмоций;
- управление своими эмоциями – умение заменять одну эмоцию другими;
- самомотивация – умение самостоятельно вдохновлять себя на какую-либо деятельность;
- эмпатия – понимание точки зрения других людей и разделение их взглядов;
- распознавание эмоций других людей – умение чувствовать эмоциональную атмосферу, других людей, воздействовать на эмоции окружающих.

Этот тест основан на оценке испытуемым разных высказываний и отношения к их содержанию. Высказывания отражают различные стороны повседневной жизни. Каждое высказывание необходимо оценить, основываясь на собственных ощущениях. После прохождения данного теста человек будет иметь представление о тех аспектах эмоционального интеллекта, которые ему необходимо развивать. Для самостоятельного развития эмоционального

интеллекта, а с ним и эмоциональной компетенции лидера можно выделить несколько способов:

- учиться слушать собеседника, не переводя разговор на свою персону;
- оценивать смысл слов и эмоциональную окраску речи собеседника;
- подавлять в поведении диктаторство и авторитарность;
- не стесняться просить помощи и признавать свои ошибки;
- изменять свой стиль общения, подстраиваясь под предлагаемые обстоятельства;
- быть открытым для любых видов общения;
- отслеживать и оценивать собственные эмоции и эмоции других людей.

Для того чтобы добиваться успеха, необходимо не просто поставить цель и идти к ней, важно понимать, каким путем идти к ней, какие средства достижения использовать, как преодолевать препятствия, вести переговоры с разными людьми. Эмоциональный интеллект, умение понимать себя и чувствовать окружающий мир играют в этом одну из главных ролей (Гоулман, 2005. С. 303).

Весь вышеперечисленный перечень способов развития эмоционального интеллекта помогут быстрее развивать лидерский потенциал в нужном направлении после определения сильных и слабых сторон.

Список источников

1. Агеева, Е.И. Эмоциональный интеллект и лидерство. // Менеджмент сегодня. – 2010. – № 01(55).
2. Бендер, П.У., Хеллман, Э. Лидерство изнутри. – М.: Попурри, 2005.
3. Борисов, О.С. Менеджер с человеческим лицом. // Менеджмент сегодня. – 2007. – 06(42).
4. Бредберри Т., Гривз Д. Эмоциональный интеллект 2.0. – СПб.: Издательство «Манн, Иванов и Фербер», 2010.
5. Гоулман, Д. Эмоциональное лидерство: Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта – М.: Альпина, 2005.
6. Жаворонкова, Н.М. Осознанное лидерство. // Менеджмент сегодня. – 2008. – № 06(48).
7. Кациоппе, Р. Лидерство – шаг за шагом! // Менеджмент Дайджест. – 2004. – № 6/06.
8. Тикунова, Т.Н. Эмоциональный интеллект в бизнесе. // Менеджмент сегодня. – 2010. – № 01(55).
9. Филонович, С.Р. Теория лидерства в менеджменте: история и перспективы. // Российский журнал менеджмента. – 2003. – № 2.
10. Яхонтова, Е.С. Стратегическое лидерство: модное явление или насущная необходимость? // Менеджмент сегодня. 2008. – № 06(48).

АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА: МВО, РМ, 360 ГРАДУСОВ, ASSESSMENT-ЦЕНТР

Александра Полякова
rljakvasasha@rambler.ru
2-й курс факультета менеджмента

Статья подготовлена в рамках курсового исследования
Научный руководитель – ст. преподаватель Т. В. Чеботаева

ABSTRACT. The main object of this article is analysis of three methods of Human resources management: MBO, PM, 360 degrees and the Assessment-center. This study attempted to identify advantages and disadvantages of those methods.

Оценка персонала является важным элементом в жизни предприятия и представляет собой важнейшую функцию управления персоналом. При правильном проведении она позволяет выявить слабые и сильные стороны деятельности работников, создать кадровый резерв, повысить прибыльность бизнеса, составить план профессионального роста и программу развития персонала. Данная статья посвящена анализу и выявлению преимуществ и недостатков основных методов оценки персонала: МВО, РМ, «360 градусов», «Assessment-центр».

Инвестиции в персонал, создание условий для профессионального роста сотрудников и повышения их самостоятельности дают быструю и высокую отдачу на вложенные средства. Оценка, направленная на улучшение деятельности персонала, представляет собой не единовременное событие, а является процессом, включающим в себя комплекс мероприятий подготовительного характера: обоснование выбора объекта, предмета (какие факты, характеристики, показатели или значения подлежат оценке), субъекта оценки (кто оценивает), выбор методов и инструментов оценки (с помощью чего происходит изменение состояния предмета оценки), формирование технологии и процедур оценки (каким образом, в какой последовательности субъект использует методы, инструменты) содержательного (непосредственно процесс) и заключительного (интерпретация и использование результатов оценки) этапов (*Вучкович-Стадник, 2008. С. 123*).

Метод управления по целям (Management by Objectives) был разработан П. Друкером в начале 1950-х гг. Суть оценки данного метода заключается в совместной постановке определенных задач или плана руководителем и сотрудником, после чего оцениваются результаты их выполнения по происшествии отчетного периода. План работы сотрудника на месяц (матрица МВО) представляет собой перечень показателей; для каждого показателя определяется весовой коэффициент, отражающий значимость для сотрудника. Сумма весовых коэффициентов равна 100%. Плановые значения показателей устанавливаются на основе анализа тенденций предыдущих периодов с учетом

прогнозов развития и планируемой стратегии компании и планов на оцениваемый период. В качестве преимуществ данного метода стоит отметить четкую определенность (сотрудник понимает критерии успешности своей работы еще до выполнения задач), а также наличие обратной связи между руководителем и подчиненным в плане разработки, совместной постановки задач, дальнейшем взаимодействии и контроле. Среди недостатков можно выделить относительную субъективность, так как результаты оценивает один человек, вследствие чего возможна ориентация на прошлые заслуги сотрудника. В итоге, использование данного метода может привести к пересмотру заработной платы, выплаты премий и бонусов и награждениями званиями, грамотами.

PM (Performance management), в отличие от МВО, оценивает не только результаты, но и компетенции сотрудника, то есть те личностные качества, которые необходимы ему для достижения поставленных целей. С помощью PM выявляются области развития сотрудника, а также планируется его карьера. Акцент в методе делается на обратной связи менеджера с подчиненным, предполагая взаимодействие, основанное на сотрудничестве, а не на контроле. Также данный метод дает ясное понимание места сотрудников в организации, способствует трансляции корпоративной культуры через компетенции и ориентируется на долгосрочное обучение работников. Данный метод рассчитан на организации с развитой корпоративной культурой и также требует больших временных затрат. По результатам данной оценки возможен пересмотр заработной платы. Кроме материальной мотивации, составляется индивидуальный график развития работника, также возможно карьерное передвижение по горизонтали и вертикали и включение в кадровый резерв. Собеседование по постановке задач и итоговое интервью проходят раз в год. Несколько раз в год организуются собеседования, на которых происходит взаимодействие сотрудника и руководителя и определяются пути устранения имеющихся недостатков. На итоговом интервью оцениваются результаты работы по задачам и компетенциям, выявляются области развития и составляются планы обучения и развития карьеры.

Принимая решение о перспективах карьерного роста сотрудника, целесообразно составить о нем как можно более полное представление, выявить его потребность в профессиональном росте, определить способы повышения эффективности его труда. Этим частично занимается Performance Management, но в более развернутой форме данный аспект представлен в методе «360 градусов». Этот метод оценки персонала был разработан и впервые внедрен П. Вордом, который подразумевал «систематический сбор информации относительно результатов индивидуума или группы, получаемый от окружения» (Горностаева, 2006. С. 89). В основе метода положена «круговая оценка»: свое мнение о сотруднике высказывают руководители, подчиненные, коллеги и клиенты. Обычно для проведения оценки формируется рабочая группа из 10-15 человек. Важно, чтобы данная методика была конфиденциальной и анонимной, а также чтобы сотрудники компании хорошо знали

друг друга и воспринимали оценку персонала как помощь в развитии и реализации их возможностей, руководство было открыто для обратной связи, корпоративная культура имела высокую степень доверия. Кроме этого, данный метод учитывает мнение внешних клиентов, способствует укреплению и корректировке корпоративной идентичности, потому что для оценки выбираются компетенции, значимые для компании и соответствующие ее корпоративной культуре. Но данная оценка предусматривает оценку только компетенций, а не результатов. Кроме того, требуются достаточно большие расходы на оплату услуг внешних консультантов, необходимость тесного взаимодействия между участниками и информационным департаментом компании. Также сложность заключается в трудности откровенного мнения подчиненных о менеджменте (особенно характерна данная ситуация для России).

Assessment-центр, или центр оценки персонала (ЦО), – это комплексная процедура, позволяющая использовать различные инструменты оценки персонала, сопоставлять данные, полученные разными методами, и формировать обобщенную и уточненную характеристику оцениваемого сотрудника. Зарождение данных центров произошло в 1942 году – в Европе они использовались для отбора военнослужащих и офицеров, имеющих потенциал для обучения и развития. Во второй половине XX века «данный метод оценки персонала нашел свое применение в бизнесе: уже в 1960-1980-х гг. им пользовались такие компании США и Европы, как IBM, RankXerox, Mars, Phillips, Siemens, Nestle и др. В период 1990-2000 гг. 50 % компаний Европы и США в частном секторе и 39 % госсектора использовали технологию Центров Оценки и Развития» (Хруцкий, 2009. С. 145). Суть метода заключается в создании инструментов, моделирующих ключевые моменты деятельности оцениваемого, в которых проявились бы его профессиональные качества и компетенции. Рост популярности данного метода происходит за счет усиления конкуренции на рынке труда, притока в сферу HR профессионалов, владеющих знаниями в различных сферах: психологии, социологии и других наук, – внедрения компьютерных технологий в процесс оценки, высокой объективностью результатов оценки. В данном методе применяется комплекс технологий – «объемная оценка». Продолжительность процесса достаточно высока и в нем задействованы несколько наблюдателей, поэтому можно утверждать о значительной степени объективности. В данном методе применяются разные виды тестирования, в том числе интервью, которое позволяет получать информацию о профессиональных целях и ценностях, организаторских способностях, коммуникативных и личностных качествах оцениваемого. Также используются психологические тесты, которые характеризуют качества, влияющие на поведение человека в организации и обеспечивающие его профессиональную эффективность. Например, используются шкальные опросники (СРІ, 17 PF, ММРІ), тесты интеллекта (КОТ, СFT20, Амтхауэр), типологические опросники (МВТІ, Айзенк), тесты структуры индивидуальной системы категорий (Келли, Айзенк), тесты генерализованной оценки личности (Фрилинг, Люшер, рисуночные тесты). Ситуационно-поведенческие тесты также

используются – как правило, они проходят в виде ролевых игр, направленных на решение конкретной жизненной или деловой ситуации. Цель этих тестов заключается в моделировании поведения испытуемого в наиболее типичной (или требуемой в его деятельности) ситуации для того, чтобы оценить уровень его профессиональных навыков. Это так называемые организационно-управленческие игры, которые моделируют управленческие ситуации для выработки решений по стратегии развития организации и отдельных подразделений.

Данный метод отражает наиболее объективную оценку, а также позволяет наиболее полно выявить соответствие работников корпоративной культуре организации: участники assessment-центра за время его проведения устанавливают личные контакты друг с другом, что можно рассматривать как важный элемент командообразования в организации. Из недостатков метода можно выделить большие расходы на проведение процедуры assessment-центра или покупку технологий для его организации внутри компании, также требуются значительные затраты времени на инструктаж, участие. Для этого метода характерен высокий уровень стресса при получении обратной связи, особенно для амбициозных сотрудников. На основе данной оценки принимаются решения по подбору кандидатов на руководящие должности, а также выдвигаются кандидаты в кадровый резерв.

В России метод стал использоваться совсем недавно и не имеет широкого внедрения. В большинстве случаев для проведения assessment-центра приглашаются консультанты, владеющие этой методикой, или российские компании покупают технологии проведения assessment-центров. Стоит отметить, что организация внутреннего assessment-центра имеет смысл только в случае, когда в компании хорошо выстроена регулярная процедура формирования кадрового резерва.

Каждый из методов имеет свои особенности, нацеленность на выполнение разных задач, но наиболее обширным и основательным является «assessment-центр». Важно, что эффективность метода оценки зависит не только от правильности выполнения, но и его соответствия бизнес-задачам и корпоративной культуре организации, а также от грамотности внедрения. Методы оценки могут сменять друг друга в зависимости от стадии развития и потребностей организации. Главной целью оценки результатов деятельности сотрудников должно быть получение информации, необходимой для повышения качества управления персоналом.

Список литературы

1. Апенько, С.Н. Методология и практика оценки персонала в современных условиях. – М.: Информ-Знание, 2005.
2. Вучкович-Стадник, А.А. Оценка персонала: четкий алгоритм действий и качественные практические решения. – М.: Эксмо, 2008.

3. Горностаева, А.Н. Стратегическое развитие персонала: освоение практики корпоративного тренинга. – Брянск: БГТУ, 2006.
4. Дудаева, Л.М. Оценка персонала. Методология, теория и практика. – М.: Центр-ЛитНефтГаз, 2008.
5. Оливье, Н.Г. Оценка эффективности деятельности компании. – М.: Вильямс, 2003.
6. Питерс, Т.Дж. В поисках совершенства: уроки самых успешных компаний США. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2009.
7. Померанцева, Е.П. Модели управления персоналом: исследования, разработка, внедрение. – М.: Вершина, 2006.
8. Хруцкий, В.Е. Оценка персонала. Критика теории и практики применения системы сбалансированных показателей. – М.: Финансы и статистика, 2009.
9. Хьюзлид, М.А. Оценка персонала: как управлять человеческим капиталом, чтобы реализовать стратегию. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007.
10. Kelemenis D., Askounis D. A new TOPSIS-based multi-criteria approach to personnel selection. // Expert System with Applications. – 2010. – № 37.

ОЦЕНКА СТОИМОСТИ СПЕЦИАЛИСТА

Людмила Лихачева
farewell_@mail.ru

4-й курс факультета менеджмента

Статья подготовлена по результатам курсового исследования
Научный руководитель – к.э.н., доцент С. В. Сатикова

ABSTRACT. The idea of the article is concluded on models that allow expressing non materialistic qualities of a specialist in money equivalent. This study attempted to determine the methods of human resources' qualities identify, to analyze the suggested models and to implement the suitable methods to real life conditions.

Основная задача сегодняшних предприятий – выжить в условиях гиперконкуренции. Разные организации по-разному пытаются справиться с этой задачей: разработкой уникальных продуктов, предоставлением уникального сервиса клиентам и т.д. Однако предприниматели неизбежно приходят к выводам, что ключевой компетенцией современной организации является человеческий фактор, способный не только удержать компанию «на плаву», но и стимулировать ее развитие и совершенствование. Именно человеческий потенциал становится организационным ресурсом, обладающим наибольшими резервами для повышения экономической эффективности работы компаний. Как ресурс, человеческий капитал должен иметь стоимостную оценку.

Причины необходимости наличия рабочего инструмента для оценки стоимости специалистов вполне ясны:

- возможность оценки потенциального уровня заработной платы специалиста с определенным уровнем квалификации (для соискателей и работодателей);
- снижение риска субъективности, рост прозрачности системы за счет инструмента с установленными критериями;
- оценка возможностей компании по содержанию новых должностей;
- поиск оптимального соотношения «цена – качество» по отношению к работникам;
- определение стоимости подразделений и предприятия в целом;
- проведение сопоставительных анализов деятельности подразделений с целью оптимизации структуры;
- проектирование профессионального развития сотрудников.

Сегодня как для зарубежной, так и для отечественной практики характерно недостаточное изучение проблемы получения достоверной индивидуальной стоимости работника. Тем не менее, в результате анализа имеющихся методик была составлена сводная таблица преимуществ и недостатков каждой из них (см. табл. 1).

Таблица 1 – Преимущества и недостатки инструментов оценки

Метод	Достоинства	Недостатки
«Зарплагоемкости»	<ul style="list-style-type: none"> – Относительная простота; – возможность получения сравнительно быстрого результата; – возможность специализации в отрасли; – доступность. 	<ul style="list-style-type: none"> – Необходимость контроля данных; – низкая достоверность расчетов; – не учитывается фактор дефицитности профессии на рынке труда; – неполный состав возможных к рассмотрению профессий; – игнорирование индивидуальных психофизиологических возможностей кандидатов; – отсутствие учета уникальных способностей и возможностей; – невозможность определить качество используемого для расчетов алгоритма; – не учитывается при назначении заработной платы статус и «гудвил» коммерческой структуры.

Оценка стоимости человеческого интеллектуального капитала	<ul style="list-style-type: none"> – Математическая обоснованность модели; – учет генетически обусловленных качеств сотрудника; – акцент на степени развития профессиональных качеств сотрудников. 	<ul style="list-style-type: none"> – Сложность оценки природных качеств; – обязательное условие формального подтверждения природных качеств; – не принимает во внимание уровень соответствия компетенции; – в расчетные формулы заложена величина дохода, что создает круговую зависимость наших целей и методов их достижения
Модель реализовой и условной стоимостей	<ul style="list-style-type: none"> – Четкая понятийная структура; – математическая обоснованность; – возможность оценки потенциала сотрудников; – взаимосвязь со степенью удовлетворенности. 	<ul style="list-style-type: none"> – стоимость как вероятностная величина; – не всегда работник с наибольшим потенциалом будет полезен; – зависимость от другой модели; – суммирование с недостатками обслуживаемой модели; – опасность генерализации.
Стохастическая (вероятностная) позиционная модель	<ul style="list-style-type: none"> – Математический инструментарий; – относительная прозрачность; – четкая структура; – учет профессионального развития сотрудника в рамках организации. 	<ul style="list-style-type: none"> – Сложные расчеты; – ретроспективность; – невозможность точного определения срока службы работника; – игнорирование стажа, фактов повышения квалификации, а также степени соответствия квалификации работника занимаемой должности; – усредненный показатель индивидуального вклада.

Анализ сильных и слабых сторон существующих моделей показал необходимость для нового инструмента принимать во внимание:

- факт соответствия образования специальности;
- наличие фактов повышения профессиональных навыков;
- предполагаемый срок работы в организации;
- степень развития интеллектуальных навыков;
- степень удовлетворенности работника.

Разработка модели осуществлялась на примере оценки индивидуальной стоимости менеджеров по работе с клиентами переводческих компаний Санкт-Петербурга. Поэтому, помимо учета всех вышеперечисленных факторов, в основу модели были заложены показатели, специфичные для исследуемой отрасли. В результате в качестве факторов, заложенных в основу модели, были выбраны следующие:

- зарплата;
- желаемая зарплата;
- пол;
- возраст;

- стаж по специальности;
- стаж в организации;
- предполагаемый срок работы;
- высшее образование;
- образование по специальности;
- дополнительное образование;
- дополнительное образование по специальности;
- иностранный язык;
- клиентская база;
- степень удовлетворенности;
- степень развития коммуникативных навыков;
- степень общего развития.

Для сбора данных использовался специально составленный лист опроса, содержащий поля для заполнения по всем рассматриваемым факторам.

Для анализа данных при помощи эконометрических и математических операций в рамках исследования была использована компьютерная программа IBM SPSS Statistics. Выбор программы обусловлен тем, что статистический пакет SPSS считается одним из лидеров на рынке программных продуктов для анализа данных, в основе которого положены электронные таблицы. Таким образом, результаты опросов были представлены в виде электронной таблицы в среде SPSS Statistics. В программу SPSS Statistics встроена функция обработки данных посредством эконометрических операций, что существенно упрощает и ускоряет процесс. В рамках поставленной задачи было уточнено, что целевым показателем является денежная сумма, отражающая ценность работника. Поэтому в окне линейной регрессии IBM SPSS Statistics заработная плата была указана в качестве зависимой переменной, так как она изменяется под воздействием вариативности всех остальных факторов, а остальные выделенные факторы были отнесены в категорию независимых переменных.

Результаты обработки данных показывают, что R-квадрат, отвечающий за степень точности модели в описании гипотезы, превышает 0,7. Такое значение R-квадрат говорит, что взаимосвязь очень сильна, то есть факторы, заложенные в основу модели, действительно являются определяющими в реальных условиях.

При заданных условиях обработки данных IBM SPSS Statistics рассчитывает коэффициенты для каждой переменной гипотезы. Подставив коэффициенты соответственно задаваемым характеристикам, мы получим уравнение следующего вида (1):

$$\hat{y}_i = 20763,242 + 0,064 * x_1 + 793,925 * x_2 - 25,196 * x_3 + 359,201 * x_4 + \dots, \quad (1)$$

В данном уравнении коэффициенты при x_i обозначают вес каждого из заложенных в модель факторов в конечном результате, а \hat{y} – искомое значение, отражающее стоимость специалиста с заданным набором качеств, выраженное в денежном эквиваленте.

Однако, несмотря на высокий показатель R-квадрат, не все факторы, заложенные в основу модели, имеют сильную взаимосвязь с ней. Некоторые из переменных не являются определяющими для модели. Причин этому может быть несколько:

- в модель были заложены излишние показатели, не влияющие на конечный результат;
- модель не соответствует целям исследования, а высокая степень отражения гипотезой модели случайна;
- используемый для анализа данных инструмент не учитывает специфичность модели.

При любой из альтернатив следует заключить, что на данной стадии развития эконометрическая модель непригодна для практического использования. Для принятия окончательного решения о работоспособности модели требуется более широкое исследование и углубление анализа с целью устранения всех несоответствий.

Несмотря на невозможность в рамках данного этапа работы сделать окончательные выводы о применимости модели на практике, можно отметить сильные и слабые стороны разрабатываемого инструмента с целью использования полученного опыта в последующих исследованиях в рамках данной темы.

Таблица 2 – Преимущества и недостатки эконометрической модели

Преимущества	Недостатки
<ul style="list-style-type: none"> – Наличие готового доступного программного обеспечения для осуществления расчетов; – относительная простота использования; – четкое отражение зависимости модели от каждого из факторов, возможность выделять высоко и низко приоритетные факторы; – возможность самостоятельно задавать различные параметры с целью нахождения оптимального соотношения; – учет опыта предшествующих моделей; – принятие во внимание фактора развития общих способностей и степени индивидуальной удовлетворенности; – выход за рамки организации, возможность использовать опыт других компаний в отрасли. 	<ul style="list-style-type: none"> – Необходимость проведения опроса с целью выявления коэффициентов модели; – использование ретроспективных данных для построения прогноза; – необходимость ввода дополнительных факторов в зависимости от сферы; – отсутствие элементов контроля данных опроса, существование возможности фальсификации данных; – необходимость периодического проведения опросов с целью обновления данных, заложенных в основу модели; – необходимость сбора новых данных в условиях значительного изменения конъюнктуры; – необходимость доступа к сотрудникам различных организаций отрасли для снижения степени субъективности данных.

Поскольку предлагаемая модель имеет сильные стороны и учитывает опыт предыдущих моделей, продолжение исследований в данной области являются вполне обоснованными.

Список источников

1. Ванина, Е.А. Эконометрика: курс лекций доц. каф. математики. – СПб.: НИУ ВШЭ. 2010.
2. Голунов, И. Деньги решают почти все в случае низкоквалифицированного персонала. Электронный ресурс: Ведомости. – 2005. – Режим доступа: <http://www.marketer.ru>. Дата обращения: 22.05.2010.
3. Горский, П. Оценка персонала. Математический инструментарий. Электронный ресурс: Корпоративный менеджмент. – 2009. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru>. Дата обращения: 17.05.2010.
4. Казакова, Е.И. Разработка управленческих решений: курс лекций проф. каф. ин-ститут. эконом. – СПб.: НИУ ВШЭ, 2010.
5. Оценка стоимости «кадрового потенциала» предприятия. Электронный ресурс: Management.com. – Режим обращения: <http://www.management.com.ua>. Дата обращения: 05.04.2010.
6. Соколов, Я. Денежная оценка трудовых ресурсов организации. Электронный ресурс: Персонал Микс. – 2001. – № 1. – Режим Доступа: <http://www.cfin.ru>. Дата обращения: 16.03.2010.
7. How to Give an Effective Employee Evaluation. Electronic resource: eHow. – 2011. – Access Mode: <http://www.ehow.com>. Date: 27.08.2010.

МОДЕЛИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

Виктория Воскова
vi_tori_@mail.ru

2-й курс факультета менеджмента

Статья подготовлена по результатам курсового исследования
Научный руководитель – ст. преподаватель Т. В. Чеботаева

ABSTRACT. The main goal of this paper is the examination of process, models and other aspects of decision making in management. This study attempted to (1) examine the adoption of decision, and (2) examine the decision-making model.

В современном мире принятие верного решения является одним из важных факторов успеха компании. Едва ли не все крупнейшие предприятия имеют доступ к одним и тем же технологиям, и принятие более эффективного решения может сыграть важную роль в достижение поставленных целей. В настоящее время интенсивное развитие экономики заставляет предпринимателей экспериментировать и идти неизвестными путями. По-

этому от лица, принимающего решения, иногда зависит очень многое. Очень часто принятие неправильного решения может привести к прекращению работы компании. Поэтому особо важно уметь применять правильные модели и делать верные выводы.

Целью данной работы является анализ моделей принятия решения.

В рамках поставленной цели данной работы можно выделить следующие задачи:

- определить, что представляет собой принятие решения;
- выявить уровни управленческих решений;
- объяснить процесс принятия решения;
- рассмотреть и проанализировать модели принятия решения.

Решения принимаются на каждом иерархическом уровне общества и в обыденной жизни человека. Каждый день человеку приходится принимать решения: что ему одеть, куда пойти, что поесть, на каком транспорте поехать и т.д. Руководители фирм выбирают конкретные стратегии поведения, следят ежедневно за выполнением работ. Принятие решений является основной частью деятельности менеджера. Менеджер должен осознавать, что от принятых им решений зависит не только результат его собственной деятельности, но и его карьера, процветание организации, в которой он работает, а значит, и благополучие его окружения. Чем выше статус менеджера, тем более значимы принятые им решения. От этих решений зависит большое количество людей, и решения, принятые им, должны быть более взвешенными и ответственными.

Необходимость принятия решений определяется всем тем, что делает предприниматель, формируя цели и достигая их. Поэтому понимание природы управленческих решений очень важно для всякого, кто хочет преуспеть в искусстве управления (*Вяткин, 2004. С. 89*).

Принятие решение – это процесс, который направлен на получение эффективного результата.

Организационное решение – это выбор, который следует сделать менеджеру, чтобы выполнять работу по занимаемому посту.

Каждое организационное решение должно включать в себя следующие составляющие:

- субъект решения (инициатор): руководитель, старший менеджер;
- объект решения (исполнитель): подчиненные, младший менеджер;
- предмет решения;
- цель разработки решения;
- причины разработки решения;
- персонал, для которого разрабатываются или реализуются решения.

Управленческие решения могут также влиять на экономическую, организационную и технологическую сферу организации. Для разработки и

реализаций управленческих решений организация должна иметь следующие возможности:

- систему контроля;
- персонал, обладающий необходимой квалификацией;
- необходимые для работы технологии и оборудование;
- возможности постоянно регулировать работу.

Проблемы принятия решения могут возникнуть тогда, когда существуют затруднения в достижении какой-либо цели (*Фатхутдинов, 1997. С. 9*).

Р. Фатхутдинов определяет управленческое решение как результат анализа, прогнозирования, оптимизации, экономического обоснования и выбора альтернативы из множества вариантов, с помощью которых достигается конкретная цель системы менеджмента (*Фатхутдинов, 1997. С. 144*). Таким образом, процесс выбора управления из множества возможных способов, представляет собой принятие решения. Управлять – значит принимать решения, а принимать решения – значит осуществлять выбор некоторого и желательного наилучшего варианта действий. Целью управленческих решений является обеспечение движения к поставленным перед организацией целям. Цели нужно конструировать и определять четко и ясно, понимая, что для их быстрого достижения требуется как можно больше информации.

Все решения, которые связаны с управлением, можно разделить на 3 большие группы в зависимости от охватываемого периода:

- стратегические решения (долгосрочные);
- тактические решения (среднесрочные);
- оперативные решения (краткосрочные).

Стратегические решения принимаются на срок до несколько лет (обычно 5 лет) и носят самый широкий характер. На этом уровне задается стратегическая направленность деятельности и развития организации. Также принимаются решения, какой деятельностью будет заниматься компания, какую продукцию будет выпускать, какие услуги оказывать. Стратегические решения задают основную цель и в целом направленность организации, оказывают долгосрочное влияние на всю деятельность компании.

Тактические решения – решения, принимаемые на краткосрочный период, сроком от одного до нескольких месяцев. Решения, направленные на реализацию стратегических планов, решают задачи оптимального распределения работников на служебных местах.

Оперативные решения принимаются в течение дня и направлены на получение, запланированных на тактическом уровне результатов. На оперативном уровне непосредственно осуществляется управленческая деятельность, решаются неожиданно возникшие проблемы. Также осуществляется мониторинг деятельности каждого работника.

Конкретный человек или группа лиц, которые непосредственно принимают решения, называются лицами, принимающими решения (ЛПР). Именно они несут всю ответственность за принятое решение. Потенциально правильных решений может быть огромное количество и именно ЛПР должны выбрать одно, наиболее важное для компании.

Также принятия решений могут различаться по форме и могут быть индивидуальными, групповыми, организационными и межорганизационными (Кузнецов, 1997. С. 158).

Процесс принятия решений является очень длинным. Это не одномоментный акт, очень часто этот процесс является долгим и мучительным. Данный процесс может состоять из различных элементов, но обязательно в нем имеются такие элементы, как: проблемы, цели, альтернативы и решения проблем и целей, выбор верных альтернатив. Данный процесс лежит в основе планирования деятельности организации. План – это совокупность различных решений по имеющимся ресурсам и направленное использование их для достижения определенной организационной цели.

Для осуществления поставленных задач компании разрабатывают определенные модели принятия решений, которые помогают менеджерам двигаться в правильном направлении, развивать компанию и находить наилучшие решения возникших проблем. Модель – это экономический процесс, в котором главную роль играют люди: рабочие на заводах, продавцы в магазинах, начальники фирм. Совершаемые ими действия и их результаты находят отражения в моделях. Е.С. Вентцель отмечает, что исследование операций – это применение математических количественных методов для обоснования решений во всех областях целенаправленной человеческой деятельности (Вентцель, 1980. С. 208).

В теории принятия решений выделяют три класса модели:

- принятие решений в условиях определенности;
- принятие решений в условиях риска;
- принятие решений в условиях полной неопределенности.

Для каждой модели разработаны свои методы и подходы для принятия наилучших решений. Модель в условии определенности характеризует единственное состояние природы, а также множество альтернатив, которые могут быть как конечными, так и бесконечными. Этот класс моделей относится к детерминированным моделям, в которых все параметры, а также и состояние природы точно известны и определены.

Модели принятия решений в условии риска определяются наличием нескольких альтернатив, несколькими состояниями природы и тем, что состояние природы носит случайный характер, а также известны вероятности их наступления. В моделях принятия решений в условии риска для выбора наилучшего решения используется два критерия:

- критерий максимально ожидаемого платежа (выигрыша).
- критерий минимально ожидаемого риска (Мадера, 2010. С. 465).

Принятие решения по критерию максимально ожидаемого платежа основывается на представлении операции в виде платежной матрицы, а выбор самого лучшего решения осуществляется по максимальному значению ожидаемого платежа среди возможных ожидаемых исходов для всех возможных решений. Посмотрим платежную матрицу модели принятия решения в условиях риска, в которой представлены все возможные состояния природы C_1, C_2, \dots, C_n , вероятности их наступления p_1, p_2, \dots, p_n , альтернативы A_1, A_2, \dots, A_m , и значение платежей a_{ij} (Мадера, 2010. С. 470).

Каждому возможному состоянию природы и каждому принятому решению, может соответствовать значение платежа. Это вычисляется как (1):

$$\bar{a}_i = a_{i1}p_1 + a_{i2}p_2 + \dots + a_{in}p_n \quad (1)$$

Выбор самого лучшего решения в условиях риска основывается на выборе максимально возможного значения от ожидаемого платежа, который вычислен для всех возможных решений.

Процесс выбора наилучшего решения по критерию максимально ожидаемого платежа состоит из следующих этапов:

- построение матрицы;
- вычисление ожидаемого значения платежей для каждой строки матрицы;
- выбор максимального значения среди всех вычисленных значений ожидаемых платежей;
- оптимально решение соответствует полученному значению.

Метод минимально ожидаемого риска основывается на принятии самого наилучшего решения, опирающегося на матрицу рисков, и величины ожидаемого риска вычисляемого для каждого решения. Значения рисков для каждого возможного решения трактуется как отдельные реализации случайных величин риска при наступлении различных состояний природы (2), где вероятности их наступления p_1, p_2, \dots, p_n , а r_{ij} значение риска.

$$\bar{r}_i = r_{i1}p_1 + r_{i2}p_2 + \dots + r_{in}p_n \quad (2)$$

Оптимальное решение соответствует минимальному значению ожидаемого риска (см. табл. 1).

Таблица 1 – Матрица риска модели принятия решений в условиях риска

Альтернативы	Риск при различных состояниях природы				Ожидаемого значения платежа
	2	3	4	5	
	C_1	C_2	...	C_n	
1	p_1	p_2	...	p_n	b
A_1	r_{11}	r_{12}	...	r_{1n}	\bar{r}_1
A_2	r_{21}	r_{22}	...	r_{2n}	\bar{r}_2
...
A_m	r_{m1}	r_{m2}	...	r_{mn}	\bar{r}_m

Процесс выбора наилучшего решения по критерию минимального ожидаемого риска состоит из следующих этапов:

- построение матрицы;
- вычисление ожидаемого значения платежей для каждой альтернативы;
- выбор минимального значения среди всех вычисленных значений ожидаемого риска;
- оптимально решение соответствует полученному значению.

Если сравнить оба критерия: критерий максимального ожидаемого платежа и критерий минимального ожидаемого риска, то можно увидеть, что оба критерия всегда приводят к одному и тому же оптимальному решению.

Каким критериям пользоваться для принятия оптимального решения в условии риска, решает ЛПР. Но если учитывать, что каждый из критериев рассматривает ситуацию с разных сторон и оба критерия взаимно дополняют друг друга, то для того, чтобы обеспечить полный анализ ситуации, лучше использовать оба критерия.

Модель принятия решения в условии неопределенности определяется наличием нескольких состояний природы, нескольких альтернатив, а также вероятностью того, что наступление состояния природы неизвестно. Это одно из главных отличий между моделью в условии неопределенности и моделью в условии риска.

Примеры неопределенности, для которых невозможно получить точные значения вероятностей:

- спрос и объем продаж на продукцию, которой еще не было на рынке;
- состояние рынка труда, товаров и услуг и экономики в целом, в будущем (через год, несколько лет);
- успех или неуспех новой книги, фильма;

– возникновение природных, социальных и экономических катаклизмов;

– состояние культуры через несколько лет;

– творческие процессы в будущем, например в литературе, науке;

– спортивные результаты в предстоящих олимпийских играх.

Существует несколько методов принятия решения в условиях неопределенности, которые различаются критерием, определяющим наилучшее решение: критерий Лапласа, максиминный критерий (критерий Вальда), критерий минимального риска (критерий Сэвиджа), критерий пессимизма – оптимизма (критерий Гурвица) и др.

Подводя итог, можно сделать следующие выводы. Процесс принятия управленческих решений является одним из важных факторов в работе любой современной организации. От верного и правильного принятия решения, а также от эффективного руководства зависит процветание экономической деятельности фирмы. При принятии решений нужно учитывать все факторы и аспекты, которые могут повлиять на данное решение. Также нужно стараться взглянуть на существующую проблему с разных точек зрения, задавать правильные вопросы, и искать нужные модели принятий решений.

Процесс принятия решения можно разделить на следующие составляющие части:

– подробное изучение проблемы;

– применение более подходящей модели для данной проблемы;

– нахождение различных вариантов;

– оценка данных вариантов, выявление перспектив;

– выбор решения из различных вариантов;

– непосредственно принятие решения;

– проведение соответствующих мероприятий;

– мониторинг исполнения.

Нужно подчеркнуть, что решение является готовым, если поставленные цели были достигнуты. Для правильного принятия решения нужно верно подобрать модель его решения и четко сформулировать цель. В любой современной компании от ЛПР зависит дальнейшая деятельность компании, однако в процесс эффективного принятия решения нужно вовлекать руководство, а также других сотрудников компании.

Список источников

1. Бочкарев, А. 7 нот менеджмента / А. Бочкарев, В. Кондратьев, В. Краснова и др. // Эксперт. – 2002. – № 5.

2. Вентцель, Е.С. Исследование операций: задачи, принципы, методы. – М.: Наука, 1980.

3. Вяткин, В.Н. Принятие финансовых решений в управлении бизнесом: концепции, задачи, ситуации / В.Н. Вяткин, Дж. Хэмптон, А.Ю. Казак. – Москва-Екатеринбург: Ява, 2004.
4. Гончаров, В.В. В поисках совершенства управления. Руководство для высшего управленческого персонала. – М.: МНИИПУ, 2002.
5. Евланов, А.Г. Теория и практика принятия решений. – М.: Экономика, 2004.
6. Кини, Р.Л. Принятие решений при многих критериях предпочтений и замещений. / Р.Л. Кини, Х. Райфа.; под ред. И.Ф. Шахнова. – М.: Радио и Связь, 1981.
7. Кузнецов, Ю.В. Основы менеджмента / Ю.В. Кузнецов, В.И. Подлесных. – СПб.: ОЛБИС, 1997.
8. Ларичев, О.И. Теория и методы принятия решений, а также хроника событий в Волшебных странах: учебник. – М.: Логос, 2008.
9. Лукичева, Л.И. Управленческие решения: учебник по специальности «Менеджмент организации». / Л.И. Лукачева, Д.Н. Егорычев; под ред. Ю.П. Анискина. – М.: Омега-Л, 2009.
10. Мадера, А.Г. Моделирование и принятие решений в менеджменте: Руководство для будущих топ менеджеров. – М.: ЛКИ, 2010.
11. Мамиконов, А.Г. Принятие решений и информация. – М.: Наука, 1983.
12. Сацков, Н.Я. Методы и приемы деятельности менеджеров и бизнесменов. – СПб., 1993.
13. Соринг, В. Принятие решений как интеллектуальная деятельность. – М.: «Канон+», «Реабилитация», 2009.
14. Фатхутдинов, Р. А. Разработка управленческого решения. – М., 1997.
15. Эффективное принятие решений. / Пер. с английского 3-е изд. – М.: ООО Юнайтед пресс, 2009.

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ТЕХНОЛОГИИ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ВНУТРИФИРМЕННОГО ОБУЧЕНИЯ

Анна Шелкова
annashelkova@gmail.com
аспирантка факультета социологии СПбГУ,
участник научно-учебной группы
«Экономика и социология изменений»

Статья подготовлена по результатам дипломного исследования
Научный руководитель – к.с.н., доцент М. В. Рубцова

ABSTRACT. The purpose of this paper is to examine how social technology can help to assess corporate education. This study attempted to (1) examine the efficiency of social technology in assessment of corporate educations, and (2) identify ability to use social technology in modern Russian companies.

В условиях современного общества, характеризующегося как постиндустриальное информационное, важнейшей ценностью и ресурсом стала информация, а производительный интеллектуальный потенциал человека – решающим фактором общественного прогресса и экономического роста. Именно поэтому в экономически и информационно развитых странах развитию образования уделяется огромное внимание и оказывается серьезная государственная поддержка.

Возрастание роли и влияния отдельного работника, в особенности специалиста управленческого уровня, и его индивидуальных особенностей на результаты деятельности всей организации по-новому определяют подход к понятию совокупности работников организации как к ее человеческим ресурсам, важнейшему интегрированному фактору ее успешного развития. Действительно, сегодня работники рассматриваются как конкурентное богатство организации, которое надо размещать, развивать, мотивировать вместе с другими ресурсами для достижения стратегических целей организации.

Анализ существующих тенденций подтверждает вывод о том, что знания сейчас устаревают значительно быстрее, чем раньше. В соответствии с материалами исследований Европейского Фонда Развития Управленческих Кадров – EFMD, в настоящее время период устаревания знаний специалистов составляет 1,5 – 2 года. И потому на первый план выходит задача систематического, комплексного и непрерывного развития человеческих ресурсов, максимально согласованного с целями и стратегией развития организации, а значит, реализующегося как стратегическое.

Важнейшим компонентом стратегического развития человеческих ресурсов организации, охватывающим все его формы и этапы, является внутрифирменное обучение. Чем оно результативнее, чем лучше вписано в общую схему развития человеческих ресурсов и скоординировано с общим направлением развития и деятельности организации, тем большую пользу организации оно приносит. Это подчеркивает необходимость повышения эффективности внутрифирменного обучения путем ее оценки, определения проблемных моментов и разработки методики их устранения, что делает актуальной тему настоящего исследования.

Сегодня и исследователи, и практики стали уделять больше внимания оценке эффективности внутрифирменного обучения. Однако, по-прежнему мало разработаны комплексные подходы к оценке пройденного обучения. Более того и в российской, и в зарубежной практике практически не встречаются социальные технологии, направленные на разработку методики системной оценки корпоративного обучения, что делает актуальной тему настоящего исследования.

Чтобы начать разработку социальной технологии, прежде всего надо определить понятие социальной технологии. Она представляет собой как совокупность этапов, процедур и операций, расположенных в строго

определенной логической последовательности, выполненной однозначно и предназначенной для достижения желаемого социального результата оптимальным способом на основе оптимального использования всех видов ресурсов (Марков, 1983. С. 48).

В основе разработки социальной технологии оценки качества внутрифирменного обучения лежат концепции социального взаимодействия:

- концепция социального обмена Дж. Хоманса (*Хоманс*, 1984);
- концепция символического интеракционизма Дж. Мида (*Mead*, 1934.Р. 65) и Г. Блумера (*Блумер*, 1984);
- драматургический подход Э. Гофмана (*Гофман*, 2000).

Главной особенностью социальной технологии оценки качества обучения является то, что в основе ее разработки лежит процесс взаимодействия субъектов системы корпоративного обучения, таких как руководитель, вышестоящий руководитель, представитель службы персонала, коллеги, подчиненные, клиенты, бизнес-тренер и сам обучаемый. Иными словами, процедура оценки эффективности конкретного курса (тренинга, программы обучения) базируется на особенностях интеракции разных субъектов системы внутрифирменного обучения. Изучить данное взаимодействие можно только с помощью анализа конкретных ситуаций с помощью концепций социального взаимодействия. В данном случае нельзя выделить одну концепцию и утверждать, что она лучше всего отражает систему взаимодействия субъектов в процессе оценки обучения персонала. Каждая из концепций подходит для определенного направления в обучении. Для разработки программы командообразования и развития внутрифирменной коммуникации можно применить концепцию управления впечатлениями Э. Гофмана. Теория символического интеракционизма отражает взаимодействие в рамках программы управленческой подготовки руководящего состава. А теория социального обмена наиболее полно отражает взаимодействие субъектов системы обучения (сам обучаемый и коллеги).

Оценка внутрифирменного обучения всеми субъектами образовательного процесса означает разнообразие источников, которые обеспечивают наиболее полную картину результатов обучения сотрудника/сотрудников. В процессе оценки ключевую роль играет процесс взаимодействия субъектов внутрифирменного обучения. Таким образом, процесс оценки состоит в получении в получении обратной связи от вышеперечисленных субъектов. Однако не всегда уместно использовать все эти источники. Выбор того или иного субъекта системы обучения персонала должен осуществляться исходя из принципа компетентности, принципа информированности и принципа экономичности (*Половинко*, 1998. С. 91-93). В разработке критериев оценки внутрифирменного обучения, на мой взгляд, наиболее точной является модель профессионального развития (*Митина*, 2002. С. 15), содержащая четыре критерия, составляющих единый комплекс. В эту систему входят: оценка прогресса, оценка цели, оценка удовлетворенности и оценка результата.

Чтобы подтвердить тот факт, что для каждого вида обучения персонала оценку необходимо производить с помощью разных субъектов, в 2009-2010 гг. нами было проведено социально-экономическое исследование оценки качества внутрифирменного обучения в российской IT-компании. Основной целью исследования была разработка комплексной системы оценки качества внутрифирменного обучения в компании. Для достижения цели была проанализирована социальная и экономическая эффективность обучения специалистов по продажам, обучения технических специалистов, обучения всего коллектива, направленного на командообразование. При этом для оценки проведенных тренингов использовались характеристики различных субъектов (в зависимости от вида обучения): клиенты (метод исследования структурированное интервью), руководители (полуструктурированное интервью), коллеги (анкетирование) и сами обучаемые (анкетирование). Также были использованы экономические расчеты по сопоставлению объемов продаж за конкретный период.

По итогам проведенного исследования разработана социальная технология оценки качества внутрифирменного обучения, новизна которой заключается в новом подходе: оценка качества и эффективности корпоративных тренингов происходит благодаря взаимодействию субъектов обучения (вышестоящего и непосредственного руководителя, коллег по работе, специалиста отдела персонала, клиентов, подчиненных и самого обучаемого). Такой подход является наиболее оптимальным с точки зрения использования ресурсов: в данном случае затрачивается значительно меньше материальных средств, так как организации не прибегают к услугам компаний-посредников, занимающихся оценкой бизнес-обучения, услуги которых отличаются дороговизной, а обходится внутренними (сотрудники, специалисты отдела персонала и т. д.) и внешними (клиенты) «оценщиками». Временные ресурсы в данной социальной технологии также используются оптимально, так как время затрачивается только на проведения оценочных операций и процедур – оценка проводится, в основном, внутренними силами организации; таким образом, временные ресурсы не тратятся на поиски стороннего «оценщика», а внутри организации всегда можно выделить определенное время для процедур оценивания для каждого субъекта, которое можно зафиксировать в «Положении о внутрифирменном обучении».

Такой подход является более объективным, так как оценкой занимается не только HR-отдел или в случае отсутствия такового руководитель, но и другие субъекты. Все вышеперечисленное позволяет создать условия для системной оценки пройденного обучения.

Таким образом, разработанная социальная технология оценки качества внутрифирменного обучения является крайне актуальной в современных условиях, так как в настоящее время многие современные компании проводят корпоративное обучение и для них важно оценить его качество, а социальная технология – это удобный, оптимальный способ это сделать.

Список источников

1. Блумер, Г. Общество как символическая интеракция. // Современная зарубежная социальная психология: тексты / Под ред. Т.М. Андреевой, Н.Н. Богомоловой, Л.А. Петровской. – М.: Изд-во МГУ, 1984.
2. Гофман, И. Представление себя другим в повседневной жизни. / Пер. с англ. А. Д. Ковалева. – М.: Канон-Пресс-Ц; Кучково поле, 2000.
3. Кравченко, Е.И. Эрвин Гофман. Социология лицедейства. – М.: МГУ им. М. В. Ломоносова, 1997.
4. Марков, М. Технология и эффективность социального управления. – М.: Мысль, 1983.
5. Митина, Л.М. Управлять или подавлять. // Социология образования. – 2002. – №6.
6. Половинко, В.С. Субъекты оценки персонала. // Вестник Омского Университета. – 1998. – № 4.
7. Хоманс, Дж. Социальное поведение как обмен. // Современная зарубежная социальная психология. – М.: Издательство Московского университета, 1984.
8. Mead, G. From Gesture to Symbol. // Self and Society. – Chicago, 1934.

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Юлия Ветрова

julia_vetrova@inbox.ru

выпускник факультета экономики

Юлия Шановалова

bl.Shapovalova@aktnp.ru

магистрант магистерской программы «Финансовый менеджмент»

Статья подготовлена по результатам инициативного исследования
Научный руководитель – к.э.н., доцент А. И. Балашов

ABSTRACT. The article is devoted to analysis of different approaches to company competitiveness. The factors affecting the company competitiveness in the market environment, as well as the basic methods to assess it are discussed.

Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия рассматривается в качестве одного из основных направлений повышения его экономической устойчивости. Вместе с тем конкурентоспособность относится к слабо формализованным понятиям, характеризующим рыночную позицию предприятия. На сегодняшний день отсутствуют единое понимание, а также общепринятые методы количественной оценки ее уровня. Возможным объяснением этого факта является то, что конкурентоспособность является комплексной характеристикой рыночного положения предприятия, зависящей от большого числа факторов, характеризующих различные сферы его деятельно-

сти (в первую очередь, производственную и финансовую) и выражаемой как количественными, так и качественными показателями, приведение которых к обобщающей характеристике представляет особую проблему. Это, в свою очередь, затрудняет решение проблемы управления конкурентоспособностью на уровне предприятия.

Относительно содержания понятия «конкурентоспособность» и состава факторов, влияющих на ее достижение фирмой, в литературе существует достаточно большой разброс мнений. Например, по мнению российского профессора Р. А. Фатхутдинова, конкурентоспособность организации представляет собой «свойство объекта, характеризующее степень реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке» (Фатхутдинов, 2000. С. 32). Иными словами, конкурентоспособность организации – это ее способность вести успешную борьбу в любой экономической среде.

Европейский форум по проблемам управления определил понятие «конкурентоспособность фирмы» несколько по-иному. Это – «реальная и потенциальная возможности фирм в существующих для них условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителя, чем товары их конкурентов» (Rost, 2008. Р. 4). Однако данное определение представляется нам неточным, так как оно касается только товара и учитывает исключительно его ценовые и неценовые характеристики.

Известный экономист М. Портер считает, что конкурентоспособность коммерческой организации определяется лишь по конкретному объекту и на конкретном рынке (Porter, 2008. Р. 68). С его мнением солидарны Е. Н. Кнышова и Е. Е. Панфилова, которые подчеркивают, что конкурентоспособность организации есть понятие относительное - его можно выявить, определить, только на основе сравнения ряда объектов; «сравнительные конкурентные преимущества организации определяются отношением данной организации к другим конкурентным организациям, действующим на данном рынке» (Кнышова, 2007. С. 78). Таким образом, оценивается степень конкурентоспособности организации, зависящая от объекта сравнения: если объект сравнения меняется, то меняется и степень конкурентоспособности организации. Например, некоторые организации, производящие ряд товаров, могут являться конкурентоспособными на внутреннем рынке, но не являться таковыми на внешнем рынке.

Обобщая воззрения вышерассмотренных ученых, содержание понятия конкурентоспособность организации можно определить как характеристику, выражающую степень отличия развития данной организации от конкурентов по определенным характеристикам, характеризующую возможности и динамику ее приспособления к условиям рыночной конкуренции. В борьбе за конкурентоспособность, каждая коммерческая организация стремится найти свое конкурентное преимущество и воспользоваться им. Согласно общей конкурентной матрице известного американского экономиста М. Портера (Porter, 2008. Р. 70),

конкурентное преимущество организации на рынке может быть обеспечено тремя основными направлениями:

- продуктовым лидерством;
- ценовым лидерством;
- лидерством в рыночной нише;

Согласно модели К. Кристенсена, разработанной в Гарвардской бизнес школе (США), возможности по достижению конкурентного преимущества организации определяются на основе анализа пяти следующих конкурентных сил (Clayton, 2003. Р. 56):

- конкуренты в рыночном секторе (соперничество среди действующих организаций);
- новые потенциальные конкуренты;
- товары – конкуренты (заменители);
- потребители;
- поставщики.

В исследовательской литературе выделяют шесть основных методов оценки конкурентоспособности организаций (табл. 1).

Таблица 1 - Характеристика методов оценки конкурентоспособности организаций (Кнышова, 2007. С. 98 - 100)

Название	Основная характеристика
Изучение конкурентоспособности с позиций сравнительных преимуществ.	Каждая страна специализируется на производстве тех товаров, по которым ее удельные издержки более низкие, чем в других странах (у конкурентов).
Оценка по теории равновесия.	По теории А. Маршалла - в условиях равновесия, когда у производителя не существует стимулов для перехода в другое состояние, он достигает максимально возможного объема выпуска и сбыта товара при неизменном характере спроса и уровня развития техники на данном рынке.
Структурный подход.	По рыночным позициям организация исходит из знания уровня монополизации отрасли, то есть концентрации производства и капитала и барьеров для вновь вступающих на отраслевой рынок организаций.
Функциональный подход.	Определение соотношения издержки – цены, загрузки производственных мощностей, объемов выпуска продукции, нормы прибыли и т.д.
Оценка конкурентоспособности по качеству продукции с использованием многоугольных профилей.	Базируется на выявлении критериев удовлетворения потребностей потребителя непосредственно к конкретному товару (услуге), установлении иерархии потребностей, их сравнительной важности в пределах спектра, который может оценить потребитель.
Матричная методика оценки конкурентоспособности «Бостонской консалтинговой группы».	Основана на построении матриц и предварительном выборе стратегии.

С помощью рассмотренных показателей можно дать оценку уровню конкурентоспособности организации с точки зрения освоенного рыночного потенциала, сравнивая ее успехи на рынке с результатами деятельности конкурентов. Для оценки конкурентоспособности организации сначала проводят анализ ее состояния. По мнению Р. Шмука (*Schmuck*, 2007. Р. 203), на конкурентоспособность коммерческой организации оказывают влияние следующие факторы:

- колебания рабочей силы;
- изменения на целевых рынках;
- адаптация к изменениям;
- участие в стратегических альянсах;
- поиск и развитие;
- уровень маркетингового бюджета.

Существуют различные методы управления факторами конкурентоспособности организации: методы сравнения и анализа, методы прогнозирования, методы экономического обоснования, методы планирования. Рассмотрим существование данных методов анализа.

1. Метод сравнения позволяет оценить работу фирмы, определить отклонения от плановых показателей, установить их причины и выявить резервы. При анализе применяются следующие виды сравнения:

- сравнение отчетных показателей с плановыми;
- сравнение плановых показателей с показателями предшествующего периода;
- сравнение показателей работы за каждый период;
- сравнение показателей данного предприятия со среднеотраслевыми показателями;
- сравнение показателей качества продукции данного предприятия с показателями аналогичных предприятий – конкурентов.

Метод сравнения требует обеспечения сопоставимости сравниваемых показателей (единство оценки, сравнимость календарных сроков, устранение влияния различий в качестве, географических различий и т.д.). Сравнение относится к методам анализа наряду с индексным методом, балансовым методом, методом цепных постановок, методом элиминирования, графическим методом, методом функционально-стоимостного анализа, факторным анализом и экономико-математическим методом.

Применение индексного метода целесообразно при изучении сложных явлений, отдельные элементы которых неизмеримы. Индексный метод позволяет провести разложение по факторам относительных и абсолютных отклонений обобщающего показателя. Индексы необходимы для оценки выполнения плановых заданий, для определения динамики явлений и процессов.

Балансовый метод заключается в сопоставлении взаимосвязанных показателей хозяйственной деятельности предприятия с целью выяснения и измерения их взаимного влияния, а также в подсчете резервов повышения эффективности производства. При применении балансового метода анализа связь между

отдельными показателями выражается в форме равенства итогов, полученных в результате различных сопоставлений (*Sean*, 2010. Р. 37).

Метод цепных постановок состоит в получении ряда скорректированных значений обобщающего показателя путем последовательной замены базисных значений факторов фактическими. Сравнение значений двух состоящих рядом показателей в цепи постановок позволяет исчислить влияние на обобщающий показатель того фактора, базисное значение которого заменяется на фактическое.

Метод элиминирования позволяет выделить действие одного фактора на обобщающие показатели производственно-хозяйственной деятельности, при исключении действия других факторов.

Графический метод позволяет проиллюстрировать хозяйственные процессы и является средством исчисления ряда показателей и оформления результатов анализа. Графическое изображение экономических показателей различают по назначению (диаграммы, сравнения), а также по способу построения (линейные, столбиковые, круговые и др.).

Функционально-стоимостной анализ представляет собой метод системного исследования применяемого по назначению объекта с целью повышения полезного эффекта на единицу совокупных затрат за жизненный цикл объекта (*Sean*, 2010. Р. 42). Особенность его проведения заключается в установлении целесообразности набора функций, которые должен выполнить проектируемый объект в конкретных условиях, либо необходимости функций существующего объекта.

Экономико-математические методы применяются для анализа и выбора наилучших, оптимальных вариантов, определяющих хозяйственные решения в сложившихся или планируемых экономических условиях.

2. *Методы прогнозирования* бывают нормативными, экспериментальными, параметрическими, индексными, экспертными, функциональными, комбинированными. Применение на практике того или иного метода прогнозирования определяется такими факторами, как объект прогноза, его точность, наличие исходной информации, квалификация прогнозиста и др. Согласно Э. А. Смирнову (*Смирнов*, 2001. С. 143-144), основными источниками исходной информации для прогнозирования являются:

- статистическая, бухгалтерская и оперативная отчетность предприятия;
- научно-техническая документация по результатам выполнения НИОКР;
- патентно-лицензионная документация.

3. *Методы экономического обоснования* включают в себя следующие мероприятия.

а) Мероприятия по повышению качества входа системы. Они направлены на повышение качества сырья, материалов, комплектующих изделий, получаемых изготовителем. Экономический эффект разработки и реализации меропри-

ятий по повышению качества сырья, материалов и комплектующих изделий рассчитывается по формуле (1):

$$\text{ЭТ} = \sum_{t=1}^T [-\Delta C_{\text{BX}}^t + \Delta C_{\text{np}}^t - (C_n^t - C_e^t)] Nt - \text{Звх}, \quad (1)$$

где: ЭТ – ожидаемый экономический эффект разработки и реализации мероприятий по приобретению более качественного сырья, материалов и комплектующих изделий за срок применения Т;

ΔC_{BX}^t - перерасход из-за роста себестоимости единицы товара в году t за счет приобретения более качественного сырья, материалов и комплектующих изделий;

$\Delta C_{\text{п}}^t$ – – снижение себестоимости единицы товара в году t за счет повышения качества процесса при приемлемом уровне качества входа системы;

$C_{\text{п}}^t$ - прогноз цены нового товара после внедрения мероприятий в году t;

C_e^t – прогноз цены старого периода;

Nt - прогноз объема выпуска данного товара в году t, натуральные измерители (шт. и др.);

Звх - единовременные затраты в повышение качества входа системы (анализ ситуации, формулирование проблемы, разработка организационных проектов и т.п.).

б) Мероприятия по повышению качества процесса в системе. Они заключаются в совершенствовании технологии, организации производства, оперативного управления, повышении уровня автоматизации. В этом случае эффект достигается у потребителя за счет «переноса» высокого качества входа системы через процесс системы к ее выходу.

в) Ожидаемый экономический эффект от разработки и внедрения мероприятий по повышению качества товара. Этот эффект проявляется в повышении производительности, надежности, экологичности и других показателей (Фатхутдинов, 2000. С. 268-274).

4. Методы планирования включают в себя балансовые методы, факторный анализ, статистические методы, экономико-математические методы оптимизации, а также сетевые методы планирования и управления. Согласно профессору Б. З. Мильнеру (Мильнер, 2005. С. 412), балансовый метод предполагает сопоставление взаимосвязанных показателей хозяйственной деятельности с целью выяснения и измерения их взаимного влияния, а также подсчета резервов повышения эффективности производства. Балансовый метод является наиболее распространенным в менеджменте. Б. З. Мильнер рекомендует выполнять факторный анализ в планировании в следующей последовательности (Мильнер, 2005. С. 419-422):

- обоснование объекта анализа, постановка цели;
- сбор и уточнение исходных данных;

- построение гистограмм и корреляционных полей с целью отбора факторов;
- составление матрицы исходных данных;
- анализ уравнения регрессии и его параметров;
- ранжирование плановых показателей по их важности для составления окончательного варианта плана;
- экономическое обоснование плановых заданий;
- оформление, согласование и утверждение плана.

Критерием качества разработки и выполнения планов может быть степень адекватности теоретической модели планового показателя фактическим данным, которая рассчитывается по следующей формуле (2):

$$K_{кп} = \frac{Пф - Пр}{Пф} * 100 \quad (2),$$

где: $K_{кп}$ – критерий качества разработки и выполнения планового показателя, %;

$Пф$ – фактическое значение планового показателя в отчетном периоде;

$Пр$ – прогнозное значение планового показателя.

По формуле (2) может рассчитываться критерий качества выполнения важнейших показателей плана.

Рассмотренные в настоящей работы методы оценки конкурентоспособности предприятия могут быть использованы при формировании инновационной стратегии, ориентированной на рост конкурентоспособности выпускаемой продукции и повышение экономической устойчивости производственной и финансовой деятельности компании в рыночной среде.

Список источников

1. Кнышова, Е.Н., Панфилова, Е.Е. Экономика организации: Учебник. – М., 2007.
2. Мильнер, Б. З. Теория организации: Учебник. – М., 2005.
3. Смирнов, Э.А. Разработка управленческих решений. - М., 2001.
4. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управления: Учеб. пособие. – М., 2000.
5. Christensen, C. M. The Innovator's Dilemma and, the Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful Growth. - Harvard, 2003.
6. Rost, D. J. Heinrich und F. Wiesner. Betriebswirtschaftliche Aspekte der Wettbewerbsfähigkeit landwirtschaftlicher Unternehmen in den neuen Bundesländern in Abhängigkeit von Betriebsform // Betriebsgröße und Standort. - Januar, 2008.
7. Porter, M. The Five Competitive Forces that shape Strategy // Harvard Business Review, South Asia. – January, 2008.
8. Schmuck, R. Measuring company competitiveness: University of PECS, Faculty of Business and Economics, Hungary, 2007.
9. Sean, P. Innovation = competitiveness. Maximizing the Innovation Equation. December 7th, 2010. Electronic recourse. Access Mode: <http://www.scienceprogress.org/>. Date: 03.05.2011.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ВЛАСТЬ И ПОЛИТИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ

КОНЦЕПЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ СЕТЕЙ В НАУЧНЫХ ТРУДАХ Т. БЕННЕРА, Д. НОУКА И Х. МИЛЛЕРА

Асем Утеева

assem.uteyeva@gmail.com

1-й курс магистерской программы
«Государственное и муниципальное управление»,
участник научно-учебной группы
«Экономика и социология изменений»

Доклад подготовлен в рамках курса «Информационно-аналитические технологии государственного и муниципального управления»
Преподаватель – к.с.н., доцент А. Г. Санина

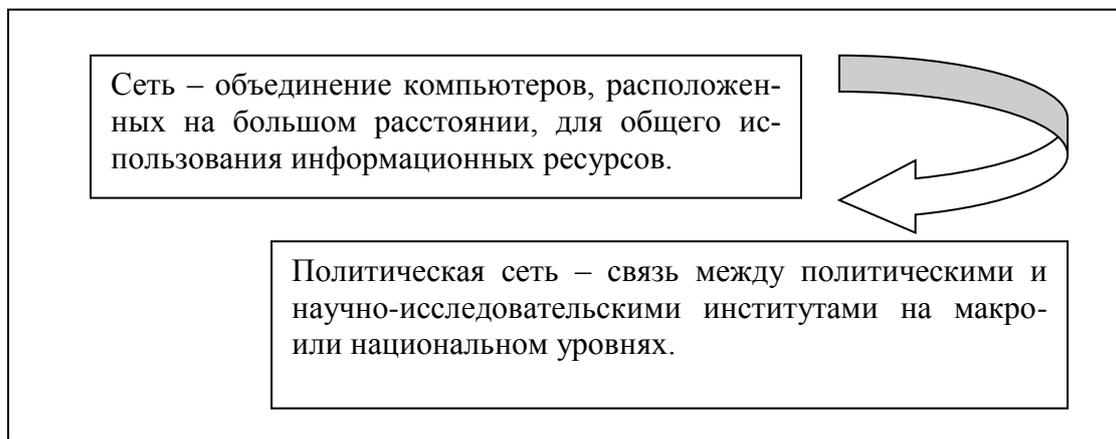
ABSTRACT. The purpose of this paper is to work out the dominant paradigm of the political networks in the governance. The more interesting nodes in complicated networks are the connectors, those nodes that receive information, process it, and pass information on to other nodes. These are the nodes that have grown up already, that have the power, and are truly promoting democracy. As they grow, they establish more connections and become more influential. So, this study attempted to comparatively analyze professional visions of the well-known researchers on this subject.

В результате развития информационно-телекоммуникационных систем, делающих доступными огромные информационные ресурсы и технологии, качественным образом изменились форма и содержание международного и национального политического процесса, что привело к трансформациям политико-правового характера государства. Это выразилось в перераспределении его функций в сфере управления. Сетевую управленческую форму следует рассматривать как важнейший элемент в формировании новой методологии исследования политического процесса, протекающего на разных уровнях, характеризующих процесс принятия решений международным сообществом, группами государств и отдельными государствами, получившими название политических сетей (см. рис. 1).

Политические сети являются нормативной системой, включающей в себя совокупность правил, норм поведения субъектов государственного управления, имеющей тактическую и стратегическую направленность. Политические сети как способ социальной организации и современный вид

управленческой технологии имеют институциональные (структуры правового регулирования отношений, регламентируемые действующим законодательством) и неинституциональные (морально-этические и корпоративные нормы) регулятивные формы.

Рисунок 1 – Определение политической сети



Первые шаги на пути создания политических сетей начались в 1990-е годы. Безусловно, это объясняется фундаментальными изменениями условий технологического развития, эффективной деятельности политической и экономической либерализации. Новое глобальное общество представляет правительству любой страны четыре основные задачи (рис. 2):

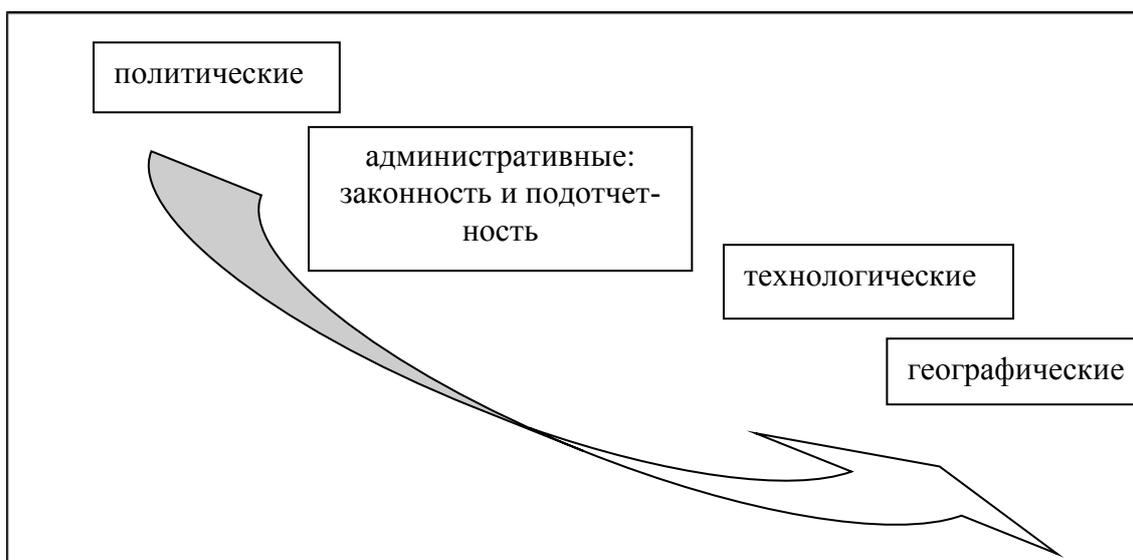
– охват политических сетей: государственные органы и общественные институты должны быть взаимосвязаны при решении вопросов социума как на мировом, так и на национальном уровнях (а в самом государстве – на региональном уровне);

– процесс действий: при решении общественных задач должны быть использованы современные методы и технологии для качественного функционирования институтов;

– баланс интересов: нормативно-правовые акты должны быть в смысловой гармонии с другими учредительными документами с целью реализации основных целей общественных институтов на благо самого общества с учетом избегания конфликта интересов;

– легальный характер действий: любое действие общественных институтов не должно противоречить основным правовым и нравственным устоям социума.

Рисунок 2 – Схематическая последовательность основных задач политических сетей



Для определения сути задач политических сетей необходимо остановиться на раскрытии их свойств. Основные из них следующие.

– Географическая масштабность: правительство должно принимать решения не только по вопросам относительно макроуровня, но и внутри территории государства, то есть на региональном уровне. Здесь можно отметить глобальные политические сети: правительство обладает полномочиями по осуществлению внешних функций (к примеру, решение пограничных проблем), что требует взаимного сотрудничества с правительствами соседних государств.

– Технологический процесс – отражается на финансовом рынке и в торговле. Правительство должно двигаться в ногу с прогрессом в современном информационном обществе.

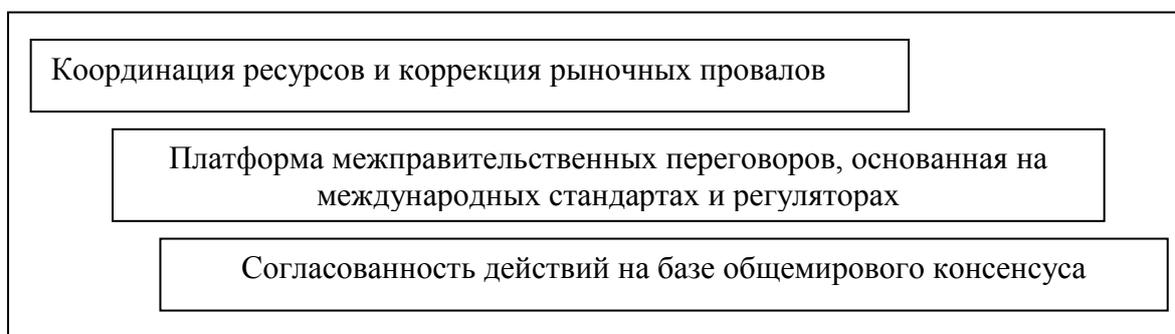
– Сотрудничество: правительства разных государств должны взаимно действовать при принятии решений, пересекаться с международными организациями бюрократическом и экспертном отношении.

– Законность и подотчетность – новый метод в организации деятельности открытого миру общества. В современном мире, где быстрыми темпами развиваются международные отношения между неправительственными организациями, ожидается и считается рациональным их интегрированная деятельность.

Основным отличием современных сетей от традиционных иерархических организаций является гибкость и усовершенствование. Здесь необходимо отметить, что глобальные правительственные политические сети прежде всего основываются на знаниях. Такие сети несут в себе триаду функций (рис. 3), являясь:

- платформой межправительственных переговоров, которая основывается на международных стандартах и регуляторах;
- координатором ресурсов и «корректором» рыночных «провалов»;
- основой согласованности действий на базе общемирового консенсуса.

Рисунок 3 – Триада функции политических сетей



Среди ученых, глубоко изучавших вопрос о концепции политических сетей, можно выделить такие имена, как Т. Беннер, Д. Ноук и Х. Миллер. Т. Беннер акцентировал внимание на глобальных правительственных политических сетях как урокам прошлого и задачам будущего.

Вот уже несколько десятилетий правительства большинства стран признают глобальную деятельность государственных органов. Безусловно, каждая страна имеет свою уникальную правительственную систему. Однако есть круг вопросов, решение которых не может быть ограничено лишь полномочиями правительства одного государства, будь то движение трудовых ресурсов, смертельные заболевания (СПИД, малярия), защита окружающей среды, строительство правового гражданского общества, международная торговля, членство в мировых организаций по взаимному сотрудничеству. На основе этого мир движется к глобальному правительству, к устройству такого государственного управления, которое основано на современных методах «глобальных правительственных политических сетей».

Беннер при рассмотрении концепции политических сетей, выделял такие ее составляющие, как «конструкция мостов» и «сеть переговоров». «Конструкция мостов» объясняется тем, что политическая сеть подобна паутине, охватывающей страны и объединяющей их глобальными правительственными политическими сетями в процессе функционирования, сконструировала соединяющие «мосты» между разными секторами и уровнями экономических сообществ, правительствами разных государств, международными организациями, членами гражданского общества и бизнес структур.

Логика «сети переговоров» заключается в том, что глобальные сети разработали эффективные механизмы в решении вопросов таких сложных областей, как социальная и экологическая отчетность, глобальное управление водными ресурсами. Не всегда международные институциональные арбитры в силах решить международные проблемы. Необходимо взаимное сотрудни-

чество непосредственно правительств разных государств. К примеру, строительство плотины вызвало столкновение интересов институтов общества в конце 1980-х гг. Только в 1998 год за столом переговоров правительств разных государства привело к разумному диалогу и к финальному консенсусу.

Таким образом, в современном мире дает положительные результаты не только государственно-частные партнерства, но и межправительственные сотрудничества. Глобальная политическая сеть – это прежде всего связь политических, научно-исследовательских институтов в мире международных отношений (*Benner, 2003. P. 19*).

Д. Ноук анализирует американское общество с точки зрения бихевиоризма, развивая анализ эгоцентричной сети в обществе. Выделяя самый популярный вид общественного активного участия в выборах главы государства, Ноук анализирует поведение граждан в потоке информации. Метод эгоцентричной сети дает возможность наиболее точного предположения поведения людей, так как основывается на индивидуальном анализе и исходит из того, что политика имеет сильное влияние на поведение членов общества. Во время предвыборной компании транслируются материалы, которые вызывают сильнейшие психологические эмоции. Дебаты, сюжеты и программы в буквальном смысле действуют на психику людей, манипулируя их основными инстинктами: пример тому – распространенные лозунги типа «Избрав господина N, вы гарантируете безопасность вашей семьи и страны в целом» или «Программа господина N обеспечивает полную занятость и не даст уровню инфляции подняться!» (*Knoke, 1990. P. 1052*).

Таким образом, эгоцентричная сеть представляет собой анализ поведения индивидов общества под воздействием гетерогенных факторов (внешняя среда, информационные ресурсы, мнение окружающих и т.п.). Данный анализ опирается на экзогенные переменные (возраст, членство в партии, образование и т.п.) и, исходя из политических действия общественных институтов, наблюдает рейтинг поведения каждого индивида. Эгоцентричная сеть проводится в искусственной среде в кругу случайно выбранных лиц, путем индукции делается общий вывод о поведении общества в целом в ответ на ту или иную политическую деятельность общественных институтов.

Представитель научного течения по изучению проблем политических сетей Х. Миллер рассматривает данную концепцию в совершенно ином ракурсе. Миллер утверждает, что развитие постпрогрессивного государственного управления является плодом активного функционирования политических сетей и уделяет внимание модели эволюционного развития современного государственного управления. На основе изученных материалов он проливает свет на идею глобальных политических сетей. Миллер пытается проследить поворот теории государственного управления в сторону глобальных перемен, а именно, переход государственного управления на новую траекторию «глобальных политических сетей», в результате которой государственное управление ассоциируется с такими понятиями как «Конституция», «гражданская служба», «иерархия», «аморфность». Кроме того, политические сети

и государственное управление вместе создают комплекс новых понятий: «столкновение интересов», «консенсус», «обмен», «регуляторные стандарты».

Миллер впервые классифицирует ключевые модели глобальных политических сетей на основе изученных им материалов (табл. 1).

Таблица 1 – Основные отличия между ключевыми моделями глобальных политических сетей (*Miller, 1997*)

Традиционный прогрессивизм	Теория обмена	Социальный конструктивизм
Как решать государственные проблемы?	Как лучше решить проблему?	Что делать? Каковы действия?
Строгий институционализм	Участие в сети	Командная работа
Народ доверяется своим избранникам	А как поступить лучше? Что предприняли другие?	Семь раз отмерь и один раз отрежь
Законотворчество	Наука и инновация	Переговоры

В процессе решения проблем государственного значения представители традиционного прогрессивизма опираются на законотворчество, лидеры школы теории обмена углубляются с научным исследованием, а вот представители социального конструктивизма «засучив рукава принимаются за дело, пусть даже на бытовом уровне». Подытоживая, можно прийти к выводу: политические сети как стабильные образцы институционально-правовых отношений характеризуются отсутствием четко выраженной социальной иерархии, способностью организации сообщества политических субъектов, при котором обмен материальными, административными, статусными и др. ресурсами выступает системной закономерностью и мотивационной основой принятия государственных управленческих решений.

Список источников

1. Benner, T. Global Public Policy Networks: Lessons Learned and Challenges Ahead. // The Brookings Review. Vol. 21. – 2003. – № 2.
2. Knoke, D. Networks of Political Action: Toward Theory Construction. // Social Forces. Vol. 68. – 1990. – № 4.
3. Miller, H. Post-Progressive Public Administration: Lessons from Policy Networks. // Public Administration Review. Vol. 54. – 1994. – № 4.

КОНТРОЛЬ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Михаил Тюлюков
tulukov@gmail.com

аспирант факультета политологии СПбГУ,
участник научно-учебной группы «Экономика и социология изменений»

Статья подготовлена в рамках диссертационного исследования
Научный руководитель – к.ф.н., доцент П. М. Шишко

ABSTRACT. The article is devoted to the reasons description which is cause to unsatisfactory work of control in public administration sphere. The study attempted to identify the ways of control the public administration efficiency and to determine possible suggestions on effective administrative tools of control.

Контроль в государственном управлении можно определить как систему мероприятий, направленных на проверку правильности действий того или иного политико-административного органа или лица (Комаровский, 2004. С. 117). Осуществлять контроль за исполнительной властью, в соответствии с принципом разделения властей, может не только руководитель государственного органа, но и законодательная и судебная власти. Кроме того, существует ряд специально созданных ведомств, в чьи функции входит контроль за деятельностью государственных органов. В демократических обществах есть еще один вид контроля – общественный, который подразумевает наличие в государстве развитого гражданского общества.

Для оценки деятельности государственной власти существует большое количество рейтингов, суть которых заключается в выставлении баллов стране по какому-либо параметру. Они позволяют свести сложные политические и общественные процессы, происходящие в странах, к числовым величинам, которые можно сравнивать между собой.

Однако рейтингов, которые непосредственно показывали бы эффективность контроля, нет. Но косвенно о ней можно судить по результатам рейтингов эффективности государственной власти.

Например, Governance Research Indicator Country Snapshot (GRICS) – индекс, составляемый Всемирным Банком, оценивает государственную власть по шести параметрам. Максимальное (наилучшее) значение – 100. Рассмотрим результаты России в 2009 году: «Право голоса и подотчетность» – 23, «Политическая стабильность и отсутствие насилия» – 22, «Эффективность правительства» – 45, «Качество законодательства» – 35, «Верховенство закона» – 24, «Контроль коррупции» – 11 (*The Worldwide Governance Indicators (WGI) project*). Эти параметры практически полностью совпадают с целями контроля, выделяемыми некоторыми исследователями: охрана конституционного строя, обеспечение прав и свобод человека и гражданина, по-

вышение эффективности государственного управления, поддержание стабильности государственного устройства, обеспечение соответствия издаваемых нормативно-правовых актов Конституции РФ (Беляев, 2004. С. 15). Таким образом, индексы указывают на то, что цели контроля не выполняются. Они наглядно показывают его низкую эффективность, несмотря на наличие большого числа контролирующих органов.

Рассмотрим причины низкой эффективности контроля.

1. Внутренний контроль не везде выполняет возложенные на него функции. Под внутренним контролем понимается контроль деятельности чиновников со стороны руководства и специально созданных структур внутри государственного органа. Количество нарушений, которые могут предотвращаться действенным внутренним контролем, достаточно велико. В пользу этого говорит то, что внутренний контроль осуществляется людьми, которые постоянно находятся в учреждении. Им, в отличие от аудиторов Счетной палаты, например, не нужно каждый раз вникать в суть дела и начинать с нуля для того, чтобы провести проверку. Однако близость отвечающих за внутренний контроль к другим чиновникам чревата невниманием к их противоправной деятельности по какой-либо причине. Руководитель может отдавать незаконные или неэффективные указания и, естественно, ориентировать зависимые от него контрольные органы на то, чтобы они не обращали на это внимание. Если проверяемые по указке руководителя нарушают законы, то контролеры по приказу того же руководителя будут бездействовать (Денисов, 2002. С. 10). Этим можно объяснить случаи, когда никто сознательно не замечает противоправную деятельность чиновников.

Чиновники не заинтересованы в создании структур внутреннего контроля. Сам же внутренний контроль, осуществляемый в настоящее время во многих органах, обходит стороной некоторые сферы незаконной деятельности госслужащих. Особенно это касается коррупционных преступлений. Для усиления внутреннего контроля требуется принятие законов и нормативно-правовых актов, которые бы обязывали создавать структуры внутреннего контроля.

2. Высокий уровень коррупции. Фактически в стране сложилась ситуация, когда дача взятки стала нормальным способом ведения дел как тех, кто ее берет, то есть чиновников, так и для тех, кто дает, то есть граждан. Кроме того, чиновникам доступен еще один источник получения материальной выгоды – государственный бюджет, которым они имеют возможность распоряжаться. Внедрение методов контроля неизбежно будет встречать противодействие со стороны незаинтересованных в нем лиц как на низовом уровне, где с граждан требуют несколько тысяч за выполнение бесплатной государственной услуги, так и на высшем, где воруют миллионы рублей. Существует взаимозависимость между контролем и уровнем коррупции. С одной стороны, коррупция сильна при неэффективном контроле. Но с другой стороны, контроль и не может быть эффективным при сильной коррупции.

Негативно влияет на эффективность контроля отстранение от контрольной деятельности таких институтов гражданского общества, как СМИ и оппозиция. При этом в официальных антикоррупционных документах упоминается о необходимости участия гражданского общества. В демократических странах именно оппозиция и свободные СМИ способны инициировать расследования коррупционных преступлений.

3. Отстранение от контроля Государственной Думы и институтов гражданского общества. В России за последние десять лет создана политическая система, которая не способствует развитию сильной оппозиции. Произошло сокращение зарегистрированных партий, на 2011 год их всего семь и большинство из них лояльны к существующей власти. Оппозиция не имеет возможности участвовать в парламентских выборах и появляться в основных СМИ.

В таких «тепличных» условиях ничего не помешало исполнительной власти ограничить контрольные полномочия законодательной власти. Большинство в Госдуме составляет партия «Единая Россия», депутаты которой голосуют за любой закон, который нужен Президенту или Правительству. Поэтому Государственная Дума практически не может осуществлять парламентские расследования, назначает председателя и аудиторов Счетной палаты по представлению Президента, а на депутатские запросы чиновники просто не обращают внимания, так как Госдума все равно ничего не решает, что автоматически снижает эффективность обращений граждан к депутатам (Уитмор, 2005).

Кроме того, количество поручений для Счетной палаты от Госдумы с каждым годом сокращается (*Отчет о работе Счетной палаты*, 2010. С. 16.). Дума фактически из потенциально сильного контрольного органа была превращена в «машину для голосования». Основные СМИ подчинены действующей власти и не могут полноценно выполнять контрольную функцию. Общественная палата тоже этого делать не способна в силу того, что была создана исполнительной властью. Для общественных организаций в 2007 году был усложнен порядок регистрации и отчетности, увеличено число проверок, что выталкивает общественную активность в теневую сферу (Гонтмахер, 2008. С. 83).

4. Слишком мягкие наказания за нарушения. Для государственных органов России характерно то, что иногда за совершение какого-либо нарушения служащие не привлекаются к ответственности или наказание бывает слишком мягким. Часто все ограничивается устным замечанием или беседой с руководителем. В законодательных актах чаще всего содержится общая формулировка о том, что «должностные лица несут ответственность в установленном законом порядке». Лишь в некоторых из этих актов определяются конкретные виды правонарушений и соответствующий им вид ответственности (Ломакина, 2008. С. 15).

Страх перед наказанием не является препятствием к совершению противоправных действий, если чиновник знает, что за это он не будет привле-

чен к ответственности. Например, по результатам деятельности Счетной палаты в 2009 году было выявлено финансовых нарушений на сумму 239 млрд рублей, а уголовных дел заведено 41 и около двухсот дел направлены в прокуратуру. Уволено всего 10 человек. К остальным были применены дисциплинарные взыскания или они были лишены премий (*Отчет о работе Счетной палаты*, 2010. С. 17,70).

5. Проблема законодательного регулирования. Эффективной контрольной деятельности может препятствовать отсутствие необходимых правовых актов. Например, в России нет единой концепции государственного финансового контроля, которая обеспечила бы разграничение полномочий внутреннего и внешнего контроля, что помогло бы исключить дублирующие проверки и повысить качество контрольных мероприятий (*Online-интервью Председателя Счетной палаты*, 2010). Законов, которые бы закрепляли существование служб внутреннего контроля внутри государственных органов, тоже нет. Законы, которые касаются борьбы с коррупцией, могут содержать малоэффективные меры, вроде декларации доходов и имущества чиновника, которые могут быть легко обойдены недобросовестными служащими.

6. Большая территория России и большое количество чиновников. В России около 1,1 миллиона человек состоят на государственной службе в 83 регионах. Огромная площадь страны естественным образом препятствует контролю из федерального центра, что требует наличия контролирующих органов в субъектах федерации. Во всех субъектах есть контрольно-счетные органы, органы прокуратуры, в администрациях полномочных представителей Президента есть отделы, подчиняющиеся Контрольному управлению Президента. Однако, несмотря на это, количество злоупотреблений в регионах не уменьшается. Считается, что удаленность от Москвы способствует ослаблению контроля.

Общее число российской бюрократии по отношению ко всему населению на фоне других стран не является высоким. В России доля чиновников составляет 0,8 от общего числа населения, в США этот показатель равен 4,4, а в Швеции – 9,4 (*Федюкин*, 2007). Но при наличии в России всех вышеперечисленных причин слабой эффективности контроля, численность чиновников тоже становится фактором, мешающим контролю.

Таким образом, контроль неэффективен по целому ряду причин. Однако некоторые из них подлежат устранению при наличии такого желания у руководства России. Принятие ряда законодательных актов поможет решить проблему законодательного регулирования и ужесточить наказания за правонарушения, равно как и принятие закона о парламентском контроле сделает исполнительную власть более ответственной. Важно, чтобы принимаемые меры действительно выполнялись, а не подменялись имитацией деятельности, как часто происходит, например, в случае борьбы с коррупцией. Для этого нужна сильная государственная воля, способная переломить неизбежное сопротивление бюрократии, которая не заинтересована в изменениях.

Список источников

1. Беляев, В.П. Контроль как форма юридической деятельности и гарантия законности. // Право и политика. – 2004. – № 2.
2. Гонтмахер, Е., Шаталова, Е. Общественные объединения нового типа в России. // Общество и экономика. – 2008. – № 3. – С. 78-90.
3. Денисов, С.А. Формирование контрольной ветви государственной власти и ограничение коррупции. // Государство и право. – 2002. – № 3.
4. Комаровский, В.С. Политико-административное управление. / В.С. Комаровский, Сморгунов Л.В. – М.: Издательство РАГС, 2004.
5. Ломакина, В.Ф., Хаманева Н.Ю. Юридическая ответственность государственных служащих: правовое регулирование дисциплинарной ответственности. // Государство и право. – 2008. – № 9.
6. Отчет о работе Счетной палаты Российской Федерации в 2009 г. – М., 2010.
7. Уитмор, С. Цветение молодости или плесень старости? Парламентский контроль в Государственной Думе четвертого созыва. Электронный ресурс: Неприкосновенный запас. – 2008. – № 1. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru>. Дата обращения: 17.05.2011.
8. Федюкин, И. Государственный аппарат. Электронный ресурс: Власть. – 2007. – № 50. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru>. Дата обращения: 17.05.2011.
9. Число государственных служащих в России неуклонно увеличивается. Электронный ресурс: Труд. – 2010. – № 49. – Режим доступа: <http://www.trud.ru>. Дата обращения: 17.05.2011.
10. Online-интервью Председателя Счетной палаты Российской Федерации газете «Коммерсант» («Коммерсант», 20.04.10). Электронный ресурс: Сайт Счетной палаты Российской федерации. – Режим доступа: <http://www.ach.gov.ru>. Дата обращения: 17.05.2011.
11. The Worldwide Governance Indicators (WGI) project. Electronic resource: The Worldwide Governance Indicators (WGI) project. – Access Mode: <http://info.worldbank.org>. Date: 17.05.2011.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СТЕПЕНИ БЮРОКРАТИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: КРУПНЫЕ ГОРОДА И ПЕРИФЕРИЯ

Денис Шушарин
tyatak@yandex.ru

2-й курс факультета менеджмента

Эссе подготовлено в рамках курса «Введение в специальность»
Преподаватель – д.э.н., профессор А.М. Ходачек

ABSTRACT. This paper is dedicated to the problems of bureaucracy. The study attempted to compare the level of bureaucracy in the big cities of Russia and to analyze of bureaucracy's degree based on statistical data and personal experience of author of this work.

Перед тем как приступить к рассмотрению отдельных примеров отрицательного влияния бюрократии, необходимо дать определение самому понятию. Бюрократия (если перевести дословно – «власть канцелярии») – это вид государственного управления, где все дела сосредоточены в руках органов центральной правительственной власти, действующих по предписанию.

Необходимо различать бюрократию положительную и отрицательную. Положительная бюрократия – это прекрасное исполнение чиновниками их обязанностей, заинтересованность в проблемах каждого обратившегося к ним гражданина, четкая структура работы, электронные очереди. Отрицательная бюрократия – прямо противоположная положительной – это «побратимство» среди чиновников, незаинтересованность в проблемах населения, неэффективность работы, перекалывание ответственности одного чиновника на другого, враждебное отношение к приходящим людям и т.д. Бюрократизм характерен не только для государственного аппарата, но и для крупных компаний и корпораций.

Бюрократизм также бывает объективным (ненамеренная усложненность процедуры получения необходимого документа, установленная законом) и субъективным (намеренная задержка процедуры получения документа в корыстных для чиновника целях).

Термины «бюрократия» и «бюрократизм» не являются тождественными. Впервые это разграничение ввели знаменитые деятели научной мысли М. Вебер и К. Маркс. Маркс оценивал эти понятия крайне негативно, Вебер, напротив, оценивал положительно. Маркс трактует бюрократизм как историческое развитие бюрократии: есть сначала был создан социальный слой бюрократов, которые были призваны служить народу, но впоследствии люди-бюрократы научились извлекать собственные выгоды и стали не помощниками, а «повелителями» народа. Вебер же считал бюрократию превосходной и суперсовременной системой, которое способно вывести обслуживание граждан на качественный уровень (*Кравченко, 2005*).

В России бюрократия имеет многие черты патриархального характера: чиновник, как правило, выполняет работу в свое удовольствие, граждане не могут рассчитывать на объективность и справедливость. Решение того или иного спорного вопроса или выдачи необходимого документа основывается не на правоте с точки зрения закона, а на богатстве и статусе запрашивающей стороны. Естественно, что патриархальный характер бюрократизма в нашей стране совершенно не согласуется с демократией (*Миронов, 2003*).

В Российской Федерации есть примеры как положительной, так и отрицательной бюрократии, но последняя, к сожалению, преобладает. В процессе исследования была выявлена следующая тенденция: чем дальше населенные пункты расположены как от городов федерального значения (Москвы и Санкт-Петербурга), так и от областных, краевых и республиканских центров, тем выше степень недовольства населения предоставляемыми государственными услугами и ходом выполнения социально-экономических услуг.

шений в регионах. Эта проблема была замечена Президентом Российской Федерации, и в мае 2011 года начнут свою деятельность мобильные приемные Президента, которые могут появиться в любом месте и в любое время. В эти приемные люди могут пожаловаться на местных чиновников, высказать свое мнение по поводу окружающей их обстановки и т.д. Все это будет анализироваться и проверяться, виноватых чиновников будут наказывать (*Федеральная миграционная служба...*).

Всероссийский центр изучения общественного мнения также проводил общественный опрос среди населения по поводу эффективности бюрократии, и вот что интересно: каждый десятый человек в РФ оценивает работу чиновников положительно, все остальные в той или иной степени недовольны качеством работы представителей органов государственной власти. Согласно статистике, приблизительно 67% жителей мегаполисов, которые активно пользовались услугами чиновников, считают, что деятельность бюрократии крайне неэффективна. А в сельской местности только 50% недовольных людей. Что касается коррумпированности государственных органов, то россияне считают, что таковыми в наибольшей степени являются правоохранительные органы (33,8%) и власть на местах (40,9%). По мнению россиян, наименее коррумпированными являются парламент (3,2%), политические партии (3,4%) и средства массовой информации (2,3%). Для российского бюрократизма патриархального типа характерно вручение подарков в качестве выражения своей благодарности. Приблизительно треть опрошенных россиян признались в том, что им приходилось вручать «подарки». Подавляющее число граждан считают, что необходимо проводить более тщательный отбор кандидатов на должность государственного служащего. Больше половины россиян считают, что коррупцию в нашей стране просто невозможно искоренить, а чиновники являются «особой кастой» (интересный факт заключается в том, что и сами чиновники в подавляющем большинстве считают себя «отдельной кастой», отстраненной от «народа»). Подавляющее большинство граждан считают, что проблемы бюрократизма тормозят социально-экономический прогресс российского общества (*ВЦИОМ*).

Почему же все-таки больше половины граждан Российской Федерации, вне зависимости от места проживания, считают бюрократическую систему страны малоэффективной? Это связано с тем, что, несмотря на существенную разницу между мегаполисами и сельскими поселениями, проблемы бюрократии приблизительно одинаковы. Люди как в мегаполисах (ввиду большой плотности заселенности), так и на периферии (ввиду подчиненности государственному органу нескольких поселений) простаивают очереди, собирают множество справок для получения того или иного документа, что является объективным бюрократизмом. На местах наблюдается субъективный бюрократизм: чиновники пользуются своим положением в корыстных целях, и выдают разрешения и документы, требующие сбора вспомогательных документов за вознаграждение. Поэтому для борьбы с коррупцией прежде всего необходимо упростить порядок получения тех или иных документов.

Для некоторых стран характерна тенденция: чем дальше населенный пункт расположен от столицы государства, тем выше степень бюрократизма в государственных органах. И поэтому, несмотря на то, что проблемы бюрократизма практически повсеместны, вероятность их проявления наиболее высока на периферии. Для всей страны характерна коррупция, с которой активно борется современная власть. Чрезмерно разрастание исполнительной власти, плохо организованная иерархическая структура способствует отчуждению власти от народа и развитию бюрократизма. В идеале каждая должность государственного деятеля должна дополнять другую. Должна быть развитая система внутренних и внешних коммуникаций. С другой стороны, расширение бюрократического аппарата способствует улучшению качества предоставления услуг. Также бюрократизму может способствовать дефекты законов, как уже принятых, так и новых (норма права искаженно интерпретирует общепринятые нормы).

На основании изложенного можно сделать несколько выводов. Отрицательная бюрократия является процессом, который тормозит успешное взаимодействие простого гражданина с государством. Так как больше половины страны считают эффективность деятельности государственных органов низкой, то необходимо принять некоторые меры, которые бы улучшили ситуацию к лучшему. Одна проблема является следствием другой проблемы. Данное явление можно назвать «причинной цепочкой». Главным звеном в этой цепочке является коррупция, мучающая Россию уже не одно столетие. Бюрократия как таковая начала существовать во времена Петра I, когда нуждающиеся одаривали чиновников подарками или взятками и получали за это то, что им было нужно (*История России*, 2006). Таким образом, можно сказать, что «дарование» чиновникам стало своеобразной русской традицией, которая прочно сидит в сознании граждан.

Для того чтобы отрицательная бюрократия превратилась в четко отлаженную, структурированную положительную систему, необходимо:

- бороться, прежде всего, с коррупцией, которая является основным оружием представителей отрицательной бюрократии;

- ужесточить меры наказания для чиновников, которые являются коррумпированными, в связи с этим необходимо разработать соответствующие меры по пресечению коррупции;

 - наказывать и тех, кто дает взятки чиновникам;

 - искоренять покровительство в государственных структурах, то есть явление, когда друзья, родственники высокопоставленного чиновника тоже оказываются во властных структурах: как правило, эти люди идут работать не по собственному призванию, а ради денег;

 - способствовать продвижению умных молодых специалистов, так как за ними будущее и они способны придумывать проекты по улучшению социальной обстановки в стране.

Список источников

1. ВЦИОМ: Эффективность бюрократии. Электронный ресурс: Всероссийский центр изучения общественного мнения. – Режим доступа: <http://wciom.ru>. Дата обращения: 07.02.2010.
2. История России: учеб. – 3-е изд., перераб. и доп. / А.С. Орлов, В.А. Георгиев, Н.Г. Георгиева, Т.А. Сивохина и др. – М.: ТК Велби, 2006.
3. Кравченко, А.И., Тюрина, И.О. Социология управления: фундаментальный курс : учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Академический Проект, 2005.
4. Миронов, Б.Н. Социальная история России. – СПб.: «Дмитрий Буланин», 2003.
5. Морозова, Л.А. Теория государства и права в вопросах и ответах: учебное пособие. – М.: Эксмо, 2007.
6. Результаты опроса среди граждан Российской Федерации о качестве предоставления государственных услуг. Электронный ресурс: Федеральная миграционная служба. – Режим доступа: <http://fms.gov.ru>. Дата обращения: 19.04.2010.

ВЛИЯНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ НА ИННОВАЦИОННЫЕ ФОРМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

Татьяна Дыдо

tatianadydo@yandex.ru

1-й курс магистерской программы
«Финансовый менеджмент»

Статья подготовлена в рамках курсового исследования
Научный руководитель – д.э.н., профессор Е. А. Ткаченко

ABSTRACT. This paper is dedicated to examine infrastructural project management for the purpose of increasing investment appeal. The study attempted to examine the problems of infrastructural projects financing and the innovative mechanism of realization of infrastructural projects – public-private partnership.

Значение институтов для социально-экономической практики давно осознано экономистами-теоретиками, а в последние годы все более отчетливо осознается и экономистами-практиками. Однако институциональная динамика относится к числу недостаточно изученных процессов, как с теоретической, так и с эмпирической точки зрения. Разработке общих проблем институциональной теории посвящены работы известных ученых, таких как Дж. Бьюкенен, Т. Веблен, Я. Корнай, Р. Нельсон, К. Нильсен, Д. Норт, О.

Уильямсон, В.А. Мау, Н. Дерябина, С. Кидрина, В. Полтерович, Л. Радыгин, О. Осипенко, А. Шаститко и др.

Однако, несмотря на возросший интерес к проблемам, ощущается серьезный недостаток систематических описаний состава, структуры и функционирования базовых социально-экономических институтов в реальных экономических системах. Крайне мало научных разработок о влиянии институциональных изменений на формирование и развитие структуры строительной отрасли.

Примерами влияния институциональных изменений в строительной отрасли являются отмена лицензирования строительной деятельности и переход к саморегулируемым организациям; появление механизма ГЧП (государственно-частного партнерства) взамен подрядным торгам и т.д.

Государственно-частное партнерство представляет собой инновационное явление в управленческой практике в России. Проблема применения механизма государственно-частного партнерства остро стоит перед правительством. Механизм ГЧП широко применяется в развитых странах. Для нашей страны ГЧП – новый механизм, с помощью которого появляется возможность привлечения капитала частного инвестора в крупные проекты инфраструктуры города. Проблемы специфики ГЧП как феномена и как категории посвящены работы А. А. Алпатова, А. В. Пушкина, Р. М. Джапаридзе, О. Белокрыловой, В. Варнавского, Л. Ефимовой, В. Михеевой, Ю. Рубиной, Т. Санниковой и т.д.

Государственно-частное партнерство (ГЧП) – это «институциональный и организационный альянс между государством и бизнесом в целях реализации общественно значимых проектов и программ в широком спектре отраслей промышленности и областей научных исследований» (*Государственно-частные партнерства в инновационной сфере, 2005*).

Начиная с 2004 года, в России происходило постепенное развитие механизма государственно-частного партнерства, которое предоставляет следующие преимущества:

- повышается эффективность контроля за использованием бюджетных средств в рамках строительных контрактов;

- частным инвесторам передается ответственность за своевременный ввод объектов в рамках заранее определенной сметы (строительство «под ключ»);

- средства бюджета используются только по направлениям проекта, которые определяют падение его общей экономической эффективности ниже уровня, привлекательного для частных инвестиций (софинансирование);

- расходы бюджета по финансированию результатов капитальных вложений переносятся на будущие периоды путем оплаты выкупа готового объекта, эксплуатируемого в интересах государственных нужд, в рассрочку;

- происходит отказ от использования бюджета для финансирования результатов капитальных вложений путем передачи инвестору прав на коммер-

ческое использование объекта до момента окупаемости (механизмы ГЧП концессионного типа), формируются внебюджетные механизмы обеспечения обязательств государственного заказчика перед инвесторами в рамках договора ГЧП;

– задействуются частное финансирование, компетенции, мотивации, инновации (*Баженов, 2008*).

Последствия финансового кризиса негативно сказались на инвестиционной привлекательности проектов, реализуемых на принципах государственно-частного партнерства. Кризис поставил под удар реализацию многих ГЧП-проектов. Существенно сократилось число заемных источников, что привело к усложнению финансирования крупных инвестиционных проектов. Также сократился объем предоставляемых заемных средств и уменьшилась возможность профинансировать проект через выпуск облигаций. В условиях, когда многие российские компании сокращают свои вклады в развитие бизнеса, а инвестиционные проекты замораживаются, вопрос об активном развитии институтов и инструментов ГЧП остается открытым. Развитие инфраструктуры, которое является основной сферой применения ГЧП, служит хорошим стимулом экономического роста, что делает осуществление проектов в данной области выгодным для государства.

В условиях текущего мирового финансово-экономического кризиса одной из ключевых задач государства является не допустить падения экономической активности, роста безработицы, резкого снижения уровня жизни. Кроме этого, необходимо продолжать реализацию стратегических проектов, рассчитанных на годы вперед. Как показывает мировой опыт, эффективно решить обе задачи в сложный для экономики период возможно через стимулирование инфраструктурного развития: эта мера позволяет стабилизировать ситуацию и создать долгосрочные эффекты.

В России недостаточное развитие и высокий физический износ объектов инфраструктурных отраслей в значительной степени ограничивает прогрессивные технологические и институциональные изменения в экономике. Главными причинами проблем с воспроизводством в инфраструктурных отраслях являются недостаток бюджетных средств, неготовность государства к передаче определенных имущественных прав бизнесу и высокие риски инвестирования в долгосрочные капиталоемкие объекты при отсутствии законодательных гарантий со стороны власти.

Механизм ГЧП позволяет эффективно решить один из главных вопросов развития инфраструктуры – привлечение финансовых ресурсов. Огромная капиталоемкость инфраструктурных проектов ограничивает возможности государства по их финансированию. Применение механизмов ГЧП позволяет привлечь в проекты средства частных инвесторов и кредиты банков, в том числе международных: масштабные инфраструктурные проекты часто реализуются с участием ведущих мировых компаний и финансовых институтов.

Как правило, альянс, заключенный между государством и частным инвестором является временным, поскольку создается на определенный срок в целях осуществления конкретного проекта и прекращает свое существование после его реализации. Участники государственно-частного партнерства преследуют достижение общих целей и объединяют для этого финансовые, организационные, технологические ресурсы, а также принимают на себя и распределяют между собой риски реализации проекта. Целями участия в государственно-частных партнерствах являются повышение качества государственных и муниципальных услуг, обеспечение эффективного использования имущества, снижение нагрузки на бюджет соответствующего уровня, а также усиление социальной ответственности бизнеса и повышение качества жизни населения. Ключевыми особенностями ГЧП являются его общественно-значимый и долгосрочный характер; передача части рисков частному инвестору и его свобода в принятии административно-хозяйственных и управленческих решений; наличие у государства рычагов воздействия на частного инвестора; многообразие форм (*Государственно-частное партнерство (ГЧП) и проектное финансирование, 2010*).

Государственно-частное партнерство предполагает особый характер распределения рисков. Орган государственной власти, как правило, принимает на себя риски периода подготовки проекта, гарантирует востребованность объекта инвестиций в долгосрочной перспективе (например, компенсирует выпадающие доходы частного инвестора в случае отклонения параметров реализации инвестиционного проекта от запланированных на момент принятия решения об инвестировании). Управление текущими рисками (например, издержками, налоговыми и юридическими рисками) выпадает на долю частного инвестора. Такое распределение рисков между сторонами выступает в качестве определенного рода гарантии как для государства, так и для частного инвестора, вступивших в отношения, основанные на государственно-частном партнерстве.

Для задач ГЧП различают организационные модели, модели финансирования и кооперации. При организационной модели глубокого вторжения в отношения собственности не происходит, сотрудничество заключается путем привлечения третьих лиц, организаций, «переуступки» отдельных функций и контрактных обязательств, использования возможностей передачи объектов во внешнее управление. Модель финансирования представляет собой коммерческий наем, аренда, лизинг и различные формы финансирования. Модель кооперации – это объединение усилий партнеров, представленное в различных формах и методах для создания новой потребительской стоимости как публичного блага.

Различают также формы ГЧП, которые могут представлять собой следующее.

– Государственные контракты как административный договор, составленный между государством и частной фирмой для осуществления особо по-

лезных и необходимых видов деятельности: контракты на выполнение работ по финансированию, проектированию, строительству, на оказание общественных услуг, на управление, на поставку государственных нужд, для оказания технической помощи и т.д.

– Аренда государственной собственности (здания, оборудования и т. д.) и в форме лизинга. Смысл арендных отношений заключается в передаче частному сектору государственное и муниципальное имущество во временное пользование и за определенную плату.

– Совместные государственно-частные предприятия. Они создаются в основном путем акционирования или на основе долевого участия сторон без выпуска акций. Степень свободы частного сектора определяется долей сторон в капитале. Также в зависимости от такой доли распределяются риски между участниками.

– Концессии (концессионное соглашение), особенность которых состоит в том, что государство, оставаясь полноправным собственником имущества, уполномочивает частного партнера выполнять в течение определенного срока определенные функции, которые оговариваются в соглашении, наделяя его при этом соответствующими полномочиями.

– Соглашения о разделе продукции.

На данный момент приоритетными отраслями для проектов, реализуемых на принципах ГЧП, являются отрасли производственной и транспортной инфраструктуры, жилищно-коммунальное хозяйство, здравоохранение и социальные услуги, финансирование научных исследований, имеющих перспективы коммерциализации, развитие инновационной инфраструктуры.

Для проведения анализа и четкого представления структуры развития партнерства необходимо начать с изучения эволюции ГЧП как комплексного явления, который выявляет очевидную зависимость между уровнем присутствия его в экономике и господствующей государственной идеологией. Важное значение имеет определение наиболее приоритетных отраслей применения ГЧП. По данным анализа, ГЧП успешно применяется в строительстве, транспорте и социальной инфраструктуре.

Положительный опыт в развитии государственно-частного партнерства накоплен в Санкт-Петербурге. Так, 20 декабря 2006 года Законодательное собрание города приняло Закон «Об участии Санкт-Петербурга в государственно-частных партнерствах», целями которого стали:

- реализация социально значимых проектов в городе;
- привлечение инвестиций частного сектора в строительство объектов Санкт-Петербурга;
- обеспечение эффективности использования имущества, находящегося в собственности Санкт-Петербурга;
- повышение качества услуг, работ, предоставляемых потребителям (Закон Санкт-Петербурга от 24 октября 2000 г. № 552-64).

Перспективы перехода на более высокий уровень развития рынка ГЧП зависят от внутренних и внешних экономических, институциональных и политических факторов. Несмотря на всю быстроту развития на мировых финансовых рынках и существенное ухудшение экономической ситуации в России, институциональные инвесторы готовы вкладывать в проекты с невысоким риском и умеренными требованиями к начальной сумме инвестиций. Особо отмечается развитие государственно-частных проектов в сфере строительства. Это предполагает значительные изменения в отношении частных операторов, переход к возможности рационального сочетания свободной конкуренции с мерами госрегулирования и обеспечения интересов общества.

Также необходимо отметить, что ГЧП является результатом влияния институциональных изменений. Существующие механизмы реализации инфраструктурных проектов не гарантируют необходимых результатов. Механизм ГЧП позволит более эффективно реализовывать инфраструктурные проекты.

Список источников

1. Закон Санкт-Петербурга «Об участии Санкт-Петербурга в государственно-частных партнерствах» от 24 октября 2000 г. № 552-64.
2. Баженов, А.Г. Внешэкономбанк – Банк развития. Электронный ресурс: Экспертный канал «Открытая экономика». – 2008 – Режим доступа: <http://www.opes.ru>. Дата обращения: 06.04.2011.
3. Варнавский, В.А. Государственно-частное партнерство в России: проблемы становления. Электронный ресурс: Отечественные записки. – 2004. – № 6. – Режим доступа: <http://www.strana-oz.ru>. Дата обращения: 18.03.2011.
4. Государственно-частное партнерство (ГЧП) и проектное финансирование. Электронный ресурс: Государственно-частное партнерство. Аэропорты.- 2010. – Режим доступа: <http://www.pppairports.ru>. Дата обращения: 21.03.2011.
5. Государственно-частные партнерства в инновационной сфере. Электронный ресурс: «Национальный информационный центр по науке и инновациям», 24.10.2005. – Режим доступа: <http://www.innovbusiness.ru>. Дата обращения: 18.03.2011.
6. Кузьминов, И.Я. Курс институциональной экономики: институты, сети, транзакционные издержки, контракты: учебник для студентов вузов / Я.И.Кузьминов, К.А. Бендукидзе, М.М. Юдкевич. – М.: Изд. Дом ГУ ВШЭ. 2006.
7. Лихачев, В., Азанов, М. Практический анализ современных механизмов государственно-частного партнерства в зарубежных странах, или Как реализовать ГЧП в России. // Финансы. Экономика. Безопасность. – 2005. – № 1.
8. Норт, Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. Электронный ресурс: Д. Норт. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. – М.: Изд-во «Фонд экономической книги «НАЧАЛА», 1997. – Режим доступа: <http://www.schumpeter.ru>. Дата обращения: 21.03.2011.
9. Guidelines for successful public-private partnership. Electronic resource: European Commission Directorate-general regional policy. – March, 2003. – Access Mode: <http://ec.europa.eu>. Date: 15.03.2011.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РОССИЙСКОЙ И АМЕРИКАНСКОЙ СИСТЕМ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Анна Рендухова

anna.rendukhova@yandex.ru

1-й курс магистерской программы

«Государственное и муниципальное управление»,

участник научно-учебной группы «Экономика и социология изменений»

Статья подготовлена в рамках курса «Правовые основы государственного и муниципального управления»

Преподаватель – к.ю.н., доцент В. Г. Беляков

ABSTRACT. This article is dedicated to the government support to small and medium enterprises development based on Russian and US experience. The study attempted to compare the law and regulatory documents of those countries in the case to identify the contradiction and best suggestions.

Малый бизнес в качестве объекта научного интереса не испытывает сегодня недостатка внимания. Различные исследования субъектов малого и среднего бизнеса и государственная политика по его поддержке становятся особо популярны во время кризиса и после него, когда во многих странах были приняты антикризисные программы, направленные на поддержку малого бизнеса. Государства активно проводили политику по привлечению людей в этот сектор экономики, предоставляя дополнительные льготы. В соответствии с этим возобновились исследования: так в 2011 году в России будет проводиться сплошное федеральное статистическое наблюдение за деятельностью субъектов среднего и малого предпринимательства (СМП) (*Главная книга*, 2011. № 4). В последний раз подобное обследование малых предприятий проводилось в 2001 году по итогам 2000 года.

В чем же роль малого бизнеса и зачем государству нужно его развивать и поддерживать? Возможно ли адаптировать зарубежный опыт развития предпринимательства и стоит ли это делать?

Роль малого бизнеса состоит в том, что он выступает важной составляющей экономики любой страны, без которой невозможно эффективное развитие и обеспечение конкурентоспособности на мировом рынке. В процессе дробления отраслей и сегментации рынка, в условиях изменчивости спроса малые фирмы обеспечивают подвижность производства, насыщают рынок необходимыми товарами и услугами. Именно малым фирмам принадлежит роль в удовлетворении локального спроса. Малый и средний бизнес является

основным инициаторам новых идей, на основе которых совершаются крупные научно-технические прорывы.

При исследовании малого бизнеса многие авторы обращаются к опыту США: Н. Ю. Юсупова (*Юсупова*, 2001. С. 87-89) рассматривала программы поддержки малого предпринимательства; Г. Б. Кочеткова (*Кочеткова*, 2003. С. 46-65) – индикаторы и факторы, способствующие предпринимательской активности; В. Е. Лялин, В. И. Ляшенко и др. (*Лялин*, 2006. С. 92), дают развернутую характеристику малому предпринимательству не только в США, но и странах ЕС, Украины и Японии.

Однако в большинстве работ отсутствует сравнительный анализ американского и российского опыта поддержки малых фирм – хотя то, что унификация понятийного аппарата принципиально важна при интеграции России в мировую экономику через единство правовых понятий, явлений и процессов, очевидно. Поэтому в задачи данной статьи мы включили проведение комплексного анализа российского и американского малого и среднего предпринимательства на основе определения понятийного аппарата; выделение основных критериев отнесения субъектов к данной категории; рассмотрение истории создания и современного состояния системы государственной поддержки малого бизнеса.

Сравнивая систему поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в США и России, необходимо установить коренные различия между ними, поскольку все остальные производные от них не значительны, так как не опираются на одинаковые принципы, понятия и определения. К одному из коренных различий можно отнести понятие малого и среднего бизнеса в России и США.

В мировой практике нет единства в трактовке терминов «малый бизнес» и «средний бизнес», понимания их сущности, особенностей и роли в современных процессах экономического развития. В разных странах используются разнообразные критерии для отнесения предприятия к категории «предприятие малого и среднего бизнеса». Термин «малый бизнес» употребляется преимущественно в США; в России и в странах Европейского союза выделяют микропредприятия, малые и средние. Согласно законодательству США, малым считается предприятие, если оно существует и действует независимо от других предприятий, но не доминирует в своей области (*Ивасюк*, 2009. С. 44).

С момента принятия Постановления Совета Министров СССР от 8 августа 1990 г. № 790 «О мерах по созданию и развитию малых предприятий» в обиход вошли понятия «малое предприятие», «предприятия малого и среднего бизнеса», «малые и средние предприятия», «малый бизнес как сектор экономики», «малые формы хозяйствования» и другие (*Ляшевич*, 2006. С. 55-57). На сегодняшний день прочно утвердился термин «малое предпринимательство» (с точки зрения деловой международной терминологии такое понятие не имеет аналогов и является, по всей видимости, сугубо отечественным вариантом перевода английского термина «small business»). В соответствии с

Федеральным законом № 209 «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» субъектами малого и среднего предпринимательства признаются хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные к малым, средним или микропредприятиям.

Определение критериев отнесения предприятия к категории малых в США находится в компетенции такого органа, как Администрация по малому бизнесу (АМБ). 01 октября 2000 года Администрацией был введен новый Стандарт размера малых предприятий, разработанный на основе Североамериканской промышленной классификационной системы, в котором выделены два основных критерия: число работников (до 500 работников для большинства отраслей промышленности и горного дела) и средняя величина годового дохода до 6 млн долларов США для большинства непроизводственных отраслей (<http://www.vneshmarket.ru>).

В США предприятия делятся не только по количественным показателям, но и по уровню предпринимательской активности (*Кочеткова, 2003. С. 46-65*). Main Street – фирмы, которые создаются «для себя», это в основном рестораны и кафе, прачечные, цветочные магазины и автомастерские. Чаще всего они не планируют серьезного расширения своего бизнеса; среди их приоритетов главным является стабильность. Другой тип предприятий, который не ориентирован на традицию, а обращен в будущее Америки, – это активный бизнес, нацеленный на быстрое развитие.

В России с 1 января 2008 года в соответствии с Федеральным законом № 209 критериями отнесения предприятий к категории малого или среднего бизнеса являются следующие.

1. Суммарная доля участия юридических лиц не должна превышать 25%;

2. В соответствии с Постановлением Правительства № 556 от 22.07.2008 г. микропредприятиями признаются компании с годовой выручкой, не превышающей 60 миллионов рублей, малыми – 400 млн рублей, средними – 1 млрд рублей (*Постановление Правительства РФ от 22.07.2008 № 556*).

3. Число сотрудников микропредприятия не должно превышать 15 человек, малого – 100 человек, среднего – 250 человек.

К другому коренному различию нужно отнести историю зарождения системы поддержки малого бизнеса в США и малого и среднего предпринимательства в России. Программы по государственной поддержке малого бизнеса в США берут свое начало со времен «Великой депрессии», когда «Корпорация финансовой реконструкции» (RFC), созданная в 1932 году, стала основным институтом федерального кредитования малых предприятий, пострадавших в годы финансового кризиса. Впоследствии помощь малому бизнесу активизировалась во время Второй мировой войны, когда крупные предприятия передавали часть государственного контракта по производству вооружения в субподряд малому бизнесу, чтобы он смог участвовать в производстве военной техники. После войны организация распущена и создано

Министерство по торговле, которое в 1953 году часть функций передало Администрации малого бизнеса. На сегодняшний день основные задачи Администрации малого бизнеса заключаются в помощи, защите и представлении интересов малого бизнеса, а также в создании условий для получения государственных контрактов и продажи излишков имущества. Многие американские корпорации начинали как малые предприятия: так стартовали, например, Microsoft, Amazon, Hewlett-Packard, Dell и многие другие «монстры» современной экономики. Вследствие этого Соединенные Штаты Америки имеют большой исторический и эффективный опыт развития предпринимательства.

В России первыми независимыми от государства предприятиями стали кооперативы, возникшие еще в 1986 году. Кооперация была в то время единственным возможным способом легализации предпринимательской деятельности. Число граждан, занимающихся индивидуальной трудовой деятельностью, росло с каждым годом и к 1994 году достигло своего максимума: тогда в России насчитывалось около 900 000 действующих малых предприятий обеспечивающих занятость для 13% активной рабочей силы. Основной сферой приложения мелких предпринимателей до 1999 года была торговля. В этой сфере действовало более 40% зарегистрированных малых предприятий. При этом доминирующим видом малого бизнеса в сфере торговли стало так называемое «челночество». Роль «челночной» торговли в новейшей истории малого бизнеса сложно переоценить.

Государственное регулирование развития малого предпринимательства выражается в принятии Закона «О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ», введении в действие в 1996 году федеральной программы и формировании федеральных органов поддержки: Комитета по поддержке малого предпринимательства и Федерального фонда поддержки малого предпринимательства. Недофинансирование и непоследовательная политика российских властей по отношению к малому предпринимательству привели к роспуску Комитета в 1998 году и потере Федеральным фондом статуса главного исполнителя федеральной программы. В связи с этим специальные ассигнования в федеральном бюджете на поддержку МСП были потеряны, а налоговые льготы, ранее данные малому бизнесу, были упразднены.

Исторические предпосылки развития малого бизнеса, которые были поддержаны американским государством, не получили должной реакции нашего правительства. Первая программа поддержки российского малого бизнеса финансировалась международными организациями (ЕС-ТАСИС, USAID), правительственные федеральные программы разрабатывались и принимались год за годом (1996-1997 гг., 1998-2000 гг.), но не финансировались.

Тем не менее, по состоянию на 01 января 2010 года в России действует 1602491 малых предприятий, среднесписочная численность работников составляет 21,7% (Нуреева, 2010. С. 6). Основной сферой предпринимательской

активности остается оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования. На современном этапе развития под государственной поддержкой малого и среднего предпринимательства подразумевается создание благоприятных экономических и правовых условий для данных субъектов бизнеса, выделение материальных и финансовых ресурсов на его развитие, сокращение административно-директивного регулирования и коррупции в данной сфере.

Для сравнения системы поддержки малого бизнеса в США и малого и среднего предпринимательства в России выделим 5 критериев, по которым будет произведен сравнительный анализ механизмов государственной поддержки: финансового, имущественного, информационного, консультационного и образовательного, поддержки различных субъектов малого предпринимательства.

Механизмы финансовой поддержки в США. Финансирование федеральных программ поддержки может производиться как на средства федерального и местного бюджета, так и на средства-вклады крупных компаний. Деятельность Администрации Малого Бизнеса финансируется Федеральным Правительством. Бюджет SBA на 2004 год составляет \$12,3 млрд. В США действуют несколько механизмов финансовой помощи малому бизнесу (*Facts about...*): кредитные программы, венчурный капитал, поручительство при получении кредитов, экспорт финансирования (программы по развитию и расширению экспортных рынков), гранты (государственные и исследовательские).

Администрация реализует 4 ключевые программы кредитования: общую программу гарантий по кредитам 750 тыс. долларов, которая предусматривает предоставление финансовых гарантий малому бизнесу по каким-либо причинам не имеющим возможность получить ее у банка; программу инвестиционных кредитов на развитие до 1 млн долларов, направленную на модернизацию действующих предприятий; программу микрозаймов – краткосрочные кредиты для пополнения оборотного капитала или покупки техники, оборудования, материалов; программу помощи при стихийных бедствиях.

Механизм имущественной поддержки в США отсутствует, так как большое значение приобретает механизм кредитования и субсидирования и т.д.

Механизмы информирования, консультирования и обучения. Услуги по консультированию и обучению предоставляются через различные бизнес – центры, расположенные в каждом штате страны. Существуют центры для коренных американцев, женщин-предпринимателей, центры содействия экспорту, центры закупок и технической помощи. Центр по управлению и развитию малого бизнеса предоставляет широкий спектр информации и материалов, имеющихся в центральных и легко доступных муниципальных образованиях. Деятельность центра направлена на развитие сети учебных и кон-

сультационных услуг. Финансирование центра осуществляется на средства федеральных, муниципальных и частных организаций.

Механизм поддержки различных субъектов малого предпринимательства. Администрация малого бизнеса дает возможность и средства для открытия своего бизнеса независимо от возраста, пола, расы и финансового положения. Специальные программы развития существуют для коренных американцев, женщин, пенсионеров, меньшинств, сельских предпринимателей и ветеранов.

Механизмы финансовой поддержки в России. В целом финансовая структура малых и средних предприятий отличается следующими особенностями: недостаток собственных средств, ограниченный доступ к кредитам в отличие от крупных фирм, нерегулярность финансирования. В соответствии с ч. 2 ст. 17 Закона (ФЗ – № 209 от 24.02.2011) средства федерального бюджета на государственную поддержку субъектов малого предпринимательства, предусмотренные Федеральным законом о федеральном бюджете, предоставляются бюджетам субъектов Российской Федерации в виде субсидий в порядке (Постановление Правительства РФ от 27.02.2009 № 178), установленном Правительством Российской Федерации.

Средства федерального бюджета предоставляются Минэкономразвития России на конкурсной основе в виде субсидий бюджетам субъектов Российской Федерации при условии софинансирования расходов за счет средств соответствующих бюджетов. В соответствии с ФЗ-№ 308 от 02.12.2009 «О федеральном бюджете на 2010 год и на плановый период 2011 и 2012 годов» на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая и крестьянские (фермерские) хозяйства, в форме субсидий в 2010 году Минэкономразвития должно было выделить 9 970 000 рублей.

Оказание прямой финансовой поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства находится исключительно в компетенции субъекта Российской Федерации. Основным органом исполнительной власти, предоставляющим средства из федерального бюджета, является Минэкономразвития. К полномочиям Минэкономразвития России относятся реализация федеральных и поддержка региональных программ развития субъектов малого предпринимательства. Структурно-государственная финансовая поддержка малого и среднего предпринимательства может быть представлена в следующем виде: субвенции и субсидии; бюджетные кредиты, займы, ссуды; государственные и муниципальные гарантии; особый режим налогообложения.

Механизмы имущественной поддержки. Малым предприятиям необходимы офисные и производственные помещения по приемлемым ценам для реализации своих планов. Имущественная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства оказывается органами власти и органами местного самоуправления в виде передачи во владение и (или) пользование государственного муниципального имущества, в том числе земельных участков, зданий, строений, сооружений, нежилых помещений, оборудования, машин, механизмов, установок, транспортных средств, инвентаря, инструмен-

тов: на возмездной основе (по рыночным ценам), на безвозмездной основе, на льготных условиях (по ценам или условиям более выгодным, чем рыночные) (№ 209-ФЗ от 24.07.2007). В настоящее время к числу основных проблем в области имущественной поддержки относятся: высокая стоимость аренды объектов недвижимости, краткосрочные договоры аренды (до трех лет), дефицит офисов экономического класса и промышленных площадок.

Одним из ключевых нормативно-правовых актов, регулирующих имущественные механизмы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства является Федеральный закон от 5 августа 2008 г. № 159-ФЗ «Об особенностях отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной собственности субъектов РФ или в муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ».

Механизмы предоставления информационных услуг. Без решения проблемы всестороннего информационного обеспечения малого предпринимательства невозможно говорить о его современном развитии. Один из показателей прогресса в этом вопросе – отношение к Интернету и использование его для расширения информационных возможностей. Информационные системы, созданные федеральными, региональными или муниципальными властями направлены на обеспечение субъектов малого и среднего предпринимательства должной информацией:

1) о реализации федеральных, региональных и муниципальных программах развития субъектов малого и среднего предпринимательства,

2) о количестве субъектов малого и среднего предпринимательства и об их классификации по видам экономической деятельности;

3) о числе замещенных рабочих мест в субъектах малого и среднего предпринимательства в соответствии с их классификацией по видам экономической деятельности;

4) об обороте товаров (работ, услуг), производимых субъектами малого и среднего предпринимательства, в соответствии с их классификацией по видам экономической деятельности;

5) о финансово-экономическом состоянии субъектов малого и среднего предпринимательства;

6) об организациях, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;

7) иного характера (экономической, правовой, статистической, производственно-технологической информацией, информацией в области маркетинга, необходимой для развития субъектов малого и среднего предпринимательства).

Представленная информация должна быть общедоступной, т.е размещенной на официальном сайте исполнительного органа власти.

Механизм предоставления консультационных и образовательных услуг. Оказание консультационной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства осуществляется в виде:

1) создания организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства и оказывающих консультационные услуги субъектам малого и среднего предпринимательства, и обеспечения деятельности таких организаций;

2) компенсации затрат, произведенных и документально подтвержденных субъектами малого и среднего предпринимательства, на оплату консультационных услуг.

5. Механизм поддержки различных субъектов малого предпринимательства. В соответствии с ФЗ-209 особую поддержку в виде финансовых выплат и др. преимуществ получают малые и средние предприятия в области инновации и промышленного производства, а также ремесленной, внешнеэкономической и сельскохозяйственной деятельности. Так, на основании Постановления Правительства от 21.06.2010 № 460 бюджетные ассигнования федерального бюджета в размере 5000000 рублей в 2010 году пойдут бюджетам субъектов Российской Федерации в форме субсидий в рамках оказания государственной поддержки для реализации мероприятия по поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих инновационную деятельность.

Подводя итог, необходимо сказать, что конкретный выбор механизмов государственной поддержки и развития малого и среднего предпринимательства в той или иной стране определяется состоянием и структурой производства, наличием ресурсов в распоряжении государственных органов и органов местного самоуправления. США и Россия – две страны с разной историей, пониманием и отношением к малому бизнесу. Поэтому цель исследовательской работы в данной области – показать не отставание России по многим показателям развития малых фирм, а на основе сравнительного анализа американских и российских механизмов поддержки выделить успешные практики и впоследствии, с применением этих практик, изменить действующие подходы к развитию малого бизнеса в России для формирования предпринимательской активности, изменения и дополнения законодательства о малом и среднем предпринимательстве.

Список источников

1. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ // КонсультантПлюс: Высшая школа – Выпуск 12. Осень 2010 – 1 электр. оптов. диск (DVD-ROM).

2. Федеральный закон «Об особенностях отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной собственности субъектов РФ или в муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ» от 5 августа 2008 г. № 159-ФЗ // КонсультантПлюс: Высшая школа – Выпуск 12. Осень 2010 – 1 электр. оптов. диск (DVD-ROM).

3. Закон РФ «О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ» от 14.07.1995 г. № 88-ФЗ // КонсультантПлюс: Высшая школа – Выпуск 12. Осень 2010 – 1 электр. оптов. диск (DVD-ROM).
4. Постановление Правительства РФ «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» от 22.07.2008 N 556 // КонсультантПлюс: Высшая школа – Выпуск 12. Осень 2010 – 1 электр. оптов. диск (DVD-ROM).
5. Постановление Правительства РФ «О распределении и предоставлении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства (вместе с «Правилами распределения и предоставления субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства»)» от 27.02.2009 N 178 // КонсультантПлюс: Высшая школа – Выпуск 12. Осень 2010 – 1 электр. оптов. диск (DVD-ROM).
6. Приказ Минэкономразвития от 16.02.2010 № 59. // КонсультантПлюс: Высшая школа – Выпуск 12. Осень 2010 – 1 электр. оптов. диск (DVD-ROM).
7. Барангов, А.Э. Особенности взаимодействия государственных и предпринимательских структур в системе социально-экономического развития региона: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / ФГОУ ВПО Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь, 2006.
8. Ивасюк, Р.Я Анализ особенностей развития малого предпринимательства на современном этапе. // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. – № 4.
9. К вопросу о критериях отнесения предприятия к категории малых. Электронный ресурс: Внешмаркет. – Режим доступа: <http://www.vneshmarket.ru>. Дата обращения: 16.05.2011.
10. Колесникова, Л.А. Порядок для хаоса: государство и предпринимательства в переходной экономике. – М.: Эдиториал УРСС, 2001.
11. Кочеткова, Г.Б. Предпринимательство как фактор развития. // Канада. Экономика. Политика. Культура. – 30.06.2003.
12. Лялин, В.Е. Развитие малого предпринимательства: отечественный и зарубежный опыт / В.Е. Лялин, В.И. Ляшенко, К.В. Павлов. – М.: Экономистъ, 2006.
13. Ляшевич, И.А. Правовые проблемы регулирования малого и среднего бизнеса в России на современном этапе. // Журнал российского права. – 2006. – № 5.
14. Малое и среднее предпринимательство в России. 2010: Стат. сб./ М 19 Росстат. – М., 2010.
15. Малый и средний бизнес: посчитают всех («Главная книга», 2011, N 4) / КонсультантПлюс: Высшая школа – Выпуск 12. Осень 2010 – 1 электр. оптов. диск (DVD-ROM).
16. Нуреева, Р.М. Экономические субъекты постсоветской России (институциональный анализ): десять лет спустя. Часть II. Российские фирмы / под ред. Р. М. Нуреева М.: Московский общественный научный фонд, 2010.
17. Орлов, А.В. Надежда: О малом бизнесе в России. – М.: Международный университет (в Москве), 2003.
18. Юсупова, Н.Ю. Поддержка малого предпринимательства в США. // Мировая экономика и международные отношения. – 2001. – № 5.
19. Facts about government grant. Electronic resource: Small business administration. – Access Mode: <http://www.sba.gov> . Date: 17.05.2011.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И ИХ РЕШЕНИЯ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРИРОДООХРАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕГИОНЕ БАЛТИЙСКОГО МОРЯ

Екатерина Ульянова
2124635@mail.ru

1-й курс магистерской программы
«Государственное и муниципальное управление»

Статья подготовлена по результатам курсового исследования
Преподаватель – д.э.н., профессор А. М. Ходачек

ABSTRACT. This paper is dedicated to Baltic Sea region description through its economical, management and environmental aspects. The purpose of this study is (1) to examine the economic and environmental problems the Baltic Sea, (2) to analyze the economic and environmental activities of environmental organizations, foundations, international organizations in the protection of the Baltic Sea, (3) to identify the main problems of human influence on the Baltic Sea and their solutions.

С древнейших времен и до наших дней Балтийское море и его берега используются человеком в качестве среды обитания, водного пути и источника природных ресурсов. Природно-ресурсная составляющая наряду с транспортно-промышленным и промысловым использованием продолжает главенствовать в Балтийском регионе во все возрастающих объемах. При этом важное значение приобретают вопросы охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности.

Балтийское море находится под значительным влиянием разнообразной хозяйственной деятельности. В бассейне моря размещены крупные промышленные центры, расположены многочисленные города, включая миллионники, в южной части широко развито продуктивное сельскохозяйственное производство. В акватории моря осуществляется интенсивное судоходство, рыболовство, ведется добыча полезных ископаемых. На экологию моря оказывает влияние дноуглубление, отвалы поднимаемого при этом грунта и т.д. По этим причинам экологическое состояние моря отклоняется от естественных параметров, а в отдельных участках может оцениваться как критическое. Как и другие внутриматериковые моря, Балтийское море имеет весьма слабую связь с Мировым океаном, и его способность самоочищаться крайне ограничена (*Кудрявцева, 2011. С. 57-58*).

Водосбор и акватория моря поделены между многими государствами, проявляющими различную заинтересованность к использованию и охране

моря и располагающими неодинаковыми экономическим, хозяйственным и финансовым потенциалами. Все это осложняет разработку и осуществление единых согласованных действий по рациональной эксплуатации водных, биологических и иных природных ресурсов моря, сохранению и восстановлению удовлетворительного состояния водоема в целом. В связи с отмеченными особенностями сохраняет актуальность задача единообразной оценки экологического состояния Балтийского моря как целостного географического водного объекта, характеризующегося значительным своеобразием и особенностями использования в интересах населения, проживающего на его берегах и водосборе.

Море используется также как место захоронения опасных отходов. Серьезные экологические последствия вызывает такой вид деятельности и на акватории моря и в береговой зоне, как намыв новых территорий для городского и промышленного строительства, который в последнее время практикуется в широких масштабах в Ленинградской части Финского залива. Подобные работы приводят к уничтожению больших площадей нерестилищ рыб и мест обитания их молоди, что не может не сказываться на состоянии промысловых запасов (Марова, 2010. С. 43).

Определенный ущерб экологическому состоянию моря наносит эксплуатация биологических ресурсов и добыча полезных ископаемых. В Балтике широко развито эффективное рыболовство, поставляющее на рынок ценную пищевую рыбную продукцию. В море осуществляется добыча таких строительных материалов, как песок, песчано-гравийная смесь и др., что наносит ущерб рыбным запасам. В последний период времени на акватории начинает развиваться разработка полезных ископаемых (нефти, железомарганцевых руд и др.), что также негативно сказывается на состоянии водной среды.

Актуальное значение для моря и всего бассейна имеет выделенное выше направление: поступление загрязняющих (токсических) веществ из отдаленных местностей в результате трансграничных переносов воздушными течениями. В связи с особенностями атмосферных явлений, над Балтикой и ее бассейном господствуют воздушные потоки западного направления. Поэтому в рассматриваемом регионе выпадают загрязняющие вещества, поступающие в атмосферу с дымовыми выбросами в далеко расположенных ведущих промышленных районах Западной Европы (Марова, 2010. С. 43). Это обстоятельство существенно затрудняет решение проблемы по стабилизации и улучшению экологического состояния всего Балтийского региона. Таким образом, для сохранения и улучшения экологического состояния Балтийского моря и его бассейна необходима разработка и реализация широкого комплекса мероприятий, включающих решение как местных, так и межрегиональных проблем (Кудерский, 2010. С. 63). Для поддержания стабильности и сохранения природы Балтики необходимы слаженные международные усилия. Основные международные организации, обеспечивающие эколого-экономическую защиту Балтийского моря, следующие:

- Совет Государств Балтийского моря (СГБМ), цель которого – стимулирование всестороннего сотрудничества между странами региона по направлениям развития и защиты Балтийского моря;

- «Балтика XXI века», в рамках которой особое внимание уделяется региональному сотрудничеству, окружающей среде и ее влиянию на экономические и социальные аспекты устойчивого развития;

- VASAB («Vision and Strategies around the Baltic Sea» – «Видение Стратегии вокруг Балтики»);

- Балтийский Фонд Природы;

- Санкт-Петербургское Общество Естествоиспытателей (СПБОЕ);

- Проект СОНИВА («Control of hazardous substances in the Baltic Searegion» – «Контроль над опасными веществами в регионе Балтийского моря»);

- Проект Балтазар (BaltHazAR), направленный на поддержку разработки российской национальной программы по сегментам эвтрофикации и опасных веществ Плана Действий по Балтийскому морю.

Однако основной и наиболее значимый орган международного экологического сотрудничества в Балтийском регионе – Хельсинкская комиссия ХЕЛКОМ. Она была образована в марте 1974 года, когда в Хельсинки представителями прибрежных стран Балтики была подписана Конвенция по защите морской среды района Балтийского моря. В 1992 году обновленная Конвенция была подписана всеми странами Балтийского моря и Комиссией Европейского Сообщества. Руководящий орган Конвенции – Хельсинкская Комиссия – представлена Данией, Эстонией, Европейским Сообществом, Финляндией, Германией, Латвией, Литвой, Польшей, Россией и Швецией. Концепцию ХЕЛКОМ выражает следующая цитата: «Здоровая окружающая среда Балтийского моря с разнообразными биологическими сбалансированными компонентами, приводящая к хорошему экологическому состоянию и поддерживающая широкий спектр устойчивой экономической и социальной деятельности человека» (Коровин, 2010. С. 7-11).

Согласно Поручению Правительства Российской Федерации от 26 марта 2010 года № ИС-П9-1819 была разработана федеральная целевая программа «Национальная программа мер по оздоровлению и реабилитации экосистемы Балтийского моря». Программа является ключевым документом, подготовленным российской стороной в рамках реализации Плана действий ХЕЛКОМ по Балтийскому морю. Аналогичные национальные планы составлены всеми странами-членами ХЕЛКОМ.

Национальная программа направлена на улучшение и стабилизацию экологической обстановки в Северо-Западном регионе, который является одним из важнейших с точки зрения экономики и культурного наследия России. Программа будет реализована на российской части водосборного бассейна Балтийского моря, включающей г. Санкт-Петербург, Ленинградскую, Калининградскую, Новгородскую и Псковскую области, часть территории Республики Карелия и Вологодской области. В рамках российской Нацио-

нальной программы по оздоровлению и реабилитации экосистемы Балтийского моря планируется создать организованные полигоны для бытовых и опасных отходов и ликвидировать существующие с последующей рекультивацией территорий.

Отдельное направление российской программы оздоровления Балтики – обеспечение экологически безопасной эксплуатации балтийских портов, повышение готовности реагировать на разливы нефти и других вредных веществ. Одно из приоритетных направлений национальной программы – борьба с эвтрофикацией (чрезмерный рост сине-зеленых водорослей, вызывающий недостаток кислорода и заболачивание) (Трутнев, 2010. С. 5).

Предусмотрена разработка нового законопроекта предполагающего замену нынешней системы нормирования негативного воздействия на природу подходом, основанным на применении наилучших доступных технологий. Новый закон, регламентирующий воздействие промышленных предприятий на окружающую среду, будет стимулировать переход на наилучшие из доступных технологии, а также приведет к резкому повышению штрафов за загрязнение окружающей среды.

От выполнения Национальной программы ожидается создание благоприятных социально-экономических предпосылок для существенного улучшения экологической и рекреационной обстановки в Северо-Западном регионе России и его устойчивого развития, повышения качества жизни населения, оздоровления и реабилитации экосистемы Балтийского моря.

Действующая законодательная система Российской Федерации в области установления норм выбросов и сбросов загрязнений основывается на предельно допустимых концентрациях (ПДК), разрабатываемых для определения порога воздействия на человека или иные живые организмы и исключаящего для них возможные негативные последствия. Теоретически это означает ведение хозяйственной или производственной деятельности при отсутствии какого-либо отрицательного влияния на состояние окружающей среды.

Практически же существующая нормативная система является серьезным препятствием для ведения эффективной природоохранной деятельности. Недостижимость устанавливаемых нормативов технологическими средствами лишает руководителей объектов-природопользователей заинтересованности в решении экологических вопросов. Попытки сокращения сбросов и выбросов загрязнений до уровня ПДК за счет строительства сложных и дорогих очистных сооружений приводят к нерентабельности основного производства (Коровин, 2010. С. 33-35). На эффективность правоприменительных мероприятий серьезно влияет отсутствие достоверного, надежного и информативного статистического учета образования, движения и размещения опасных отходов.

Экологическая политика Санкт-Петербурга направлена на сокращение поступления загрязняющих веществ в акваторию Финского залива Балтийского моря, повышение качества жизни населения и развитие экономики без увеличения нагрузки на окружающую среду (Янков, 2004. С. 10). В 2008 году Правительство Санкт-Петербурга утвердило Программу «Генеральная схема

водоотведения на период до 2015 года с учетом перспективы до 2025 года», Программа предусматривает увеличение суммарной производительности действующих очистных сооружений, реконструкцию и строительство новых тоннельных коллекторов. Финансирование выполнения этой программы обеспечено бюджетом Правительства Санкт-Петербурга, но его недостаточно на завершение строительства главного канализационного коллектора города.

Санкт-Петербургом создана эффективная система ликвидации нефтеразливов на воде и на суше. За 2007 год аварийными службами Комитета по природопользованию защите окружающей среды и обеспечению экологической безопасности Санкт-Петербурга ликвидирован 51 нефтеразлив, собрано более 30 тонн разлитых нефтепродуктов, которые не поступили в Балтийское море. В 2006 году введена в эксплуатацию система лидеров (технологии получения и обработки информации об удаленных объектах с помощью лазера), которая состоит из лазерных регистраторов нефтепродуктов, установленных на мостах через Неву и позволяющих регистрировать передвижение нефтяных загрязнений с водами Невы. Это позволяет увеличить эффективность использования нефтесборщиков при ликвидации нефтеразливов на акватории города (Голубев, 2009. С. 11).

Для принятия необходимых мер по обеспечению экологической безопасности в условиях усиленного антропогенного пресса необходима организация действенной системы экологического контроля, включающая и эффективную систему комплексного экологического мониторинга, охватывающего все среды: воздушную, водную и геологическую, а также проведение биомониторинга (Корнеев, 2010. С. 73). Государственная функция по осуществлению мониторинга бассейна Балтийского моря выполняется в соответствии с законом «Об охране окружающей среды», Водным кодексом РФ от 03.06.2006 № 74-ФЗ, законом Санкт-Петербурга «Об экологическом мониторинге на территории Санкт-Петербурга» от 29.03.06 № 155-21 и др. Для активизации усилий по мониторингу и достижения целей плана действий по Балтийскому морю должны быть реализованы экономически эффективные, более автономные методы мониторинга. Например, регулярный паром по линии Санкт-Петербург – Хельсинки рассматривается как реальная возможность создания на его базе системы автоматизированного мониторинга состояния Финского залива. Рейсовые паромы, курсирующие по Финляндии и Эстонии, давно, эффективно и малозатратно используются для этих целей (Баскаков, 2009. С. 124).

Успех природоохранной деятельности зависит от общего уровня образованности и культуры людей. Следовательно, необходима выработка долгосрочной политики по воспитанию у разных слоев общества бережного отношения к природе и понимания неразрывной связи человека и окружающей среды. Общая экологическая культура населения в нашей стране остается пока очень низкой. Она зависит в первую очередь от уровня эколого-природоохранной подготовки всего населения, его убежденности в необходи-

мости совершенствования знаний, широкого эколого-природоохранного просвещения, в том числе через средства массовой информации.

Обычно под экологическим образованием понимается непрерывный процесс воспитания, обучения и развития личности, направленный на формирование системы научных и практических знаний и умений, ценностных ориентации, поведения и деятельности, обеспечивающих ответственное отношение к социально-природной среде и здоровью (Константинов, 2004. С. 54). Различные заинтересованные стороны, общественность должны получать своевременную информацию и понимать важность восстановления и охраны окружающей среды и создания условий устойчивой жизнедеятельности. Они также должны быть проинформированы о том, что было достигнуто и что не было достигнуто правительствами стран и международными организациями, и о том, как они сами могут способствовать работе по охране окружающей среды на местном уровне.

Сегодня экологическое образование невозможно фокусировать исключительно на изучении природы. Чтобы изменить «экологическое» поведение людей, им необходимо показать тонкие взаимосвязи между природой, экономикой и обществом. Оптимальные взаимоотношения между этими тремя компонентами представлены в концепции устойчивого развития (Кудрявцева, 2011. С. 57-58).

Образование в интересах устойчивого развития способствует пониманию позитивных и негативных аспектов воздействия человека на водный цикл, что позволяет избегать деградации и нерационального использования водных ресурсов. Устойчивое развитие распространяет существующие местные знания и опыт и содействует обмену инновационными подходами и лучшими практическими методами, которые актуальны в местных условиях.

Необходимо разрабатывать новые, более эффективные стратегии управления природопользованием, распространять знания о биосфере и пропагандировать защиту окружающей среды в школах, прививать любовь к окружающему миру с малых лет, вырабатывать стратегии справедливого распределения ресурсов и доходов от них, чтобы удовлетворить основные потребности как нашего, так и последующих поколений.

Список источников

1. Конституция Российской Федерации. Ст. 9, ст. 42. Электронный ресурс: Гарант: информационно-правовой портал. – Режим доступа: <http://base.garant.ru>. Дата обращения: 25.02.2011.

2. Федеральный закон «Об охране окружающей среды» от 10.01.02 № 7-ФЗ (с изменениями на 26.06.07). Электронный ресурс: Гарант: информационно-правовой портал. – Режим доступа: <http://base.garant.ru>. Дата обращения: 15.02.2011.

3. Баскаков, А.И. Спутниковая альтиметрия: проблемы и перспективы. – СПб.: Экология и бизнес, 2009.

4. ГУП Водоканал Санкт-Петербурга. Электронный ресурс: ГУП Водоканал Санкт-Петербурга. – Режим доступа: <http://www.vodokanal.spb.ru>. Дата обращения: 25.03.2011.

5. Доклад заместителя министра природных ресурсов РФ Янкова К.В. V Международный экологический форум День Балтийского моря, сборник докладов – СПб., 2004. – № 3.
6. Доклад Министра природных ресурсов и экологии Российской Федерации Ю. П. Трутнева Министерская сессия Комиссии по защите морской среды Балтийского моря (ХЕЛКОМ). – М., 2010. – № 10.
7. Доклад Председателя Комитета по природопользованию защите окружающей среды и обеспечению экологической безопасности Голубева Д.А., X Международный экологический форум День Балтийского моря – сборник докладов – СПб., 2009. – № 8.
8. Константинов, В.М. Экологические основы природопользования. – М. Учеб. пособие для студентов, 2004.
9. Корнеев, О.Ю. Результаты государственного мониторинга геологической среды восточной части Финского залива и Невской губы в 2009 г. – СПб.: Мониторинг окружающей среды, 2010.
10. Кудерский, Л.А. Обзор экологического состояния Балтийского моря. // День Балтийского моря – 2010 – № 9.
11. Кудрявцева, Т.Е. Балтийское море – наш общий дом. // День Балтийского моря – 2011 – № 10.
12. Марова, А.В. Вопросы обращения с опасными отходами на территории субъектов Российской Федерации. // День Балтийского моря – 2010 – № 9.
13. Национальная программа мер по оздоровлению и реабилитации экосистемы Балтийского моря. // День Балтийского моря – 2010 – № 9.
14. План действий ХЕЛКОМ по Балтийскому морю. Краков, Польша, 15 ноября 2007 г. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.helcom.ru>. Дата обращения: 25.03.2011.
15. Интернет портал о воде. – Режим доступа: <http://da-voda.com>. Дата обращения: 25.03.2011.

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ РАЗВЕДКИ И ДОБЫЧИ ПОЛЕЗНЫХ ИСКОПАЕМЫХ (НА ПРИМЕРЕ АМЕРИКАНСКОГО ОПЫТА ДОБЫЧИ СЛАНЦЕВОГО ГАЗА)

Филипп Васильев

filippvasilyev@gmail.com

Студент 3-го курса факультета менеджмента,
участник научно-учебной группы «Экономика и социология изменений»

Артём Гусев

gusev_9191@mail.ru

Студент 3-го курса геологоразведочного факультета
СПГГУ им. Плеханова

Статья подготовлена по результатам инициативного исследования и доклада на семинаре научно-учебной группы «Экономика и социология изменений»

ABSTRACT. The purpose of this article is to analyze the innovation methods for mineral exploration and their extraction based on US experience. This study attempted to identify optimal ways of shale gas exploration and to determine more effective suggestions to Russian national economy.

Не секрет, что экономика России во многом держится на минерально-сырьевом комплексе. И именно этот факт должен побуждать как руководство страны, так и руководство организаций, занимающихся разведкой и добычей полезных ископаемых, к мощным инновациям в данной отрасли. Для России стратегически важно, чтобы уровень развития добывающих отраслей был на постоянных ведущих позициях в мире. Ярким примером инноваций в добывающей отрасли является технология добычи сланцевого газа, введенная в массовое использование в США в 2009 году. Благодаря введению данной технологии США удалось резко поменять расклад сил на мировом газовом рынке и занять первое место в мире по добыче газа (до этого времени данное место всегда занимала Россия). Это сильно сказалось на позициях основной добывающей газ в России компании «Газпром». За 2009 год «Газпром» только в Европе потерял 22 млрд долларов выручки по сравнению с 2008 годом (Шахова, 2010).

Топ-менеджмент «Газпрома» долгое время сохранял молчание, ссылаясь на мировой экономический кризис. Однако, бесконечно скрывать очевидное стало невозможно. 26 января 2010 года руководитель «Газпром экспорта» А. Медведев признал: «ситуация сложная. И дело не только в экспортной политике «Газпрома», когда цена на газ привязана к цене на нефть на девять месяцев и российский газ оказался гораздо дороже, чем газ конкурентов. Самое неприятное для нас – начало добычи сланцевого газа американцами; вследствие чего им удалось обеспечить свою страну газом полностью без импорта Катарского газа, на который они опирались до этого. Ввиду этого, дешевый Катарский газ уже не нужный американцам, хлынул на европейский рынок и русский газ по ценам «Газпрома», оказался для многих стран слишком дорогим» (Шахова, 2010).

В мире повсюду находится осадочная порода, получившая название «сланец». В этой осадочной породе содержится огромное количество органики, необходимой для возникновения нефти и газа. И газ в этих породах действительно есть. Проблема заключается в том, что обычные месторождения газа образованы в песчаных породах. Сланец похож на песчаник, но эта порода более плотная, с низкой пористостью и состоит из более мелких и твердых частиц (Зативалов, 2000. С. 140 – 142). Твердую породу бурить намного сложнее, а запасы газа в таких месторождениях гораздо меньше. Чтобы добыть его, требуется пробурить большое количество горизонтальных скважин, каждая из которых даст лишь ограниченный объем газа. Поэтому долгое время разрабатывать их было просто нерентабельно, хотя впервые сланцевый газ был добыт в США еще в 1821 году. В 1970-е гг., во время обострения проблемы энергетической безопасности в США, правительство, находясь в поиске возможных решений, вспомнило и о сланцах. Были проведены разведочные работы, в ходе которых выявлены четыре огромные сланцевые структуры: «Barnett», «Haynesville», «Fayetteville» и «Marcellus», простирающиеся на десятки тысяч квадратных километров и, по-видимому, содержащие гигантские запасы природного газа. Однако на тот момент эти резервы

оказались недоступными, а разработки соответствующих технологий добычи были прерваны после падения цен на нефть в 1980-х. Тем не менее, в 1990-е гг. ряд небольших компаний, наиболее активной из которых стала «Chesapeake Energy», решили вернуться к идее извлечения газа из сланцевых пластов.

В то время потребление газа в США быстро увеличивалось вследствие массового строительства по всей стране эффективных и экологически чистых парогазовых энергоблоков. Исследователи предложили применить для добычи сланцевого газа две технологии, которые были разработаны еще десятилетия назад, но на то время не имели широкого применения. Одной из них было горизонтальное бурение, заключающееся в том, что уже внутри пласта бур постепенно отклонялся от вертикали, пока это отклонение не достигало 90 градусов, а затем продолжал движение уже параллельно земной поверхности. Впервые эта технология была применена еще в 1940-е гг., однако затем от нее отказались из-за дороговизны. Благодаря разработкам 1990-х и применению новых материалов, в частности, для буровых труб, затраты удалось снизить: стоимость горизонтальной скважины была выше, чем у традиционной вертикальной в среднем в 4 раза (Jeffe, 2010).

Изыскательские работы, исследования и испытания продолжались несколько лет, а в 2002 году в залежи «Barnett» в штате Техас была пробурена первая горизонтальная скважина. Началось практическое внедрение новой технологии. «С каждой новой скважиной мы получали огромное количество опыта и новых знаний», – рассказывает пресс-секретарь «Chesapeake Energy» Дж. Джипсон (Jeffe, 2010). Компании постепенно учились работать со сланцевыми структурами, а в 2008 году произошел резкий прорыв.

В 2008 года добыча природного газа в США увеличилась на 7,5% (или на 41,7 млрд куб. м.), показав самые высокие темпы роста за четверть века. Большую часть этой прибавки дал именно сланцевый газ. По оценкам компании «Ziff Energy Group», объем его добычи составил в 2008 году 51,7 млрд куб. м (около 8% от общенационального показателя), из которых около 70% пришлось на залежи «Barnett» (Jeffe, 2010). В конце 2008 года американский Potential Gas Committee объявил о радикальной переоценке резервов природного газа в США, увеличив их с 1300 трлн. куб. футов (36,8 трлн куб. м) до 1836 трлн. куб. футов (52 трлн куб. м.). Из них 616 трлн куб. футов пришлось на сланцевый газ. Energy Information Administration (EIA), управление, входящее в структуру Министерства энергетики США, пошло еще дальше, оценив в начале 2009 году доказанные запасы газа в стране (без учета Гавайских островов) в 2074 трлн куб. футов (58,7 трлн куб. м.). При этом сланцевый газ оказался еще и дешевым. «Chesapeake Energy» объявила, что ее затраты на добычу составляют, в среднем \$3,5 за 1 тыс. куб. футов – то есть всего \$99 за 1 тыс. куб. м. (Jeffe, 2010). Это обещало настоящую революцию на газовом рынке – сначала американском, а затем и мировом.

Вследствие данного технологического прорыва США удалось занять первое место в мире по добыче газа, легко сместив с пьедестала Россию и по-

настоящему «взбудоражив» газовый рынок. Говорить о глобальных последствиях случившегося на американском континенте пока рано. Оптимисты предрекают полный переворот в энергетическом бизнесе. Если верить их оценкам, США обладают более чем 2000 трлн куб. футов сланцевого газа. Этого ресурса Штатам хватит более чем на 100 лет. Для сравнения – запасы обычного газа в России оцениваются в 1529 трлн куб. футов. Что касается Европы, то Международное энергетическое агентство оценивает европейские запасы нетрадиционного газа в 35 трлн куб. футов. (Jeffe, 2010). В целом, важно то, что основные запасы газа расположены в развитых странах, которые теперь смогут добывать его на своей территории. В 2009 году европейцы обнаружили, что колоссальные месторождения расположены в Голландии, Швеции, Франции и других странах.

Скептически настроенные специалисты подвергают обоснованному сомнению высокую рентабельность проектов по добыче сланцевого газа. Геолог из Хьюстона А. Берман, один из ведущих авторов журнала «World Oil Magazine», проведя тщательный анализ деятельности компаний, добывающих сланцевый газ, пришел к выводу, что их действительные затраты в несколько раз выше, чем \$3,5 за 1 тыс. куб. футов, о которых говорит «Chesapeake Energy» (World Oil Magazine, 2009), а разрекламированная технология горизонтального бурения приносит гораздо меньшие результаты, чем сообщается.

В конце 2008 года на залежи «Barnett» было пробурено свыше 11,8 тыс. скважин, каждая из которых обходилась более чем в \$3 млн (с учетом затрат на приобретение лицензии, бурение и поддержание работоспособности в течение всего срока действия). При этом оценочные извлекаемые запасы (Estimated ultimate recoverable, EUR) горизонтальных скважин составляли всего 0,81 млрд куб. футов (22,9 млн куб. м.) – в три с половиной раза ниже, чем изначально планировалось. Более того, продуктивность скважин с 2003 года только падала: если в начале работы «Chesapeake Energy» средний показатель EUR составлял около 32,3 млн куб. м на скважину (в расчет брались и горизонтальные, и вертикальные), то к 2008 году он снизился до 16,7 млн куб. м.» (World Oil Magazine, 2009). Как показывают открытые данные о добыче газа на сланцевой залежи «Barnett», продуктивность уже действующих скважин падала гораздо быстрее, чем на традиционных месторождениях. Средний «срок жизни» газовых скважин составляет в США 30-40 лет, но на «Barnett» около 15% скважин, пробуренных в 2003 году, уже через пять лет исчерпали свой ресурс. По расчетам А. Бермана, жизненный цикл скважины при добыче сланцевого газа на «Barnett» не превышает 8-12 лет, и лишь немногие сохраняют рентабельность после 15 лет эксплуатации.

Другое исследование, проведенное на залежи «Haynesville», выявило средний показатель EUR на уровне 48,7 млн куб. м. на одну скважину, тогда как компании-операторы говорили о 180-200 млн куб. м. В связи с этим, компаниям, занимающимся добычей сланцевого газа, необходимо непрерывно бурить новые скважины взамен выбывающих из строя, что значительно

увеличивает себестоимость добычи газа. Ряд экспертов (включая А. Бермана) оценивают истинные затраты на получение сланцевого газа в \$7,5-10 за 1 тыс. куб. футов (\$212-283 за 1 тыс. куб. м). При этом объем инвестиций на полное освоение запасов «Barnett» достигает большой суммы: только на бурение скважин и их содержание (без сопутствующей инфраструктуры) понадобится не менее \$75 млрд в ценах 2008 года» (*World Oil Magazine*, 2009).

Добыча сланцевого газа требует использования больших объемов воды, которая смешивается с песком и химикалиями. Анализ, проведенный в американском штате Вайоминг, где находится одна из крупных залежей, показывает, что эти химические вещества способны проникать в подпочвенные воды. В частности, они были обнаружены в окрестных колодцах. Наконец, эксперты обращают внимание на то, что это в Америке с ее просторами можно без особых проблем бурить десятки тысяч скважин на участках в тысячи квадратных километров. В густонаселенной Европе добывающие компании вряд ли смогут себе это позволить, что резко уменьшает привлекательность проектов по добыче сланцевого газа.

Безусловно, сланцевый газ представляет собой весьма перспективный ресурс. Очевидно, его добыча в США будет расти, хотя и медленнее, чем считают оптимисты. Вероятно, к процессу присоединятся и другие страны. Но этот газ не будет настолько дешевым, насколько этого хотят многие.

С нашей точки зрения, появление нового источника не приведет к снижению мировых цен на газ, но и такими высокими, как в 2007 году и первой половине 2008 года, они, по-видимому, не будут еще очень долго. При этом необходимо учитывать, что расширение предложения относительно недорогого газа будет способствовать и росту его потребления, так что со временем рыночный баланс должен восстановиться.

Россия, очевидно, сохранит свой статус крупнейшего экспортера газа в мире, а в отдаленной перспективе, возможно, даже сумеет нарастить поставки в Европу, однако прежние сверхприбыли «Газпром» в обозримом будущем не увидит, а его доля в европейском потреблении заметно снизится по сравнению с серединой текущего десятилетия. В сложившейся ситуации Газпрому, в любом случае, нужно задуматься о том, как максимизировать прибыль от экспорта газа в Европу. Один путь – изменить механизмы ценообразования на газ, отвязав формулу от цены на нефтепродукты (при этом, вероятнее всего, удастся сохранить объемы поставок на европейский рынок). Другой путь – сохранить формулу ценообразования, при этом с большой вероятностью придется сократить объемы. Для выбора решения необходим серьезный анализ, построенный на сценариях развития рынка, государственной политики и других субъектов и процессов.

В заключение стоит отметить, что природный газ – это не единственное стратегическое сырье для нашей страны. Процессы разведки и добычи многих полезных ископаемых ведутся технологически устаревшими методами и требуют инноваций как технологических, так и в процессах управления ведением разведки и добычи сырья.

Список источников

1. Запивалов Н.П. О перспективах развития нефтегазовой промышленности России и Сибири в XXI веке // Материалы регион. конф. геологов Сибири, Дальн. Востока и северо-востока России. – Томск: ГалаПресс, 2000. – Т. 1.
2. Коржубаев, А.Г. Сланцевый газ: пора закрывать «Газпром»? // Наука в Сибири. – 2010. – № 13.
3. Шахова, С. Сланцевый газ против «Газпрома» (статья по материалам зарубежных СМИ) // АСД – информационно-аналитический электронный проект. 15 февраля 2010 г. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://sd.net.ua>. Дата обращения: 03.05.2011.
4. Jeff, A.M. How Shale Gas Is Going to Rock the World The // Wall Street Journal. 15.05.2010. Electronic recourse. Access Mode: <http://europe.wsj.com/home-page>. Date: 07.05.2011.
5. World Oil Magazine. – 2009. – Vol. 247. – №. 9.
6. Официальный сайт ОАО «Газпром». Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.gazprom.ru>. Дата обращения: 27.04.2011.

ОСОБЕННОСТИ СЕВЕРНЫХ ТЕРРИТОРИЙ КАК ОБЪЕКТА УПРАВЛЕНИЯ

Анастасия Мыслюк
mislyuk@mail.ru

1-й курс магистерской программы
«Государственное и муниципальное управление»

Статья подготовлена по результатам курсового исследования
Научный руководитель – д.э.н., профессор Л. В. Ларченко

ABSTRACT. The purpose of this article is to analyze the current level of socio-economic development of the Northern regions of Russia and to identify the existing problems. The study attempted to emphasize the importance of the nonuse North territories exploration and to formulate effective suggestions on socio-economical matters decision in those regions.

Сегодня во всем мире большую значимость приобретают задачи повышения эффективности управления и обеспечения безопасности. Однако стоит отметить, что универсальных моделей, которые подходили бы для использования всеми странами, не существует, – у каждого государства должна быть собственная модель, наиболее подходящая для национальных особенностей страны и соответствующая определенному этапу исторического развития. Для России характерна такая черта, как неравномерность освоения террито-

рии. Управление территориями осуществляется с неполным вовлечением природных и других территориальных ресурсов в общий ресурсообмен, который содержит серьезный дисбаланс.

Подобная несбалансированность все более пагубно сказывается на возможности России сохранять контроль и эффективно управлять своей территорией и является источником серьезных долгосрочных угроз. Особенно ослаблена эффективность управления в малоосвоенных и быстро деградирующих регионах Крайнего Севера и Сибири (Уткин, 2001. С. 80).

Значение Севера для Российской Федерации определяется его исторической и геополитической ролью, территориальным и природно-ресурсным потенциалом, на основе которого может быть обеспечено возрождение экономической мощи России, сохранение ее как действительно великой державы, объединяющей европейскую, арктическую и азиатскую цивилизации. На территориях Крайнего Севера сосредоточены важнейшие глобальные проблемы современности, в первую очередь, минерально-сырьевой и топливно-энергетической. И если среди всех факторов развития стран и регионов мира в третьем тысячелетии будет ресурсообеспеченность, то без ресурсов Севера мировая экономика немыслима. Российский Север – последний из всех крупнейших на планете резервов хозяйственной деятельности человечества и последний территориальный и ресурсный резерв нашей страны (Ерохин, 2003. С. 3).

Площадь северных территорий России составляет 11 млн кв. км (2/3 площади страны), в то время как у всех остальных шести приарктических стран – только 9,5 млн кв. км.

Значение Севера объясняется, главным образом, разведанными и перспективными минерально-сырьевыми ресурсами, находящимися на его территории. Современные тенденции развития экономики России позволяют утверждать, что эксплуатация сырьевого потенциала и в дальнейшем будет играть важную стратегическую роль в обеспечении национальной безопасности, формировании валютного баланса и создании условий для экономически эффективной интеграции экономики России в мировое хозяйство. В настоящее время на Севере сосредоточены 87% рыбы, 67% леса, 65% запасов нефти 85% газа, 63% угля, 90% никеля, 80% апатитов, более 95% алмазов, основные запасы золота, серебра, олова, редкоземельных металлов Российской Федерации. Около 4/5 объема производства дают предприятия по добыче и переработке природного сырья. В регионе добывается 75% нефти, 90% природного газа, 100% алмазов, 15% угля, вырабатывается более 15% электроэнергии, заготавливается около 50% деловой древесины. Север обеспечивает 60 – 70% всех внешнеторговых валютных поступлений страны, или минимум 15 – 20 млрд долларов, что соответствует размеру бюджета Российской Федерации в 1999 году. (Ларченко, 2008. С. 70).

Важнейшее значение районов Севера на современном этапе в социально-экономическом развитии страны, их значение в повышении конкурентоспособности России, обороноспособности, а также обеспечение геополитиче-

ских и стратегических интересов страны определяет неизбежность и необходимость разработки основ государственной политики на Севере Российской Федерации. Экономическое развитие регионов Севера затрудняется как объективными причинами, так и субъективными факторами. К объективным факторам, которые влияют на развитие, можно отнести природно-климатические особенности (низкая среднегодовая температура, вечная мерзлота), малую плотность населения, большую территориальную протяженность. Что касается субъективных факторов, то это в первую очередь отсутствие государственного регулирования развития экономики Крайнего Севера и, конечно же, зависимость региональных бюджетов от деятельности крупных финансово-промышленных групп, которым принадлежат большинство из градообразующих предприятий. Нормативная база нашей страны практически не берет во внимание специфику развития Севера и имеющиеся в данных областях проблемы. Механизмы реализации принятых законов на северных территориях отсутствуют, что приводит к правовой замкнутости, которая не восполняется в большинстве случаев. Опыт законодательной деятельности правительства северных субъектов России в федеральном законодательстве учитывается в малой степени. Сегодня финансирование основных форм системы государственной поддержки северных территорий из федерального бюджета находится в противоречии с существующими экономическими условиями и федеративными отношениями. Уровень бюджетных назначений, находящийся в зависимости от федерального бюджета, не соответствует действительным потребностям и нуждам и, более того, имеет тенденцию к сокращению в последнее время. Поэтому цели стабильного жизнеобеспечения и развития северных регионов являются не достигнутыми.

Таким образом, роль государства в законодательном регулировании социально-экономической сферы районов Севера России, в разработке и принятии мер в межбюджетных, налоговых отношениях, в преодолении проблем в области промышленности и инноваций, а также в обеспечении рационального природопользования, охраны окружающей среды, и других сферах развития этих территорий должна быть усилена. Региональная политика государства по отношению к регионам Севера должна быть направлена не на создание узко-сырьевой специализации регионов, с целью получить максимальный доход в короткое время, а на создание многоотраслевого хозяйства, которое позволит в будущем развиваться северным регионам без потрясений как в период снижения, так и в случае полного истощения наиболее востребованных природных ресурсов.

Необходимо особо подчеркнуть, что для повышения конкурентоспособности российской промышленности необходима активизация инновационной деятельности. Экономика северных территорий должна быть наукоемкой и высокотехнологичной. Для создания условий эффективного комплексного развития региона на новом качественном уровне требуются три составляющие: участие государства в лице федеральных и региональных органов управления, местных администраций и бизнеса. Пока же между упомянутыми

структурами нет четких механизмов взаимодействия, что значительно затормаживает инновационный процесс.

Список источников

1. Агранат, Г.Д. Возможности и реальности освоения Севера: Глобальные уроки. – М.: ВИНТИ, 1992.
2. Булатов, В.Н. Русский Север: Учебное пособие для вузов. – М.: Гаудеамус, 2006.
3. Вологина, Н.А., Алексеева, Ю.П. Российский Север: проблемы социального развития. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2004.
4. Государственный совет Российской Федерации: основные направления государственной политики в отношении северных территорий России, 28 апреля 2004 г. Электронный ресурс: Президент России. – Режим доступа: <http://archive.kremlin.ru>. Дата обращения: 21.04.2011.
5. Ерохин, С.В., Голубчиков, С.Н. Российский Север на переломе эпох. – М.: Издательство «ПАСЬВА», 2003.
6. Ларченко, Л.В. Государство и ресурсодобывающие регионы Севера. – СПб., 2008.
7. Петров, А.Н. Государственное регулирование экономики. / А. Н. Петров, М. И. Кныш. – СПб.: Любавич, 1999.
8. Уткин, Э.А. Государственное и муниципальное управление. – М.: Издательство «ЭКМОС», 2001.

ИПОТЕЧНАЯ ЛОВУШКА

Владимир Денисултанов
denisultanovv@mail.ru

5-й курс факультета менеджмента

Алена Стус
alena.stus@mail.ru

3-й курс факультета менеджмента

Статья подготовлена по результатам курсового исследования
Научный руководитель – д.т.н., профессор В. Г. Сергеев

ABSTRACT. The purpose of this article is to define how mortgage influences on prices of real estate market in Saint-Petersburg. This research bases on a micro economical law of dependence of demand and supply. At the end of the article alternatives of solving mortgage problem are suggested.

На сегодняшний день большинству жителей Санкт-Петербурга знакомо понятие «ипотека». Она представляет собой залог недвижимого имущества по кредитному договору, договору займа или иного обязательства. Ипотека обес-

печивает уплату залогодержателю основанной суммы долга по кредитному договору, или иному обеспечиваемому ипотекой обязательству на основе Федерального закона от 16.07.1998 ФЗ № 102 «Об ипотеке (залоге недвижимости)».

До кризиса 2008 года отношение к ипотечному кредитованию как у банков, так и у заемщиков было положительным. Граждане брали в долг под определенный процент деньги у кредиторских организаций, покупали жилье и на протяжении определенного времени выплачивали проценты, зачастую немало переплачивая, в среднем 120% за 10 лет (Крылов, 2011. С. 4). Однако само по себе понятие «ипотека» было прозрачным. Ипотека была доступна, что повышало спрос на жилье, в основном первичного сектора.

Однако кризис 2008 года не напрасно был признан «ипотечным» по всему миру. Начавшийся в США, он породил волну заражений «ипотечной паникой». В первую очередь ситуация была связана с абсолютно доступной ипотекой: кредиты выдавались практически каждому гражданину даже без проверки источника доходов, что породило проблему массового невозврата займов необязательными кредиторами, а следовательно, крах сравнительно большей части банков США, специализирующихся на ипотеке (Гринспен, 2007).

Тяжелая ситуация на рынках недвижимости запада бросила свою тень и на российский рынок жилищного кредитования. Банки, которые еще в 2007 году активно перенимали опыт доступности ипотеки и выдавали кредиты без дополнительных залогов и поручительств, в 2008 году ужесточили политику кредитования, испугавшись повторения истории. Банки ввели дополнительные условия выдачи кредитов, увеличили текущие ставки по ипотеке и ужесточили требования к заемщикам. Население, в свою очередь, также отреагировало на информацию об ипотечном кризисе на Западе и стало с известной долей недоверия относиться к жилищному кредитованию. Теперь граждане предпочитали накопить средства и приобрести квартиру в рассрочку у застройщика, нежели обращаться в банк за ипотекой.

Таким образом, можно сделать вывод, что в России кризис не был напрямую связан с ипотекой, однако свою роль сыграли испуг и нежелание повторить незавидную ипотечную историю Запада. Изменение поведения банков и граждан существенно повлияло на изменение цен на российском рынке первичного жилья.

Начиная с 2002 года, в Санкт-Петербурге реализуется целевая жилищная программа по развитию долгосрочного жилищного кредитования, рассчитанная до конца 2011 года. Также в Санкт-Петербурге в рамках целевой программы создано Ипотечное агентство (СПИА), которое ведет мониторинг всех ипотечных программ по банкам Санкт-Петербурга и вносит вклад в формирование и развитие жилищной политики Санкт-Петербурга. По словам начальника отдела развития СПИА С. Милютинина, по итогам первого квартала 2011 года объем предоставленных ипотечных займов приближается к уровню 2007 года (Крылов, 2011. С. 5).

Связано это с тем, что политика правительства Санкт-Петербурга, равно как и большинства кредитных организаций, направлена на упрощение и ускорение кредитных процедур. Более того, сами застройщики заинтересованы в легкости предоставления кредитов как сторона, стремящаяся к росту продаж.

Рынок недвижимости подчиняется экономическим законам. Так, согласно микроэкономическому закону рыночного равновесия Вальраса, цена определяет спрос, в то время как и спрос на продукт влияет на формирование равновесной цены. Если проследить динамику цен на первичное жилье с 2007 года, можно заметить, что в период с 2008 по 2009 гг. (кризисный период) сохраняется достаточно высокий уровень цен в сравнении с до- и после-кризисными периодами.

Рисунок 1 – Средние цены на первичном рынке жилья за 1 кв. метр общей площади в Санкт-Петербурге



Источник: федеральная служба государственной статистики – <http://www.gks.ru>

Рассмотрим, чем обусловлено такое поведение рынка жилья.

– Распространенная по каналам СМИ информация об экономическом кризисе, охватившем Запад, заставила жителей города искать надежные источники вложения собственных средств. Одним из наиболее ликвидных благ является недвижимость. Следовательно, граждане направили все свои финансовые возможности на покупку квартир.

– Доступная в 2007 году ипотека дала возможность большому количеству граждан покупать жилье, чем спровоцировала рост спроса, а следовательно, и рост цен на рынке недвижимости. Каждая пятая сделка по недвижимости осуществлялась с привлечением ипотечного займа (Крылов, 2011. С. 5).

– Как отмечалось ранее, именно в это время произошло ужесточение условий по получению ипотечных кредитов, что в комплексе с кризисным периодом и снижением общей платежеспособностью граждан снизило покупательскую способность жителей Санкт-Петербурга. В свою очередь, данная тенденция сказалась и на застройщиках. Инертная система рынка недвижимости не сразу отреагировала на такой поворот событий. Это привело к тому, что высокие цены на жилье оказали негативное влияние на спрос. Граждане были попросту финансово несостоятельны оплачивать жилье на новых условиях в сложившейся ситуации.

В связи с ажиотажным спросом на квартиры в 2008 году, повлекшим за собой увеличение прибыли строительных компаний, к 2009 году было завершено строительство большей части объектов недвижимости. Однако резкое снижение спроса сократило приток финансов в строительные компании, и в 2009 году объемы строительства сократились в 5 раз, как видно из таблицы 1.

Таблица 1 – Общая площадь жилых домов, находящихся в незавершенном строительстве в Санкт-Петербурге

Год	2007	2008	2009	2010
Тыс. кв. м.	2491,7	3129,5	774,21	1139,3

Рассчитано по данным Федеральной службы государственной статистики – <http://www.gks.ru>

Уже в конце 2010 году отмечается тенденция роста цен на рынке недвижимости, причиной чему послужил выросший вновь спрос на жилье. Можно предположить, что этому сопутствовали и следующие факторы:

- государственное стимулирование ипотечного кредитования;
- упрощение процедуры предоставления ипотечных займов;
- стабилизация экономики страны и региона.

Такого рода политика государства и кредитных организаций рано или поздно поднимет цены на недвижимость до того уровня, когда среднестатистический житель города будет не в состоянии осуществлять выплаты по ипотечному кредиту, не говоря уже о том, чтобы просто купить жилье. Эта ситуация фактически повторяет картину предпосылок ипотечного кризиса в США.

Несмотря на главное преимущество ипотеки – повышение доступности жилья, – развитие ипотечного кредитования имеет и обратную сторону медали – оно провоцирует рост цен на рынке недвижимости.

Чтобы избежать второй волны кризиса рынка недвижимости в России в целом и в Санкт-Петербурге, в частности, необходимо:

– увеличить государственные инвестиции в строительные компании, так как рост предложения на рынке жилья повлечет за собой закономерное снижение цены;

– ввести единый перечень документов, необходимых заемщику для осуществления ипотечного кредитования, что позволит снизить риск, связанный с предоставлением ипотечного кредита недобросовестным залогоплательщикам;

– усилить поддержку городских властей, жителям, желающим улучшить свои жилищные условия, за счет предоставления социальных выплат и льгот, без привлечения ипотечных займов.

Список источников

1. Федеральный закон «Об ипотеке (залоге недвижимости)» от 16.07.1998 № 102.
2. Гринспен, А. «Объяснение ипотечного кризиса в США...последствия экономического краха советского блока». – Электронный ресурс: ПРАЙМ – ТАСС. Агентство экономической информации. – 2007. – Режим доступа: <http://www.prime-tass.ru> Дата обращения – 17.05.2011.
3. Крылов, А., Триндюк, Т. Рынок недвижимости в ожидании летнего сезона. // ТТ Финансы. Финансовые услуги Санкт-Петербурга. – 2011. – № 2.
4. Федеральная служба государственной статистики. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.gks.ru>. Дата обращения: 15.05.2011.

ГОРОД КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ

КОМПЛЕКС 4P КАК ОСНОВА МАРКЕТИНГА ГОРОДА

Светлана Ерохина

svetlana_eroxina@mail.ru

1-й курс магистерской программы
«Государственное и муниципальное управление»

Статья подготовлена по результатам курсового исследования
Научный руководитель – к.э.н., доцент В. П. Кайсарова

ABSTRACT. The article in the framework of city marketing deals with the 4P-complex, determined by its basic elements – city product, the price of city product, place and promotion of the urban product.

В период глобализации, в борьбе за экономическое выживание, города становятся самостоятельными субъектами экономики, и для того чтобы лоббировать свои интересы, им необходима новая политика развития и продвижения. В связи с этим актуальным становится вопрос экстраполяции традиционных рыночных инструментов маркетинга на управление городом.

Впервые термин «городской маркетинг» появился в европейской литературе в 1980-х гг. Тогда превалировала концепция городского маркетинга как коммуникации с целевыми аудиториями. По мере появления маркетинговых практик менялись представления о городском маркетинге. Сегодня можно сказать, что маркетинг города – это деятельность, позволяющая в систематизированном виде с помощью основных маркетинговых методов, средств и инструментов разработать комплекс мероприятий, направленный на эффективное и выгодное для города продвижение его преимуществ и выгод к целевым потребителям.

Главное орудие маркетинга города – это не организация выгод и преимуществ, а информация о них, донесенная до целевой аудитории. Под целевой аудиторией в маркетинге города исследователями традиционно понимаются четыре группы потребителей: инвесторы, туристы, потенциальные жители и группы, влияющие на развитие города. Определение точной целевой группы во многом гарантирует успех маркетинговых усилий.

Маркетинговые усилия будут эффективны в том случае, если от целевой аудитории, на которую они направлены, будет получена ответная реакция в виде покупки – то есть если турист посетит город, житель выберет его в качестве места своей постоянной локализации, инвестор вложит средства в развитие города.

Воздействие на целевые аудитории осуществляется за счет реализации мероприятий по доведению информации о преимуществах города до потенциальных потребителей и стимулированию у них желания совершить «покупку». То есть, фактически, воздействие на потребителей осуществляется за счет применения инструментов продвижения, таких как реклама, PR-кампании. Но даже высокопрофессиональное использование одного из важнейших рычагов маркетинга – продвижения, вырванное из контекста комплекса маркетинга, не гарантирует максимальных результатов, на которые принципиально всегда нацелен маркетинг.

Комплекс маркетинга (4P) – это совокупность поддающихся управлению переменных факторов, при грамотном использовании которых можно наилучшим образом удовлетворить потребности целевых аудиторий и вызвать желаемую ответную реакцию со стороны потребителей. Применительно к маркетингу города он выглядит следующим образом: городской продукт, цена городского продукта, распределение (место) и продвижение городского продукта.

Определение города как продукта является важнейшим этапом в реализации маркетинга города. Существуют разные подходы к определению города как продукта. Т.В. Сачук предлагает комплексную характеристику городского продукта, включающую в себя количественную и качественную информацию о ресурсах города (природных, технологических, социальных), данные об уровне социально-экономического развития города и данные о системе организации и качестве управления городом (Сачук, 2009. С. 334). А.П. Панкрухин определяет продукт через ресурсы города, предпочитаемые потребителями, его географическое положение, уровень и качество жизни в городе, существующую в нем инфраструктуру, имеющиеся сырьевые запасы, степень развитости поддержки бизнеса (Панкрухин, 2006. С. 346). Согласно Ф. Котлеру, потребители к выбору места подходят системно, оценивая ряд характеристик территории. На основании этого, а также принимая во внимание тот факт, что в своей книге Котлер под местом понимает, в том числе, и город, можно предположить, что город как продукт определяется как система следующих характеристик: географического и административного аспекта, существующей информации о конкретном месте, преимуществ перед другими территориями, занимаемым местом в рейтингах городов.

Город как продукт можно представить в качестве сложной структуры, состоящей из совокупности трех главных элементов:

- во-первых, это конкретные характеристики города, включая природные ресурсы, географическое положение, экологическую обстановку, технологические и социальные ресурсы;

- во-вторых, социально-экономические параметры территории, включая финансовые показатели, показатели экономического и социального благополучия жителей и показатели, отражающие уровень развития производственной и непроизводственной сферы;

– в-третьих, административный фактор, а именно, систему организации и качество менеджмента данной территории, осуществляемые органами законодательной и исполнительной власти.

Таким образом, продукт в маркетинге города – это совокупный ресурсный потенциал города, те возможности (характеристики), которыми располагает город. Потребителями продукт оценивается и сравнивается с другими продуктами. Приобретая продукт, потребители фактически «покупают» преимущества, которые они хотят получить от проживания, посещения данного города или инвестирования в него средств. Значимость отдельных элементов продукта может различаться для разных групп потребителей, в том числе в зависимости от того, в каком качестве потребитель воспринимает город.

Следующим неотъемлемым компонентом комплекса маркетинга, который, к тому же, является важной составляющей при определении продукта, является цена. Под ценой продукта в маркетинге города следует понимать все затраты потребителя, связанные с приобретением продукта. При этом необходимо помнить, что по аналогии с товарным маркетингом, в маркетинге города цена продукта складывается из нескольких компонент и представляет собой сумму затрат, связанных с покупкой продукта, и затрат, связанных с послепродажным обслуживанием, то есть с его эксплуатацией.

Для каждой целевой аудитории сумма затрат будет состоять из абсолютно разных компонентов. Для местного жителя это будут затраты, связанные с проживанием на данной территории (к примеру размер платежей по ЖКХ, стоимость общественного транспорта). Для компаний это будут затраты, связанные с ведением деятельности на данной территории (например, стоимость рабочих ресурсов, водо-, электроснабжения, сумма арендных платежей). Для туристов цена продукта будет состоять из суммы стоимости путевки, величины карманных расходов.

Третьим элементом комплекса маркетинга является место продукта. А. П. Панкрухин выделяет место продукта как размещение, распределение, локализацию продукта (*Панкрухин, 2006. С. 300*). Локализация продукта с одной стороны, может рассматриваться как географические координаты города, его местоположение на карте; с другой же стороны город может быть рассмотрен как элемент в системе движения каких либо потоков – сырьевых, материальных, финансовых. Т. В. Сачук, определяя категорию места города, говорит о том, что «конкретная территория является составным элементом разных по масштабам систем», то есть с этих позиций город может быть рассмотрен как часть субъекта Федерации, как член объединения городов, территории которых сходны по каким-то параметрам (*Сачук, 2009. С. 330*).

Место города может быть многогранной характеристикой, наполненной в каждом конкретном случае разными факторами. Такой подход интересен прежде всего потому, что дает возможность при формировании продукта учитывать дополнительные преимущества, которые могут быть актуальными для конкретных целевых аудиторий. Место города, позволяя определить его

пространственное положение, может стать существенным фактором, влияющим на выбор места проживания, посещения, ведения бизнеса.

Четвертый важный элемент «Комплекса 4Р» – продвижение. Т.В. Сачук определяет продвижение продукта как «совокупность мероприятий по доведению информации о достоинствах ... продукта до потребителей» (Сачук, 2009. С. 331). А.П. Панкрухин говорит о том, что продвижение, это прежде всего «рекламная и PR-кампании» (Панкрухин, 2006. С. 303). Ю.Н. Старцев под продвижением понимает приемы и технологии, их объемы и качество, используемые для того, чтобы обеспечить на внутреннем и внешнем рынках благоприятное отношение к территории (Старцев, 2008. С. 47). Все подходы являются верными и определенным образом взаимодополняющими. Поэтому продвижение города можно определить как совокупность способов и приемов по целенаправленному доведению информации о достоинствах продукта до потребителей за счет рекламных и PR-мероприятий и с целью формирования благоприятного отношения к продукту, стимулирования его продаж и созданию лояльных групп потребителей.

Подводя итог, можно отметить, что фактически комплекс маркетинга позволяет:

- дать характеристику ресурсов территории, условий жизнедеятельности, качества территориального менеджмента;
- оценить стоимость проживания, посещения, ведения деятельности на территории;
- дать пространственную оценку расположения территории по отношению к другим объектам сравнения;
- организовать продвижение информации и создавать привлекательный образ города как продукта, стимулировать его продажи.

Важно понимать, что на основе использования комплекса маркетинга фактически осуществляется реализация маркетинга города. Разработка комплекса маркетинга является основой для формирования маркетинговых усилий на выбранных целевых рынках. Без правильного понимания, определения и формирования комплекса маркетинга нет смысла осуществлять дальнейшие маркетинговые мероприятия. С помощью «комплекса 4Р» можно сформировать продукт, наилучшим образом удовлетворяющий потребности целевых аудиторий, грамотно его продвигая, вызвать желаемую ответную реакцию со стороны потребителей.

Список источников

1. Аннин, Д.В. Маркетинговый механизм продвижения города в социально-экономическом пространстве: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / Пензенский государственный университет. Пенза, 2007.
2. Бааке, О., Ван ден Берг, Л., Бертен, О. Социально-ориентированное местное управление: опыт городов Германии для России. – М.: Наука, 1999.

3. Веснин Р.В., Кафидов В.В. Стратегическое управление: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2009.
4. Визгалов, Д.В. Маркетинг города: практическое пособие. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2008.
5. Демидова, Е.В. Маркетинговые стратегии городов как инструмент территориального развития. // Академический вестник Урала. – 2010. – № 2.
6. Житкова, Е.Л. Маркетинг города: перспективные направления совершенствования (на примере г. Тольятти). // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 5.
7. Кайсарова, В.П. Синтез методов стратегического управления крупным городом: от администрирования к маркетингу. // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 26.
8. Котлер, Ф., Асплунд, К., Рейн, И., Хайдер, Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005.
9. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий. – СПб.: Питер, 2006.
10. Сачук, Т.В. Территориальный маркетинг как фактор регионального управления (на примере республики Карелия): автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук / СПб., 2006.
11. Сачук, Т.В. Территориальный маркетинг: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2009.
12. Старцев, Ю.Н. Территориальный маркетинг: учебное пособие. – Челябинск: Челябинский гос. университет, 2008.
13. Kavaratzis, M. From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands // Place Branding – № 1.
14. Page, S. J, Hardyman, R. Place marketing and town center management. A new tool for urban revitalization-Cities – 1996. № 3.

SWOT-АНАЛИЗ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Надежда Стрижакова

nadin-strizh@mail.ru

1-й курс магистерской программы

«Государственное и муниципальное управление»

Эссе подготовлено в рамках курса «Региональная экономическая политика»

Преподаватель – к.арх., доцент Н. И. Масленников

ABSTRACT. The purpose of this paper is to do SWOT analysis of Saint-Petersburg. This study attempted to (1) examine strengths and weaknesses of the city, (2) identify prospects of its development, and (3) show threats, risks which should be taken into account by potential investors who choose any region for their projects' realization.

Санкт-Петербург – крупный европейский и российский региональный центр развитой экономики, образования, европейской культуры, туризма; место, привлекательное для жизни, работы и отдыха. Объем иностранных инвестиций в экономику Санкт-Петербурга имеет положительную динамику (*Официальный сайт Комитета по инвестициям...*). По данным Росстата, за последние шесть лет их объем увеличился в пять раз. В 2004 году капиталовложения составили 985,1 млн долларов, в то время как в 2010 году – 5231,4 млн долларов (*Официальный сайт Комитета по инвестициям...*).

Причины высокой инвестиционной привлекательности региона объясняет SWOT-анализа Санкт-Петербурга, за основу которого принимаются внутренние и внешние факторы, позволяющие выделить те отрасли и виды деятельности, где город обладает значительным потенциалом развития, а также показать, по каким параметрам город опережает своих конкурентов или отстает от них и что надо поменять, чтобы повысить конкурентоспособность.

Первый фактор – это геополитическое положение Санкт-Петербурга. Выгодное географическое положение, непосредственная близость города к странам Европейского Союза и крупнейшим портам Европы, сеть железных и автомобильных дорог, система внутреннего водного транспорта предоставит возможность Петербургу в перспективе осуществлять большую часть евроазиатских международных грузопотоков, что усиливает конкурентоспособность региона на международной арене. Иностранные инвесторы заинтересованы в реализации крупных инфраструктурных проектов, таких как Большой Порт (развитие мощностей по приему высокотехнологичных грузов), строительство скоростных автодорог – КАД, ЗСД. Если говорить о недостатках, то можно акцентировать свое внимание на северном географическом положении Санкт-Петербурга относительно важных центров России, Европы и мира, а также на неблагоприятном климате региона и гидрогеологических условиях.

Второй фактор, важный для оценки конкурентоспособности Северной столицы, – это социальная сфера. Необходимо отметить высокий профессиональный, образовательный и культурный уровень населения, рост рынка развлечений, высокий туристский потенциал Санкт-Петербурга. Концентрация в регионе развитой системы высших учебных заведений, выпускающих специалистов широкого профиля объясняется высоким уровнем развития экономики Санкт-Петербурга и потребностью в высококвалифицированных кадрах. Широкая система дошкольного, среднего, среднего специального, высшего образования характеризуется высоким уровнем территориальной доступности в условиях крупного города. В городе развивается международное сотрудничество в науке, формируются различные способы стимулирования отечественных исследований. Таким образом, инвестирование в науку является одной из потенциальных целей для города. Среди недостатков можно назвать скрытую безработицу, имущественную дифференциацию населения.

В обществе наблюдается социальное неравенство: наряду с обеспеченным средним классом имеют место и малоимущие семьи.

Следующий фактор, который лежит в основе анализа конкурентоспособности Санкт-Петербурга, – это регулирование строящихся проектов города. Среди достоинств здесь можно назвать наличие системы земельного кадастра и регистрацию прав собственности. Более того, в городе существуют пригодные для застройки участки в историческом центре, в новых районах и в пригородах. Но одновременно с этим фактом следует обратить внимание на довольно высокий процент промышленной застройки в центре, что является существенным минусом. Проблема состоит в том, что на данной территории находится около двухсот крупных и средних промышленных предприятий. В связи с этим власти города применяют реперофилирование ряда городских территорий, главным образом, переводение предприятий из центральной части города. Так, например, один из цехов вагоностроительного завода им. Егорова был реперофилирован в торговый центр «Максидом», расположенный в Московском районе.

Среди недостатков можно выделить и такие факты, как отсутствие транспортных магистралей непрерывного движения, тупиковый характер пассажирских железнодорожных вокзалов, нехватка мостов, а также некомплектность новых жилых районов. Основная сложность в подборе аналогичных территорий с последующей реализацией промышленных предприятий заключается в первую очередь в закрытой информации о сделках с застроенными земельными участками, расположенными в центральной части города, а также в достаточно сложной оценке влияния уровня загрязненности территории на потенциальный спрос и ликвидность объекта оценки. Поэтому данную проблему возможно решить только при условии совместной работы специалистов градостроительства, архитектуры и экологов.

Нельзя не упомянуть такой критерий, как особенности природной среды региона. В крупных промышленных масштабах в основном используют такой ресурс, как лес. В первую очередь это можно объяснить тем, что лес обеспечивает развитие деревообрабатывающей промышленности в Санкт-Петербурге. В данной отрасли работают крупные иностранные инвесторы, такие как, например, International Paper, Swedwood, AssiDoman, что подтверждает привлекательность деревообрабатывающей промышленности региона.

Последний внутренний фактор, который хотелось бы рассмотреть, – это экономический потенциал Санкт-Петербурга. Здесь, прежде всего, нужно выделить многоотраслевую структуру экономики. С точки зрения привлечения иностранных инвестиций объектами внимания остаются металлургия, добыча и переработка нефти, газа и другого сырья и места их размещения. Одной из наиболее приоритетных отраслей для иностранных инвесторов остается автомобильная промышленность Санкт-Петербурга, о чем свидетельствует приход трех автомобильных гигантов – Toyota, Nissan и General Motors, которые создают собственные предприятия (Новиков, 2007. С. 15). Кроме того, среди достоинств нужно отметить сравнительно высокую дивер-

сификацию предприятий ВПК и емкий потребительский рынок, который представляет собой сеть гипермаркетов и супермаркетов, предприятия общественного питания, бытового обслуживания.

К основным минусам, которые лежат в основе такого критерия, как экономический потенциал, следует отнести недостаточную диверсификацию экспорта региона. Действительно, на экспорт идет только продукция машиностроения, черные и цветные металлы, древесина и изделия из нее. Поэтому, безусловно, необходимо снижать ввоз импортных изделий в город, развивать сельское хозяйство, пищевую промышленность, тем самым стараясь дифференцировать экспортную продукцию.

Следующим этапом SWOT-анализа является определение тенденций, которые создают благоприятные возможности и потенциальные опасности для развития Санкт-Петербурга. В качестве благоприятной возможности можно выделить улучшение правовой среды в России, благоприятные условия для внешних и внутренних инвестиций. Среди потенциальных угроз выделяется возможность перехода на закрытую модель экономики, а также ограничение импорта. К опасностям относится, в том числе, и формирование в России модели рынка со слиянием государственных и крупных корпоративных интересов, монополизация. Демографической сфере грозит проблема депопуляции; социальная среда характеризуется конфликтностью. Среди возможностей можно выделить увеличение мобильности и рост образовательного уровня населения.

Санкт-Петербург испытывает конкуренцию со стороны экономических центров: Ленинградской области и Москвы, которая также не уступает Северной столице в потоке иностранных инвестиций в экономику своего региона. Стоит отметить и рост экономической преступности. Он проявляется в высокой степени коррупции в регионе, увеличении числа взяток. Экономический кризис спровоцировал, в том числе, и рост теневой экономики, что можно проследить по таким фактам, как наличие официально незарегистрированных предприятий, производство услуг, запрещенных к реализации на территории страны, распространение тенденции скрытого производства, при которой заявленные размеры производства не всегда являются реальными с целью ухода от налогов (Сорокин, 2009. С. 45).

Итак, мы видим, что для развития города надо стараться улучшать условия жизни населения: обеспечивать людей рабочими местами, предоставлять качественные медицинские и образовательные услуги, достойное жилье, расширять возможности досугового сектора. Это неразрывно связано и с городской экономикой. Необходимо развивать диверсификацию экспорта, расширять рынки сбыта, развивать производство в России, стимулировать российских ученых, занимающихся передовыми технологиями, чтобы решить проблему технологической отсталости отечественных производителей. Это приведет к росту занятости и потребления товаров, к подъему качества жизни, а также к увеличению потока инвестиций в экономику города.

Список источников

1. Новиков, А.В. От порта до аэропорта. // Санкт-Петербургский журнал об инвестициях. – 2007. – № 2.
2. Сорокин, Н.Т. Факторы риска. // Берг-коллегия. – 2009. – № 6.
3. Официальный сайт Комитета по инвестициям и стратегическим проектам. Режим доступа: <http://st-petersburg.ru>.
4. Официальный сайт Комитета по инвестициям и стратегическим проектам. Режим доступа: <http://st-petersburg.ru/economics/investments/foreign>.

ПРОБЛЕМЫ ЦЕННОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ В ГОРОДАХ

Светлана Василенко

svetlana.karelia@gmail.com

1-й курс магистерской программы

«Государственное и муниципальное управление»

Статья подготовлена по результатам курсового исследования
Научный руководитель – к.э.н., доцент В. П. Кайсарова

ABSTRACT. The purpose of this paper is to examine value-based management. This study attempted to (1) examine public value, (2) analyze experience of foreign countries, (3) reveal the basic problems of application of value-based management in Russia.

С начала 1990-х гг. большинство методов менеджмента стали применяться и в стратегическом управлении городом. Данный процесс был обусловлен рядом причин, среди которых автор выделил следующие:

- сокращение объема финансовых ресурсов на трех уровнях власти: федеральном, региональном, муниципальном;
- формирование высоких ожиданий граждан от территории, на которых они проживают;
- высокая мобильность населения, рабочей силы, так как на сегодняшний день население выбирает то место проживания, которое позволяет полностью реализовать гражданам свои цели и интересы;
- повышение уровня ответственности органов городского управления.

В перспективе данные тенденции будут оказывать все большее влияние на управление городом. Помимо этого, существующая система управления городом абсолютно не отвечает требованиям современности, в частности

глобализации и конкуренции. Среди таких недостатков системы можно обозначить:

- целеполагание по принципу «лишь бы чего не случилось»;
- нацеленность на осуществление деятельности, а не на достижение результатов;
- преобладание в городском управлении планирования мероприятий, а не разработки порядка достижения результатов;
- непрозрачность и негибкость структуры;
- отсутствие ориентации на граждан;
- неясность, связанная с ресурсами (где их много? где их мало?);
- отсутствие оценки эффективности предоставления товаров и услуг горожанам;
- отсутствие механизма корректировки стратегии в результате изменения внешней среды.

Вышеперечисленные недостатки и проблемы способствуют поиску новых методов и идей в менеджменте города. Все большее распространение начинают получать подходы, основанные на идеях стратегического менеджмента, которые преобладают в деятельности крупных фирм и корпораций. Это связано с тем, что методы, применяемые коммерческими организациями, доказали свою эффективность и адаптивность к постоянно меняющимся условиям внешней среды. Одним из таких методов является ценностно-ориентированный подход. Основы ценностно-ориентированного менеджмента как управленческой концепции были сформулированы в трудах Т. Коллера, Т. Коупленда, Дж. Муррина, А. Раппопорта, Б. Стюарда.

Ценностно-ориентированный менеджмент, или управление стоимостью территории, можно определить как управленческий подход, в основе которого лежит создание ценности для заинтересованных лиц как основной цели города. Ценностно-ориентированный подход представляет собой совокупность инструментов, ориентированных на достижение глобальной цели любой производственной системы и постоянное повышение удовлетворенности заинтересованных сторон. В качестве базового аспекта подхода выступает взаимовлияние между применяемыми инструментами и результатами принятия решения:

- идентификация требований и ценностей заинтересованных сторон;
- идентификация требований к входам и выходам процесса принятия решения;
- определение ответственности и полномочий лиц, принимающих решения и их компетенций;
- формирование альтернатив, определение критериев принятия решения (*Стратегическое планирование...*).

С помощью ценностно-ориентированного менеджмента определяется связь ценностей всех заинтересованных сторон и разработка решений, удо-

влетворяющих всех. Это способствует тому, что происходит резкое снижение сопротивления заинтересованных лиц, а следовательно, повышение эффективности управления. Все действия в ценностно-ориентированном подходе начинаются с обсуждения и установления конечной цели (результата). На данном этапе создается идеальный образ, к которому стремятся заинтересованные лица. На пути к достижению цели могут возникать альтернативы в использовании тех или иных инструментов.

Общепризнанным успешным образцом внедрения системы сбалансированных показателей является город Шарлотт, входящий в штат Северная Каролина. Работу в данном направлении город начал еще в 1996 году, в период активных административных реформ государственного управления в Соединенных Штатах Америки. Основной целью внедрения системы целевых показателей стала возможность оценить стратегический план развития города, продемонстрировать успехи деятельности, а также видеть слабые места в управлении территорией. В данном направлении Администрация в качестве главного элемента системы выделила клиентскую составляющую, так как основным направлением деятельности публичных органов является удовлетворение потребностей заинтересованных лиц города. Основными стратегическими целями развития города были обозначены: Шарлотт – самый безопасный город в Америке; самый преуспевающий город для всех жителей; город с развитой транспортной инфраструктурой; город с благоприятной окружающей средой. После внедрения и адаптации данного метода в ходе мониторинга были получены следующие данные: количество преступлений на 100000 населения в 2009 году по сравнению с 2007 годом снизилось с 7,7 до 5,2; среднее время ожидания медицинской помощи – с 5,18 минут до 4,51; удовлетворенность работой полиции увеличилось с 73% до 81%; удовлетворенность качеством питьевой воды увеличилось с 72% до 100% (*City of Charlotte Budget & Evaluation...*). Положительная динамика указанных показателей обуславливается тем, что местные власти регулярно проводили мониторинг, в зависимости от их динамики корректировали принимаемые решения. Таким образом строилась обратная связь между властью и населением.

Опыт города Шарлотт стал основой для применения системы сбалансированных показателей и в российском городе Череповце Вологодской области. Необходимость внедрения системы сбалансированных показателей в Череповце была обоснована следующими причинами. Период глобальных перемен в стране на рубеже 1980 – 1990-х гг. совпал для города с наступлением периода «зрелости» и началом стагнации основных производств. Для изменения сложившейся практики управления предлагалось использовать иной подход, предполагающий наличие стратегии, системы для ее внедрения. Новая система управления городом предполагает согласованные действия всех членов городского сообщества: населения, представителей бизнеса и администрации города в достижении поставленных целей, выполнении взятых на себя добровольных обязательств. Для решения этих задач необходимо

было разработать стратегию и обеспечить ее выполнение путем внедрения новой системы управления городом.

С 1998 года в городе Череповце происходит постепенное внедрение и адаптация процессов стратегического управления, а именно, системы сбалансированных показателей. В результате активной работы была сформирована стратегическая карта развития города. В стратегической карте развития города Череповце были обозначены следующие цели: улучшение здоровья граждан, увеличение налоговых доходов бюджета, привлечение молодых квалифицированных кадров. Однако конкретные показатели оценки достижения указанных целей так и не были разработаны. Существующая методика оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления не позволяет оценить достижение заявленных целей. Стоит отметить, что в каждой стратегии города можно встретить такие цели, как повышение налоговой базы, улучшение здоровья граждан, повышение кадрового потенциала и т.д. Это не цели и не стратегические направления; это средства, с помощью которых мы можем способствовать достижению приоритетных направлений развития. Стоит подчеркнуть, что среди обозначенных стратегических направлений развития города Череповца не затрагиваются такие проблемы города, как реконструкция промышленных зон, устаревающие основные фонды заводов, необходимость переобучения граждан, потерявших основное место работы, экологическая ситуация, преступность.

На сегодняшний день существует практика того, что постановка целей действий происходит в качестве ответной реакции на появляющиеся в обществе проблемы. В данном случае управление становится неэффективным и способствует решению только краткосрочных задач. И именно в данной ситуации требуется методика достижения согласия по конкретным вопросам развития. Мнение граждан можно учитывать посредством уже существующих институтов демократии (в соответствии с Федеральным законом № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»): публичных слушаний, местных конференций, территориальных общественных собраний. Однако эффективность применения данных механизмов в нашей стране пока еще не совершенна, хотя если существует заинтересованность со стороны местных властей, то и система управления будет строиться в соответствии с новыми технологиями управления. В ходе осуществления данного механизма будут выделены основные проблемы развития территории – возможно, это будут проблемы, которые даже не замечали в высшем руководстве города.

Следующей слабой стороной управления является отсутствие статистических методик определения реализации стратегии. На сегодняшний день статистика представляет собой ограниченный набор показателей по муниципалитетам, среди которых можно выделить размер территорий, численность населения, занятость и заработная плата, объем промышленного производства, строительство, охрана окружающей среды и другие. Безусловно, спектр показателей очень широк, с его помощью возможно получить большой объем

информации о городе, о перспективах развития. Существует ряд проблем: большой временной лаг между представлением статистической информации и принятием решений; при этом представленная информация не всегда отражает реальную ситуацию в городе.

С 28 апреля 2008 года вступил в силу Указ Президента РФ «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов», который предполагает отчет территорий по 32 основным и 64 дополнительным показателям. Однако этот документ представляет собой отчет перед федеральными властями, а не реально действующий инструмент разработки и реализации стратегии. С помощью данного Указа возможно получить только количественные показатели развития, но не качественные. Для корректировки действий необходимы именно качественные показатели: степень удовлетворенности потребностей населения, уровень доверия, лояльности к публичным органам управления.

В данном случае можно предложить следующие инструменты, способствующие успешной оценке городского управления:

– проведение социологических опросов, в первую очередь, анкетирования представителей местного сообщества (руководителей предприятий и организаций, лидеров общественных организаций, представителей научной элиты) для выявления их видения социально-экономического развития территории; затем проведение публичных дискуссий по сценариям развития, а также наиболее актуальным для населения экономическим, экологическим и социальным проблемам, общественные слушания по проектам стратегии (данный метод уже активно применяется в городах Саратовской, Ульяновской и Оренбургской областях);

– использование социологических опросов для выявления удовлетворенности населения действиями органов местного самоуправления по предоставлению коммунальных услуг (данный метод сегодня применяется в городах Нижегородской, Пермской, Саратовской и Ульяновской областях).

С учетом данных возможностей можно получать информацию, на основе которой будут выявляться сферы, требующие наибольшего внимания, а также оценить, как повлияли финансовые вложения в ту или иную социальную сферу на ее развитие. Стоит обратить внимание и на преемственность и непрерывность процесса стратегического управления. В данном случае имеется в виду то, что смена руководящего состава не должна вести к изменению стратегических направлений, ведь в ходе выборов происходит смена руководящего состава, а не заинтересованных лиц города. Таким образом, система управления городом должна строиться в соответствии с видениями и миссией, при которых планы и мероприятия могут постоянно меняться и корректироваться – ведь ценности территории, подобно ценностям заинтересованных лиц, обладают признаками устойчивости, неизменности и стабильности.

Список источников

1. Федеральный закон РФ «О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития Российской Федерации» от 23.06.1995 г. № 115-ФЗ // Российская газета. – 1995. – 25 июня. № 164.
2. Федеральный закон РФ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ (в ред. ФЗ от 07.05.2009 г. № 90-ФЗ) // Российская газета. – 2003. – 8 окт. № 202; 2009. – 13 мая. № 84.
3. Указ Президента РФ «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов» от 28.04.2008 г. № 607 // Российская газета. – 2008. – 28 апр. № 114.
4. Городская целевая программа «Разработка стратегии развития города и внедрение системы стратегического управления городом». Электронный ресурс: Стратегическое планирование в городах и регионах России. – Режим доступа: <http://www.city-strategy.ru>. Дата обращения: 09.03.2011.
5. Стратегическое планирование в городах и регионах. Электронный ресурс: Стратегическое планирование в городах и регионах России. – Режим доступа: <http://www.city-strategy.ru>. Дата обращения: 07.03.2011.
6. City of Charlotte Budget & Evaluation FY2012 & FY2013 Recommended City Budget. Electronic resource: Budget & Evaluation. – Access Mode: <http://www.charmeck.org>. Date: 07.03.2011.
7. Jorgensen, T.B. Public values, their nature, stability and change. The case of Denmark // Public administration opinions quality (PAQ). Winter, 2007.
8. Sharma, P. Value based management. Electronic resource: Focused management. – Access Mode: <http://www.focusedmanagement.com>. Date: 26.01.2011.
9. Официальный сайт «Институт экономики города». Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.urbanecomomics.ru>.
10. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ НАУКОГРАДАМИ

Юлия Сергеева

yuliya_sergeeva@yahoo.com

5-й курс факультета менеджмента

Статья подготовлена по результатам курсового исследования
Научный руководитель – к.э.н., доцент Н. И. Цыпляева

ABSTRACT. The purpose of this paper is to examine aspects of the governmental management of the «knowledge-cities» of the Russian Federation. This study attempted to (1) study the place of the «knowledge-cities» in the innovative system of the state, (2) find out the purpose and problems of the «knowledge-cities» management, (3) analyze development programs, and (4) make suggestions to improve the situation.

Стратегическое развитие страны в постиндустриальную эпоху ориентировано на использование наукоемкого, инновационного процесса, содействие обществу, основанному на экономике знаний. Развитие экономики инновационного типа признается приоритетным направлением развития Российской Федерации. Об инновациях упоминает в своих Посланиях Президент, говорит на заседаниях Государственной Думы, обсуждают на местном уровне.

Наукограды – это города, в которых сосредоточен научный и инновационный потенциал России. Имея статус наукограда, город получает право на государственную поддержку в виде субвенций из федерального бюджета, становится привлекательным для инвесторов, развития бизнеса, науки и образования. Наукограды как поселения, градообразующим фактором которых послужил научно-производственный комплекс, зародились в СССР. Это были 30-е гг. прошлого столетия. Общемировой тенденцией строительство научных поселений стало на полтора-два десятилетия позже. Термин «наукоград» употребляется только в нашей стране, он возник в 1990-е гг.; за рубежом применяется название «технополис» или «технопарк». Особо следует выделить термин «knowledge-city», «город знаний», являющийся итогом развития концепции технопарков до глобальных масштабов. Термин подразумевает возможность превращения всех крупных городов в города, основанные на экономике знаний и формирующиеся под влиянием управления знаниями (Ergazakis, 2006. P. 76).

В настоящее время, согласно российскому законодательству, наукоград является муниципальным образованием со статусом городского округа, имеющим высокий научно-технический потенциал, обладающим градообразующим научно-производственным комплексом. Чтобы получить статус наукограда, научно-производственный комплекс муниципального образования должен отвечать следующим критериям:

- численность работающих в организациях научно-производственного комплекса должна составлять не менее 15 процентов численности работающих на территории данного муниципального образования;

- объем научно-технической продукции (соответствующей приоритетным направлениям развития науки, технологий и техники Российской Федерации) в стоимостном выражении должен составлять не менее 50 процентов общего объема продукции всех хозяйствующих субъектов, расположенных на территории данного муниципального образования, или стоимость основных фондов комплекса, фактически используемых при производстве научно-технической продукции, составлять не менее 50 процентов стоимости фактически используемых основных фондов всех хозяйствующих субъектов, расположенных на территории муниципального образования, за исключением жилищно-коммунальной и социальной сферы» (*Федеральный закон «О статусе наукограда...»*).

На сегодняшний день, статус наукограда Российской Федерации имеют 14 городов: Бийск, Дубна, Жуковский, Королев, Кольцово, Мичуринск, Обнинск, Петергоф, Протвино, Пущино, Реутов, Троицк, Фрязино, Черноголовка (Волчкова, 2009. С. 6). Но в России существует немалое количество территорий, которые по своей сути очень близки к наукоградом, но по тем или иным причинам не получили такого статуса. К ним относятся, в частности, академгородки, которые являются районами городов. Академгородки, согласно российскому законодательству, являются одним из видов технополисов, то есть наукоградов (*Закон РФ «О закрытом административно-территориальном образовании»...*). Также существуют засекреченные города и поселки, в которых имеется градообразующий научно-производственный комплекс. Они относятся к категории закрытых административно-территориальных образований (ЗАТО). В 1990-е гг. некоторые из них были рассекречены, но сейчас существует тенденция засекречивания части открытых поселений. ЗАТО и наукограды часто рассматриваются на различных конференциях вместе; при этом часто отмечается, что наукограды являются более перспективными образованиями, чем ЗАТО.

Существуют особые законы о наукоградах, регулирующие порядок рассмотрения предложений о присвоении муниципальному образованию статуса наукограда, порядок предоставления субвенций из федерального бюджета, правила предоставления межбюджетных трансфертов из федерального бюджета наукоградом.

Чтобы стать инновационным центром государства, в наукограде должны быть прочные взаимосвязи науки, образования и инноваций. Очевидна тесная взаимосвязь науки и образования. Их взаимодействие происходит постоянно и имеет свои традиции. Новым в данной схеме является введение инновационной системы в устоявшийся тандем наука-образование. В XXI веке инновации катализируют процессы, происходящие в науке и производстве, и нацеливают их на нужды экономики и производства. Инновационная система, являясь частью как науки, так и производства, обеспечивает их взаимосвязь. Знания ориентированы на экономический результат, образование – на потребности рынка труда (Жихаревич, 2008. С. 22). Инновационное развитие наукограда подразумевает создание на его территории инновационных субъектов. Это могут быть особые экономические зоны, бизнес-инкубаторы, технопарки. При управлении развитием наукоградов важно обратить внимание на развитие перечисленных выше объектов на их территории.

Управление наукоградом как городскими округом осуществляется федеральными органами государственной власти, органами власти субъектов Российской Федерации и органами местной власти. Федеральные органы государственной власти и органы власти субъектов Российской Федерации, помимо решения вопросов, традиционно находящихся в их компетенции (вопросы государственного и регионального значения), должны участвовать в формировании программ социально-экономического развития наукоградов.

До 2004 года в законодательстве о наукоградах важным моментом было признание необходимости сотрудничества всех трех уровней власти. В идеале к процессу управления развитием наукоградов подключаются также руководители предприятий, связанных с научно-производственным комплексом муниципального образования. Принятие поправок в 2004 году привело к утрате программного принципа и прекращении сотрудничества властей. Это произошло вследствие исключения положения о программе развития наукограда Российской Федерации из Федерального закона от 7 апреля 1999 г. № 70-ФЗ «О статусе наукограда Российской Федерации». К негативным изменениям можно отнести также то, что процедура наделения наукограда статусом упростилась – начиная с 2005 года наукограды вправе наделяться статусом не на 25 лет, как было раньше, а лишь на 5 лет.

С целью совместного решения вопросов, связанных с деятельностью наукоградов, функционирует некоммерческое партнерство «Союз развития наукоградов России». В члены Союза входят, помимо статусных наукоградов, некоторые ЗАТО, а также ряд организаций, предприятий и университетов. Союз вырабатывает основы государственной политики в отношении наукоградов.

Муниципальное управление в наукоградах предполагает инновационный характер, основанный на принципе корпоративного управления. Органы местного самоуправления сотрудничают с научными организациями, бизнесом, руководителями градообразующих предприятий, жителями, инвесторами и общественными организациями. К компетенции органов местного самоуправления наукограда относится принятие планов и программ социально-экономического развития наукоградов. Кроме законодательной и исполнительной местной власти в наукоградах осуществляется и консультативная власть, осуществляемая советом. Названия различны: городской научно-технический совет (Обнинск, Протвино, Жуковский, Дубна) совет научного центра (Троицк), городской координационный совет (Королев). Решения данного органа носят рекомендательный характер. Полномочия совета определяются в Уставе наукограда.

При управлении развитием наукоградов важно учитывать их особенности: большая концентрация высококвалифицированных кадров; специализация на конкретных видах производства или услуг; большой процент занятых на государственных научно-производственных предприятиях; связь экономики городов с государственной политикой; направленность деятельности предприятий научно-производственного комплекса наукоградов на научные исследования; стремление к перемещению и высокая мотивация к творческой деятельности большинства населения наукограда; сохранение, формирование и развитие научно-производственных комплексов, а также использование их в новых экономических отношениях (*О состоянии государственной политики о наукоградах...*).

В процессе управления должны быть достигнуты следующие цели: повышение уровня и качества жизни жителей наукоградов; развитие экономики

инновационного типа; переход наукоградов в режим устойчивого социально-экономического развития, то есть интегрирующего усилия на достижение экономической эффективности, социальной справедливости и экологической безопасности; сохранение, воспроизводство и накопление интеллектуального и научно-технического потенциала.

Экономическую основу развития наукограда, на которую ориентируются в процессе управления, составляют предприятия научно-производственного комплекса; объекты государственной, муниципальной, частной и другой видов собственности, находящиеся на территории муниципального образования; местный бюджет; интеллектуальные ресурсы; имущественные права наукоградов. Планирование составляет важную часть управления городом. Цель планирования – удовлетворение интересов местного общества и эффективное распределение ресурсов. Стратегическое планирование формализуется в программах социально-экономического развития. Программы служат основой для бюджетного обеспечения и направления деятельности органов государственной и муниципальной власти. Особенностью управления программами социально-экономического развития наукоградов является создание Наблюдательного совета программы. Он занимается координацией деятельности исполнительных органов государственной власти, органов местного самоуправления, научных и промышленных организаций по реализации программы.

Рассмотрим реализацию программы социально-экономического развития в наукограде Дубна. Дубна получила статус наукограда в 2001 году согласно Указу Президента. Была разработана программа социально-экономического развития города как наукограда на 2001-2006 гг. Основные цели программы были сформулированы следующим образом: обеспечение устойчивого бездотационного развития Дубны, достижение лидирующего положения в мире в области фундаментальных научных исследований и формировании современной ракетной техники, изучение и воплощение в жизнь новых технологий, создание базы высококвалифицированных кадров по важнейшим научно-техническим направлениям. К основным мероприятиям программы относились окончание перестройки научно-производственного комплекса, улучшение инфраструктуры инновационной активности, осуществление инновационных проектов, формирование приемлемого климата в сфере инвестиций, развития научно-производственных предприятий и др. Источниками финансирования послужили Федеральный бюджет, бюджет Московской области, бюджет г. Дубны, внебюджетные источники (*Указ Президента РФ «Программа (основные направления) развития г. Дубны...»*).

Программа в процессе и после ее реализации подверглась критике в средствах массовой информации. В ней, по мнению экспертов, отсутствовало точное формулирование целей, задач, описание конкретных мероприятий. Также в ней не было проанализировано текущее состояние экономики города, не поставлены проблемы и пути их решения. Таким образом, программа

имела декларативный характер, принималась без участия жителей города, их объединений, научной общественности, специалистов по инновационным проектам. Юристы утверждают, что программа развития города Дубна как наукограда не имеет технико-экономической базы, описания объемов и источников финансирования по годам, поэтому она не является основанием для выдачи субвенций из федерального и областного бюджетов. Финансирование осуществлялось с многочисленными нарушениями. В обход законодательства финансирование не было утверждено Советом депутатов и не контролировалось представительным органом МСУ. Внебюджетные источники на финансовое обеспечение программных проектов были привлечены без соблюдения установленного порядка. Администрация города не создала главный документ, согласно которому по Бюджетному Кодексу РФ можно было претендовать на деньги из федерального бюджета, не было представлено точное количество финансирования мероприятий, осуществляемых в рамках программы за счет бюджетов различных уровней.

В результате Дубна не вышла на бездотационное развитие, финансируется субсидиями из вышестоящих бюджетов. Без ведома Правительства Московской области был создан орган по осуществлению Программы – муниципальное унитарное предприятие «Дирекция программы развития наукограда Дубна». Предприятие занималось коммерческой деятельностью по извлечению прибыли из бюджетных средств, которые были выделены на программу. Осуществлялось проведение недействительных конкурсов, в которых результат известен заранее, так как их правила установлены с целью выигрыша самих организаторов (*Воронин, 2006*). Таким образом, можно сделать вывод о слабости федеральных и региональных властей и их подверженности давлению лоббистов, которые способны добиться не полагающихся им по закону льгот и привилегий.

Местные власти города получают достаточно много денег в качестве поддержки, но их расходование осуществляется не в рамках закона, а в интересах имеющих властные полномочия лиц. В отчете глава города отмечает только положительные стороны развития, его заключения имеют самый общий характер. Для эффективного управления городом Дубна нужно более активное участие Наблюдательного совета Программы, а также научно-технического совета, которые пока имеют малый вес в распределении бюджетных средств. Также следует отметить, что Наблюдательный совет был создан через 6 месяцев после присвоения городу Дубна статуса наукограда, поэтому контроль реализации программы с самого начала не осуществлялся, многие проекты были утверждены без участия совета.

В настоящее время происходит исполнение программы социально-экономического развития города Дубны на 2007-2011 гг. Можно предположить, что подход к ее реализации остался таким же, так как руководство не сменилось, никаких санкций за нецелевое расходование средств не было применено. Программа развития на 2001-2006 гг. была составлена небезупречно, но Устав города, Положение о Наблюдательном Совете, Положение

о научно-техническом совете можно назвать положительными актами. В них изложены очень хорошие инициативы, подразумевающие контроль за исполнением программы со стороны научного сообщества, населения города. Но все это остается в теории. Наукограды – это показатель современного подхода к распределению средств, при этом именно наукоградам оказывается государственная поддержка, и государственные средства становятся предметом злоупотребления властью на местном уровне.

Государство должно осознать, что управление наукоградами призвано стать положительным примером для других городов, стимулом для создания в них своих собственных инновационных объектов. Одним из решений являются кадровые перестановки. Кроме того, на вооружении государства должна быть активизация деятельности советов, существующих в рамках наукограда. Все предпосылки для хорошего функционирования наукограда существуют. Однако работа по составлению программных документов проводится местными властями небрежно, они больше увлечены извлечением прибыли для себя. Получается, что на государственном уровне все действия властей по составлению планов развития наукоградов верны, но они оказываются невыполненными на местном уровне. К тому же, взаимодействие властей находится на невысоком уровне вследствие принятия законов, тормозящих развитие наукоградов. В области развития и совершенствования местной власти предстоит еще долгая работа.

Список источников

1. Федеральный закон РФ «О статусе наукограда Российской Федерации» от 07.04.99 г. № 70-ФЗ // Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
2. Закон РФ «О закрытом административно-территориальном образовании» от 14.07.92 г. № 3297-1 // Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
3. Указ Президента РФ «Программа (основные направления) развития г. Дубны как наукограда Российской Федерации на 2001-2006 гг.» от 20.12.2001 г. N1472 // Российская газета. – 2001. – № 250 (2862).
4. Волчкова, Н.В. Инновационное развитие секвестировали // Terra Sapiens. – 2009. – № 1(8). – С. 6.
5. Воронин, Ю.М. Отчет о результатах проверки финансового обеспечения развития г. Дубны Московской области как наукограда РФ / Воронин Ю.М., Рябухин С.М. Электронный ресурс: Отчет о результатах проверки финансового обеспечения развития г. Дубны Московской области как наукограда РФ. 2006. – Режим доступа: <http://kid-2003.narod.ru>. Дата обращения: 15.11.2009.
6. Жихаревич, Б.С. Стратегия развития комплекса «наука – образование – инновации» Северо-Западного федерального округа России: цели, проблемы и перспективы разработки. // Экономика и управление. – 2008. – № 6(38).
7. О состоянии государственной политики о наукоградах и направлениях ее развития / под общ. ред. Г.К. Сафаралиева. Электронный ресурс: Инновации и предпринимательства. – Режим доступа: <http://www.innovbusiness.ru>. Дата обращения: 15.11.2009.
8. Ergazakis, K. Knowledge cities: the answer to the needs of knowledge-based development / K. Ergazakis, K. Metaxiotis, J. Psarras. // The journal of information and knowledge management systems . – 2006. – Vol. 36. – № 1

НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ УПРАВЛЕНИЯ

ТВОРЧЕСКИЕ ИНДУСТРИИ КИТАЯ: ОСНОВНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ СОЦИАЛЬНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Надежда Бойцова

3-й курс факультета менеджмента

Марина Матецкая

к.э.н., доцент кафедры менеджмента
НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург

Рецензия на статью подготовлена в рамках научно-учебной группы
«Инновационные формы взаимодействия культурного
наследия и творческих индустрий»

ABSTRACT. This article presents the creative industries description and analysis of Chinese model features in the frame of creative industries development. The core idea of the article is to do theoretical attempt of Chinese model adaptation to Russian national creative industries development.

Статья Майкла Кина (*Keane, 2009*), известного ученого из Технологического университета Квинсленда (Австралия), одного из ведущих экспертов в мире в сфере экономики творческих отраслей, выбрана в качестве рецензируемой в силу ряда причин.

Во-первых, тема творческих индустрий сейчас стала модной в научной и околонаучной среде, и термины «творческие индустрии», «креативность», модели «креативной экономики» применяются в самых разных контекстах. Ряд исследователей подчеркивает экономическое значение креативных отраслей экономики, использующих творческий труд в качестве основного ресурса; кроме того, использование творческого труда и технологических достижений часто служит основанием для связи данных отраслей с инновационными процессами. Рассматривается роль отраслей творческого содержания в развитии городов, в планировании территории. Оценивается роль данного сектора с позиций занятости и в формировании рынка труда. Также интересна связь сектора творческих индустрий с традиционным сектором культуры и искусства, пересмотр направлений культурной и социальной политики в разных странах в связи с расширением понятий «культурные отрасли». По мере включения указанных терминов в научный и общественный оборот возникает все больше вопросов о реальной ценности данной концепции для экономического и социального развития общества в России (*Зеленцова, 2010* и др.).

Во-вторых, в статье М. Кина раскрыты особенности китайской модели развития творческих индустрий, показан китайский опыт освоения западной концепции творческих индустрий, а также процесс создания культурной политики с учетом интеграции оригинальных западных идей и национальных ценностей и стратегий развития. Данный аспект рассмотрения проблемы развития моделей творческих индустрий и формирования адекватной культурной политики чрезвычайно актуален и для России. Развитие творческих индустрий связано с освоением глобальных рынков, и Китаю в настоящее время удается сохранять достаточно высокую долю экспорта творческих товаров, сохраняя и распространяя как современное искусство, так и национальное культурное наследие.

Так, автор подчеркивает, что за последние несколько лет китайское руководство сменило методы управления на более мягкие, делая акцент не только на экономическое и социальное развитие страны, но и на развитие международных отношений. Концепция «мягкой власти» (*ruan shili*) приняла статус национальной пропаганды: Китай старается добиться мирового признания благодаря своим собственным идеям. И для решения этой задачи развитие творческих отраслей, создание собственного контента, брендов и т.д., укрепление на рынках символической продукции имеют первостепенное значение.

М. Кин обращает внимание на то, что концепции «нации новаторов» и «собственных инноваций» в настоящее время бурно развиваются во многих научных центрах Китая. Изначально инновации были связаны прежде всего с научно-техническим прогрессом (пример тому – «космический эксперимент» в 2003 году). Китай старался максимально освободиться от зависимости от Запада, именно поэтому инновации стремительно развивались, но параллельно с этим происходило и «культурное развитие» (Keane, 2009. С. 435). С. Фуллер назвал это «первой глобальной политической идеей фикс» (Fuller, 2007. Р. 103). Тем не менее, связь между «культурным развитием», «инновациями» и «креативностью» остается нерешенным политическим вопросом до сих пор. Для многих государственных компаний процесс перехода к предпринимательству является довольно сложным, так как требуются изменения в стиле управления и готовность пойти на риск.

В-третьих, данная статья представляет несомненный интерес с точки зрения развития теории и методологии изучения творческого сектора. Прежде всего, стоит определиться с понятием «творческие индустрии», которое быстро вошло в широкий оборот в России, как и во всем мире, но тем не менее четко нигде не определено у нас. «Творческие индустрии» – дословный перевод с английского «creative industries». Проблема состоит в том, что по-русски «индустрия» воспринимается иначе, чем по-английски: там этот термин означает любую отрасль, у нас – промышленность. Поэтому, когда мы используем кальку английского перевода, получается искажение смысла. Правильно ли внедрять в наш язык «креативные промышленности», может быть, лучше говорить о креативных отраслях? Еще больше вопросов возни-

кает в связи с использованием термина «креативность» – часто он ассоциируется с творческим началом, уникальными навыками, инновациями и т.д. Оригинальное западное определение креативности было дано с целью подчеркнуть индивидуальность производителя, его уникальные навыки, умения, идеи в процессе труда, склонность к предпринимательству, готовность к освоению нового знания, принять риски, подчеркивается творческий (не-стандартный) подход к выполнению задач.

Так что же меняют творческие индустрии в жизни людей? Каковы направления социальных преобразований, которые переживает современный Китай, выбравший модель экономического роста, основанную на развитии творческих отраслей?

В статье автор ставит интересный вопрос, с какой метафорой может ассоциироваться модель развития, основанная на использовании творческих индустрий для Китая – «троянский конь» или «возродившийся феникс». И вопрос этот актуален не только для Китая, но и для всех развивающихся стран, которые так или иначе интегрируют идеи творческих индустрий в программы социально-экономического развития.

Динамичный рост, который демонстрируют творческие отрасли в Китае, подтверждает эффективность выбора их в качестве стратегического направления развития. И это касается не только экономического вклада отраслей в региональное развитие (доля творческих отраслей составляет 2,5% в ВВП, Китай занимает первое место по экспорту творческой продукции в мире (*UNCTAD, 2010*)), но и изменений в социальной сфере, в частности, в поведении людей, которые становятся более свободными, открытыми и рыночно ориентированными.

Автор обращает внимание на то, что культурные индустрии в Китае характеризуются смешанным характером. С одной точки зрения, они были традиционными, консервативными, зависимыми и управляемыми государством и заскорузлыми, сосредоточенными на традиционном производстве и туризме. С другой стороны, они стремились стать чем-то более свободным от политики, влиться в новый век средств массовых коммуникаций (*Keane, 2009. С. 437*). Несмотря на это, понятие «творческая свобода» остается спорным и проблемным понятием для Китая. Креативные отрасли требуют «творческого пространства» для деятельности – не только мастерских и студий, но и рыночного пространства. Кроме этого необходим такой важный элемент производственной цепочки, как творческая, интеллектуальная и предпринимательская среда, желание экспериментировать с новыми идеями, конкурентоспособные кооперации между бизнес-группами, быстрое изучение и применение успешных идей.

Концепция творческих индустрий – это свод западных идей, ведущих начало от идей либералов в Великобритании о значительной роли творческих профессий на рынке труда и значительном влиянии на развитие всех сфер экономики, далее нашедших широкое применение в североамериканских странах и по всей Европе в связи с урбанистическим подходом, получившего

самое активное развитие в Австралии. Но успех применения данной концепции в указанных странах во многом стал возможен благодаря культурному и социальному контексту стран, особенностям их политического устройства, а именно, принципам индивидуализма, либерализма и свободы предпринимательства и творчества. В странах, где культурные традиции базируются на иных принципах (коллективизма, сильного влияния идеологии, как в Китае), применение концепции творческих индустрий сопряжено с рядом серьезных трудностей, трансформацией институтов, общественного сознания, организационной перестройкой экономики. Поэтому метафора «тройного коня» вполне применима к сфере творческих индустрий как подчеркивающая неоднозначность и непредсказуемость происходящих перемен в обществе в связи с освоением западной модели творческих индустрий.

Все сказанное очень верно и для России, ведь импорт концепции творческих индустрий предполагает не просто копирование понятий, управленческих практик в сфере традиционной культуры и смежных отраслей (т.н. творческих индустрий), но и адаптацию данной идеи к существующим нормам социально-экономического развития. Исследователи подчеркивают, что значение сектора творческих индустрий во всем мире рассматривается не только в связи с повышением роли данных отраслей в экономическом развитии, но и способствует социальным инновациям в обществе (Зеленцова, 2010).

Итак, в статье автор последовательно раскрывает четыре тезиса о влиянии концепции творческих индустрий на социально-экономическое устройство Китая.

1) Идея творческих индустрий, в основе которой лежит понятие индивидуальной «креативности», сама по себе не является естественной для Китая. Художественное творчество здесь тоже является объектом государственной цензуры и контроля.

2) Идею «творческих индустрий» (creative industries) принципиально неправильно поняли в Китае. Под «творческими отраслями» было понято скорее то, что лучше было бы обозначить как отрасли культуры (cultural industries), так как культурные традиции оказывают огромное влияние на политические процессы в Китае.

До сих пор в Китае в употреблении находятся два термина: «культурные отрасли» и «творческие отрасли». Разница понятий «культурных» и «творческих» индустрий заключается в том, что «культурные» отрасли обозначают индустриализацию культуры, «креативные» делают упор на творческие качества и индивидуальные способности людей и призваны показать влияние творческого труда на экономику в целом.

Творческие (креативные) индустрии обозначают отрасли промышленности, основанные на способностях, таланте и индивидуальных творческих способностях людей. Кроме того, это также отрасли, обладающие потенциалом к генерированию дохода и созданию рабочих мест благодаря использованию интеллектуальной собственности. (DCMS, 1998).

В целях культурной политики в Китае используется термин «культурные индустрии (отрасли)». Интересным является тот факт, что государственный перечень основных отраслей культуры в Китае включает в себя журналистику, издательское дело, аудиовизуальные и электронные издания, радио, телевидение, кино, исполнительское искусство, художественные выставки, культурное наследие (памятники, архитектура), музеи, библиотеки, архивы, массовые праздники и события, культурные центры. (Keane, 2009. С. 435). В определении отраслей культуры подчеркивается их значение и направленность на людей, общество. В этом смысле неудивительно, что большинство из творческих индустрий, развиваемых в Китае, связано со средствами массовой коммуникации. Идеологический компонент присутствует во всех перечисленных творческих отраслях, большинство из них находятся в государственной собственности.

Креативные индустрии оказывают гармонизирующий эффект на общество, они дают толчок общему социальному и экономическому развитию. Основой успеха многих современных городов и государств является создание креативного сообщества – сообщества перехода от материальных ресурсов к людям как главной движущей экономической и социального прогресса, то есть к созданию именно креативных отраслей «от людей и для людей». Креативное сообщество должно быть максимально открытым.

В Китае традиции являются основой культуры. Чем больше вещи меняются, тем больше они остаются прежними. Очень важно понять, насколько важна традиция для китайских людей, и насколько правительство понимает масштаб влияния традиций на экономику.

Эта тема чрезвычайно важна и для России. Отказавшись от жесткого контроля над сферой культурного производства и диссеминации культурных ценностей, на сегодняшний момент Россия потеряла четкую линию культурной политики. Не сформулирована национальная идея, культура не рассматривается как стратегическая сфера (например, культура как фактор развития исключена из концепции социально-экономического развития до 2020). В условиях обостряющейся конкуренции на рынке символической продукции, где основной вклад принадлежит культурным отраслям, такая позиция государства не может считаться эффективной.

В Китае культурные отрасли считаются стратегическими и инновационными, и на их основе строится новая модель экономического развития. Пришло время изменить модель «развития Китая», экономика которого долгое время росла за счет тяжелейшей работы для западных производителей на заводах, построенных в Китае. Люди зарабатывают гроши кровью и потом, а основной капитал уходит за границу.

Креативные индустрии помогают добиться взаимопонимания между людьми, вывести экономику страны на более высокий, развитый уровень, укрепить в сознании людей мысль о том, что они могут добиться чего-то сами. Китай может получить большое уважение в мире, китайские товары

больше не будут восприниматься как что-то массовое, обезличенное, плохого качества.

Два заключительных тезиса автора дают оценку существующей ситуации развития творческих индустрий в Китае и некоторые перспективные направления развития китайской модели креативной экономики.

3) Креативные индустрии будут развиваться в Китае несмотря на то что они всегда были управляемы представителями партии, и таким образом, опровергнут внешние позитивные эффекты, связанные со свободой деятелей культуры на Западе.

4) Творческие индустрии действительно меняют Китай, это институциональные изменения фундаментального характера и имеющие региональную специфику.

Список источников

1. Зеленцова, Е., Гладких, Н. Творческие индустрии: от теории к практике. – М.: Классика XXI, 2010.
2. DCMS, Creative industries mapping document. 1998.
3. Fuller, S. Creativity in an Orwellian key: a sceptic's guide to the post-sociological imaginary. In: A. Sales and M. Fournier, eds. Knowledge, communication and creativity. – London, 2007.
4. Keane, M. Creative industries in China: four perspectives on social transformation. // International Journal of Cultural Policy. – 15. – 4. – 2009.
5. UNCTAD, 2008. Creative economy report. Berne: UNESCO.
6. UNCTAD, 2010. Creative economy report. Berne: UNESCO.
7. Официальный сайт Департамента культуры, медиа и спорта г. Лондона. Режим доступа: <http://www.culture.gov.uk>.

ФЕСТИВАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА)

Ольга Севостьянова
s.olga_06@mail.ru

5-й курс факультета менеджмента

Статья подготовлена по результатам
выпускной квалификационной работы
Научный руководитель – к.э.н., доцент Н. Б. Матецкая

ABSTRACT. This article is dedicated to describing the widespread activities of cultural tourism. The study attempted to identify the role of cultural tourism as major factor for the city development, to describe the cultural component of the tourist programs on example of the festival activities, which is an attractive event for tourists.

Культура представляет собой сложное общественное явление, в котором концентрируется широкий круг сторон жизнедеятельности человека: творчество, коммуникации, экономика, искусство, политика, управление и др. Поэтому, несмотря на постоянный интерес исследователей разных областей науки, культуры, менеджмента и управления, очень сложно дать конкретное и универсальное определение данному понятию. Сфера культуры как элемент общественного развития имеет собственный экономический потенциал, который непосредственно, а также через другие общественные институты влияет на экономические и социальные процессы. Культура является достаточно привлекательной сферой для инвестирования, имеет свои автономно функционирующие рынки, постоянно создает рабочие места. К тому же, накапливая базовые ценности общества, данная сфера является основой для формирования экономических институтов, как коммерческих, так и государственных. Сфера культуры играет и социально значимую роль, так как моделирует социальное поведение, помогает раскрыть творческий потенциал, интеллектуально, эмоционально и духовно развивает общество.

В терминах рыночной экономики результаты творческого труда, а также технологии их потребления или использования можно рассматривать как услуги, предоставляемые в сфере культуры, и, следовательно, рассматривать их как с точки зрения потребителя, так и со стороны, которая предоставляет эти услуги. Как правило, это деятельность носит некоммерческий характер, однако как для потребителя она должна иметь общественную, в том числе денежную оценку, так и для производителя (автора) выражается в достаточно конкретных материальных и финансовых затратах. Главная особенность управления в этой сфере заключается в необходимости формирования баланса интересов коммерческого и некоммерческого характера.

Сферу культуры региона или крупного мегаполиса представляют, с одной стороны, совокупность организаций и учреждений культуры разных форм собственности, и, с другой стороны, совокупность мероприятий, программ и проектов, которые реализуются в регионе. Традиционно организации и учреждения культуры являются некоммерческими государственными организациями и финансируются за счет бюджета (регионального или федерального в зависимости от ведомственной принадлежности), что не исключает возможности спонсорства, благотворительности и других форм финансовой поддержки конкретных культурных проектов и программ.

Финансирование конкретных программ, культурных проектов и мероприятий осуществляется преимущественно в форме целевого финансирования из бюджетов разного уровня, а также широкого привлечения негосударственных ресурсов, в том числе спонсорских взносов, грантов, средств благотворительных фондов, фондов поддержки и др.

Сфера культуры для экономики Санкт-Петербурга является фактором перспективного развития и может играть решающую роль не только при выборе стратегий развития городской инфраструктуры, размещении сети культурно-развлекательных объектов, но также является основным фактором и

ведущим звеном вхождения Санкт-Петербурга в систему международного культурного туризма как крупнейшего в России центра искусства, творчества и культуры, поскольку город обладает богатым историко-культурным наследием, привлекающим каждый год миллионы туристов. Целью культурной политики Петербурга является обеспечение доступности культурных услуг, их разнообразия и высокого качества, а также возможности для развития творческого потенциала личности (*Официальный сайт Комитета...*).

Культурная составляющая является основным звеном в туристических программах, и это свидетельствует о том, что именно культурная сфера оказывает основное воздействие на развитие культурного потенциала города и туризма в различных формах и проявлениях. Предоставление услуг культурного туризма может фокусироваться на целевую категорию потребителей, а именно на туристов, основной целью приезда которых является посещение определенных мероприятий или событий. Например, Петербург из года в год посещают поклонники оперы, знатоки узких направлений прикладного искусства, для которых специально организуются программы, встречи со специалистами в данных областях.

Но, несмотря на возможность реализации таких узкоспециализированных интересов, основная часть туристов приезжает для общего ознакомления с культурным наследием Петербурга, что становится – или должно становиться – причиной повторного приезда в город для подробного знакомства с определенным направлением культуры или искусства. Таким образом, формируется устойчивая потребность в услугах сферы культуры и туристической отрасли Санкт-Петербурга. Приезжая в город снова и снова, туристы действуют в основном целенаправленно, так как они заинтересованы в более подробном ознакомлении с искусством определенных творцов (художников, архитекторов, музыкантов и т.д.) или в более глубоком осмотре каких-либо объектов культурного наследия, а также в непосредственном участии в культурных программах и проектах.

Рассматривая культурный туризм как фактор развития региона, мы остановимся на одном из универсальных видов культурных мероприятий, собирающих большую аудиторию участников и зрителей, – на фестивальной деятельности, которая также является привлекательным событием для множества туристов. Помимо профессиональных целей (привлечение внимания к неизвестным творческим коллективам и проектам, создание особой площадки для общения заинтересованных лиц, обмен творческими идеями, уроки мастерства и т.п.), которые стоят перед организаторами фестивалей, существует еще один мотив, а именно создание нового культурного продукта, который в дальнейшем будет интересен для туристов, и, следовательно, будет способствовать развитию туристического бизнеса. Фестивальная деятельность может приобретать и международный характер: очень часто турфирмы включают в культурную программу посещение фестивальных и выставочных мероприятий. Таким образом, осуществляется импорт куль-

турных продуктов, что позволяет туристам приобретать дополнительные впечатления. Ежегодно в Санкт-Петербурге организуется множество фестивалей по самым разным направлениям творчества: музыкальные, хореографические, театральные, мемориальные, кино и телевидение, мода и дизайн, фотография, анимация и др., в ходе которых проводятся обучающие семинары, выставки, конференции, форумы, мастер-классы и другие мероприятия.

Проанализируем подробнее особенности организации фестивалей как формы организации культурной жизни города и как объекта государственного регулирования, рассмотрев фестиваль как объект государственного регулирования, и выделим основные направления: финансирование, организация, информационное сопровождение. В 2009 году было проведено 319 фестивалей и конкурсов. За 2010 год их количество возросло на 11% и составило 355 фестивалей и конкурсов. Интересным является факт зависимости фестивальной активности от времени года: в период с января по июнь количество фестивалей и конкурсов стремительно растет, хотя январь, февраль и март являются моментами относительного «затишья». Начиная с апреля, культурная жизнь набирает обороты, и в мае-июне наблюдается резкий скачок. Август становится месяцем спада, а осенью количество фестивалей и конкурсов традиционно возрастает, и пик приходится на ноябрь. Таким образом, июнь считается месяцем максимальной фестивальной активности: в 2010 году в этом месяце было проведено 50, а в 2009 году 46 мероприятий. Из года в год фестивальная деятельность становится популярнее, однако, как видно из приведенных выше данных, зимний период является не самым привлекательным для проведения крупных проектов в форме фестивалей и конкурсов. Поэтому при подготовке календарного плана следует акцентировать внимание органов власти города на проблему «белых пятен» в событийном ряду культурной жизни Санкт-Петербурга.

Очень важным фактором является статус фестиваля, который зависит от поддержки и участия других организаций, спонсоров и приглашенных высокопоставленных гостей – таких как, например, Общероссийская танцевальная организация (ОРТО), Союз театральных деятелей, ЮНЕСКО и др. Если подобные организации будут осуществлять поддержку фестиваля, то интерес СМИ гарантирован, следовательно, посещаемость и информированность населения будут повышаться. Привлечение важных гостей и профессиональных творческих организаций повышает заинтересованность потенциальных коллективов-участников в участии в программе фестиваля, так как дипломы, грамоты и другие знаки отличия, полученные на фестивале, проходящем под эгидой крупных международных организаций, имеют ощутимые преимущества при оценке профессионального мастерства.

Важным фактором роста привлекательности фестивалей для потенциальных зрителей и участников является создание узнаваемого имиджа фестиваля, что обеспечивается стабильной периодичностью и рекламной узнаваемостью мероприятия. В этом случае также проявляется эффект так назы-

ваемого «сарафанного радио»: проведение фестиваля регулярно из года в год, способствует росту его популярности и присутствия на концертах не только коллективов-участников и их «групп поддержки», но и зрителей со стороны.

Одним из важнейших факторов развития фестивальной деятельности является совершенствование механизмов финансирования и организационного сопровождения мероприятий, проводимых в рамках каждого конкретного фестиваля. Бюджет фестиваля, как правило, формируется из членских взносов участников, спонсорских взносов, благотворительных взносов и финансовой поддержки со стороны государственных органов. Как правило, привлечение спонсорских средств проводится путем использования личных связей и профессионального авторитета организаторов фестиваля. Обычно спонсорство осуществляется в виде скидок на продукцию спонсора в обмен на рекламу фирмы-спонсора, размещаемую на фестивале. Например, пивной фестиваль, традиционно проводимый в Санкт-Петербурге, сопровождается рекламой спонсоров на вывесках и баннерах на территории проведения фестиваля в обмен на сниженные цены на снеки к пиву. Это самый распространенный вид спонсорства – бартер «реклама – продукция».

В то же время, наиболее значимым и реально доступным источником финансовых средств, необходимых для организации и финансирования фестивальных мероприятий являются бюджетные средства региона, в частности, города Санкт-Петербурга. Согласно Плану реализации Концепции развития культуры Санкт-Петербурга, Комитетом по культуре в 2007 году принято решение о распределении части бюджетного финансирования между учреждениями культуры на конкурсной основе по конкретным проектам и программам. Так, например, на 2011 год конкурсный отбор осуществляется экспертной комиссией по проведению конкурсного отбора, создаваемой Комитетом по культуре не позднее 21 января 2011 года. Решение о предоставлении субсидий утверждается распоряжением Комитета. Основными критериями отбора проектов для финансирования из бюджета Санкт-Петербурга являются:

- соответствие приоритетным направлениям городской культурной политики;
- инновационность проекта;
- уровень профессиональной квалификации участников проекта;
- наличие кадровых ресурсов у творческих коллективов для успешной реализации проектов.

Информация о результатах конкурсного отбора размещается на официальном сайте Комитета по культуре в семидневный срок после издания Комитетом распоряжения об утверждении решения экспертной комиссии о победителях конкурсного отбора и предоставлении субсидий.

Фестивали подают заявки на получение субсидии на возмещение затрат (полиграфия, свет, звук и т.д.). Обычно возмещение производится в

размере до 100% от общих затрат на обозначенные выше услуги (в денежном выражении – до 1 млн рублей). Максимальная сумма, которая была выделена за это время составила 1,2 млн рублей на проведение фестиваля «Петербургская музыкальная весна».

Рассмотрение заявки занимает на практике не менее 2 месяцев. В случае удовлетворения заявки на получение субсидии, организация, которая занимается проведением фестиваля, подписывает договор с Комитетом по культуре на каждый проект, который решено было финансировать из бюджета. Как правило, субсидии выделяются на социально значимые проекты. Очень важно при проведении фестиваля четко обозначить слои населения, которые будут потреблять данные культурные продукты, то есть должна быть обеспечена целевая ориентация на потенциального зрителя. Как правило, интерес вызывает детская аудитория, ветераны, а также социально незащищенные слои населения: дети из детских домов, инвалиды.

В 2010 году 102 проекта в области культуры и искусства получили субсидии из бюджета Санкт-Петербурга. Большую финансовую поддержку получили проекты по следующим направлениям: музыкальные, театральные, мемориальные, информационные, выставки и смешанные. В том же 2010 году было профинансировано 102 фестиваля, из которых 37 представляли музыкальное искусство, 21 – театральное, 19 – можно отнести к группе смешанных, 13 – аудиовизуальное искусство, остальные 12 представляли танцевальное, народное, изобразительное искусство. Организаторами фестивалей выступили, в основном, некоммерческие организации, в том числе: 23 фонда, 38 некоммерческих партнерств/организаций, 22 общественные организации. Общая сумма субсидий на проведение фестивалей составила 124,5 млн рублей (в сравнении с 2007 годом рост составил 4,5 раза).

Целевое финансирование проектов позволяет обогатить культурную жизнь Санкт-Петербурга событиями, направленными на поддержание творческого многообразия и развитие всех форм современного искусства. Во многих точках мира фестивали являются хорошим инструментом выявления социальных проблем, неформальных идей – между тем можно предполагать и скрытые политические мотивы. Посредством такого инструмента у общественности появляется возможность высказаться, обратить внимание органов власти на текущие социальные проблемы с помощью различных театральных постановок, интерактивных представлений и других средств эмоционального воздействия.

Следует отметить еще один существенный аспект: проведение фестивалей может быть также хорошим инструментом для продвижения не только отдельных идей, но и отдельных территорий. С их помощью повышается привлекательность всей территории, на которой проводится фестиваль или другие культурные проекты (например, костюмированные латиноамериканские карнавалы привлекают внимание общественности по всему миру). В рамках празднеств у зрителей появляется возможность приобщиться к традициям и погрузиться в атмосферу всеобщего праздника и торжества. Регу-

лярное проведение подобных мероприятий обеспечивает данной территории постоянный поток туристов, которые, побывав однажды, стремятся снова и снова ощутить нескончаемый поток энергии.

В России существует множество территорий, которые можно успешно развивать в подобном направлении. Для нашей многонациональной страны культурные традиции и обычаи могут стать своеобразным двигателем, отправной точкой для организаторов массовых празднеств, нацеленных как на местное население, так и на мощный туристический поток. При создании современной инфраструктуры для проведения фестивальных мероприятий становится возможным активное развитие новых туристических направлений, основным звеном которых могут стать фестивали.

Список источников

1. Постановление Правительства Санкт-Петербурга «О концепции развития сферы культуры Санкт-Петербурга на 2006-2009 гг.» от 04.04.2006 г. № 350. Электронный ресурс: Официальный портал администрации Санкт-Петербурга. – Режим доступа: <http://www.gov.spb.ru>. Дата обращения: 07.10.2010.

2. Постановление Правительства Санкт-Петербурга «О программе развития Санкт-Петербурга как туристического центра на 2005-2010 гг.» от 17.10.2005 г. № 1541350. Электронный ресурс: Официальный портал администрации Санкт-Петербурга. – Режим доступа: <http://www.gov.spb.ru>. Дата обращения: 07.10.2010.

3. Список победителей конкурсного отбора на предоставление субсидии на проведение фестивалей в 2010 г. Электронный ресурс: Комитет по культуре Санкт-Петербурга. – Режим доступа: <http://www.spbculture.ru>. Дата обращения: 05.09.2010.

4. Список победителей конкурсного отбора на предоставление субсидии на проведение фестивалей 2011 г. Электронный ресурс: Комитет по культуре Санкт-Петербурга. – Режим доступа: <http://www.spbculture.ru>. Дата обращения: 05.09.2010.

5. Список победителей конкурсного отбора на предоставление субсидий на осуществление проектов в области культуры и искусства в 2010 г. Электронный ресурс: Комитет по культуре Санкт-Петербурга. – Режим доступа: <http://www.spbculture.ru>. Дата обращения: 05.09.2010.

6. Список победителей конкурсного отбора на предоставление субсидий на осуществление проектов в области культуры и искусства в 2011 г. Электронный ресурс: Комитет по культуре Санкт-Петербурга. – Режим доступа: <http://www.spbculture.ru>. Дата обращения: 12.07.2010.

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ОЦЕНОК И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОЦЕНИВАНИИ

Екатерина Касаткина

Ekaterina-khv@yandex.ru

1-й курс магистерской программы
«Государственное и муниципальное управление»

Статья подготовлена по результатам курсового исследования
Научный руководитель – к.э.н., доцент Н. А. Романов

ABSTRACT. The purpose of this paper is to identify modern track in scientific estimation. This study attempted to (1) divide different estimations into groups, (2) identify which kind of estimation is more popular in scientific use, and (3) what is the reason of it.

Со временем у человечества появилась потребность оценивать большее количество жизненных фактов. Если еще 300-400 лет назад система оценок была проста, то с развитием человечества, она все усложнялась и усложнялась. Система приобретала глобальный характер, переходя границы отдельных народов и государств. В целом, виды оценок можно соотнести с пятью разделами философского знания (см. табл. 1).

Таблица 1 – Виды оценок. Философский аспект

№	Раздел философского знания	Вид оценки	Описание оценки
1	Онтология	Онтооценка	Характеризует свойства предметов, процессов, идей.
2	Гносеология	Гносеологическая оценка	Характеризует используемые в познании системы истинности.
3	Аксиология	Ценностная оценка	Определяет ценность предмета, процесса, идеи.
4	Праксиология	Прагматическая оценка	Характеризует полезность вещи, эффективность действия.
5	Логика	Логическая оценка	Характеризует истинностные значения «истинно» и «ложно».

Источник: <http://philosophystorm.org>

В повседневной жизни множество вещей поддается оцениванию, ранжированию и рейтингованию. Они абсолютно разные, но, тем не менее, подвергаются единой по концептуальной основе процедуре. Приведем лишь несколько примеров.

- Оцениваются девушки в рамках конкурсов красоты. Сами по себе эти имеют долгую историю, и каждое общество применяет свои критерии к

оценке красоты. Так, на период Первого всемирного конкурса красоты, который был проведен в Бельгии 19 сентября 1888 года, для племен Новой Гвинеи идеалом была девушка с длинными руками, широкими бедрами и большой грудью; во Франции же ценились изящество, тонкая талия, белая, нежная кожа. Разница между критериями существенная. Долго решался вопрос об унификации эталонов. После долгих разногласий, за эталон взяли статую Венеры (*Из истории конкурсов красоты*).

- Оцениваются весовые категории боксеров. Известно, что бокс существует столетия, но изначально в нем не существовало различных весовых категорий. Данным видом спорта успешно занимались мужчины крупного телосложения. Складывалась ситуация, при которой противник с большим весом имел преимущество над более «легким». Для целей упорядочения в 1913 году были введены весовые категории (*История бокса...*).

- Оцениваются автомобили на аукционах. Аукционы представляют собой официальное мероприятие по продаже автомобилей по нефиксированным ценам. Считается, что на аукционе дается полная и достоверная информация о состоянии транспортного средства. Однако очевидно, что оценка субъективная, так как выносится на основании экспертного решения. Ввиду этого фактора машина, которая на одном аукционе получила оценку «0», на другом может получить оценку «2». Ведь даже то, что автомобиль был в ремонте, может означать многое: или автомобиль попал в серьезную аварию, или просто мелкая царапина. Оценка дается на основании поверхностного осмотра автомобиля, и конечный балл зависит от мнения конкретного эксперта. Но именно с целью снизить субъективность в оценке того или иного транспортного средства и были созданы унифицированные критерии оценивания.

- Оцениваются спортсмены на соревнованиях по фигурному катанию. Суть обновленной системы оценок, принятой в 2005 году, состоит в том, что взамен двух общих оценок за сложность программы и ее представление судьи оценивают все элементы программы в отдельности. Каждому элементу фигурного катания приписывается определенная постоянная ценность. Хотя время от времени ценности пересматриваются, и сейчас помимо общей оценки за технику судейская бригада выставляет также пять оценок за компоненты программы, каждый из которых оценивается по десятибалльной шкале с шагом 0,25: базовый уровень катания, связующие элементы, хореография, прокат/выполнение и выразительность. По окончании выступления все оценки складываются (иногда после умножения на определенные «веса»), и тот спортсмен, у кого итоговая сумма будет больше, объявляется победителем. Таким образом, хотя оценку, в конечном счете, выставляет судья со своим личным субъективным мнением, введение новой системы за счет большего введения дифференциальных критериев и числовой шкалы позволяет снизить субъективность. Таблицы ценности элементов – основополагающие документы современной системы судейства в фигурном катании. В них указывается, «сколько баллов спортсмен получит за исполнение каждого конкретно-

го элемента, а также, сколько баллов с него снимут или дадут дополнительно, если он исполнит этот элемент с ошибкой или, наоборот, очень хорошо» (*Фигурное катание...*).

- Оценивается даже то, что не поддается числовому измерению. Примером этому может послужить планирование подводных погружений дайверами. Согласно системе PADI, планирование погружения делится на четыре стадии: предварительное планирование, подготовка, подготовка в последние минуты перед выездом и планирование непосредственно перед погружением. На каждом из этих этапов в результате текущей оценки учитываемых факторов решение может меняться. По прибытии к месту планируемого погружения производится оценка текущих факторов: погодные условия, настроение группы, наличие всего необходимого оборудования, техническое состояние оборудования и опыт погружающихся. Если что-то оценивается негативно, то рекомендуется погружение отложить.

- Оцениваются погодные явления и прогнозы. Примером служат компьютерные программы для прогноза погоды WILLARD, FOBOS, GISMETEO; для оценки будущего урожая используется программа PLANT. В результате выдается объективная оценка на основе имеющихся данных. Программа WILLARD, разработанная компанией Radian Corporation, помогает метеорологам предсказывать вероятность сильных гроз в центральных районах США. Система запрашивает метеоролога о погодных условиях, имеющих отношение к прогнозируемой области, и затем выдает полный прогноз с соответствующими обоснованиями. Пользователь может задать, какой конкретный географический район система должна рассмотреть. Система характеризует вероятность сильной грозы следующими категориями: «нулевая», «весьма низкая», «низкая», «умеренная» или «высокая»; каждая категория получает свой диапазон числовых значений вероятности. Знания системы представлены в виде правил, формируемых автоматически на примерах экспертных прогнозов.

Часто слышна фраза «неоднозначные оценки». Пользователи сотовых телефонов дают неоднозначные оценки их моделям, историки неоднозначно оценивают важные исторические события, экономисты неоднозначно оценивают ситуацию на Ближнем Востоке. Если разобраться в слове «неоднозначные», то можно сказать, что эти оценки не имеют точной характеристики.

Согласно статье «Нет пользы без вреда: неоднозначные оценки результатов визита Януковича в Японию», мнения экономистов и чиновников по вопросу получения Украиной кредита в 39 млн долларов разнятся. Экономисты оценивают полученный кредит скорее негативно, аргументируя это тем, что кредит товарный и не имеет принципиального значения для экономики Украины; кроме того, кредит был получен в японской иене, которая имеет существенную курсовую разницу в долларах и таким образом делает кредит дорогим для Украины. Однако есть мнение, что данный кредит положительно скажется на развитии машиностроительной отрасли Украины (*Нет пользы без вреда...*). Таким образом, прочитав статью, невозможно с полной уверен-

ностью заявить, что полученный кредит – это хорошо. Но, в тоже время, нельзя сказать, что это плохо.

Наиболее распространенными ситуациями, требующими оценки недвижимости, являются сделки по купле/продаже, кредитование под залог недвижимости, имущественные и судебные споры, принятие инвестиционных и управленческих решений. А. Бабичев, вице-президент Уральской палаты недвижимости, директор риелторского агентства «Проспект», утверждает «Сколько сегодня стоит та или иная недвижимость – ровно столько, сколько за нее готов дать покупатель. Ни копейки больше. Однако ни риелтор, ни собственник, ни оценщик не готовы руководствоваться этим принципом. Как результат – нынешняя цена того или иного объекта недвижимости не соответствует рыночным требованиям» (*Шушакова*). Таким образом, при оценке недвижимости также можно использовать термин «неоднозначные оценки».

При оценке недвижимости экспертам рекомендуется использовать как можно большее количество подходов и методов к оценке и, сравнивая полученные результаты, давать отчет об оценке. Выделяют три основных подхода: затратный, доходный и сравнительный. Методы затратного подхода основаны на предположении, что затраты на строительство объекта (за минусом износа) в совокупности с рыночной стоимостью земельного участка, на котором этот объект находится, являются приемлемым ориентиром для определения рыночной стоимости всего объекта недвижимости. В группу методов затратного подхода входят четыре основных метода оценки: метод сравнительной единицы (или метод удельной стоимости), поэлементный, сметный и индексный. Для определения стоимости объектов, приносящих доход, в рамках доходного подхода используются два основных метода: метод капитализации и метод дисконтирования. Сравнительный (или рыночный) подход включает в себя два основных метода: метод прямого сравнительного анализа продаж и метод валового рентного мультипликатора.

В США существует рейтинговая система оценки банков «CAMEL», название сочетает начальные буквы всех анализируемых компонентов:

– «С» (capital adequacy) – показатель достаточности капитала для гарантий вкладчикам;

– «А» (asset quality) – показатель качества и возвратности активов;

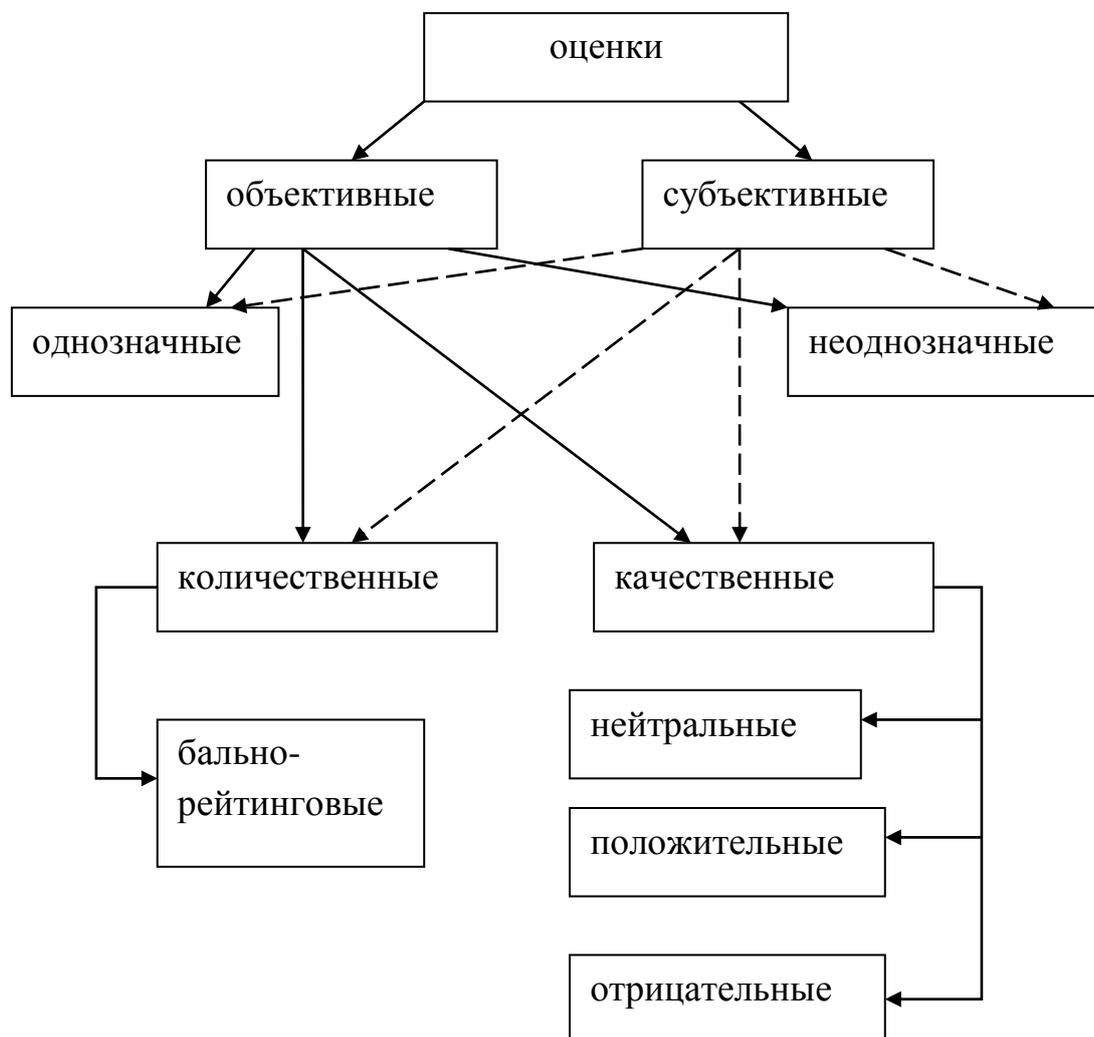
– «М» (management) – показатель качества управления;

– «Е» (earnings) – показатель доходности;

– «L» (liquidity) – показатель ликвидности на случай неожиданных обязательств (*Введение в рейтинговую систему CAMEL*).

Взяв во внимание вышеизложенные примеры, можно сделать вывод, что механизмы и варианты оценок могут быть самыми различными, что не мешает вместе с тем разделить их на группы (см. рис. 1).

Рисунок 1 – Группы оценок



Качественные оценки появились до количественных оценок, еще до зарождения количественной системы измерения. Количественная парадигма господствовала до начала XX века. Сейчас же отчетливо виден синтез количественных и качественных оценок в обществе. Практически в каждой оценке какого-либо явления существует как количественная, так и качественная часть в том смысле, что они могут быть категоризованы (классифицированы) и имеют степень «более – менее». Качественная часть явления заключается в определенных критериях, по которым мы его определяем, а количественная – в измерениях показателей, которыми измеряются критерии. Трудность состоит в определении пропорций этих частей в итоговой оценке и того, насколько оправданы количественные данные, и насколько значимы качественные в каждом отдельном случае.

Список источников

1. Ричардсон, Д. Учебник к курсу PADI open water diver – М., 2008.
2. Введение в рейтинговую систему CAMEL. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://bank-book.blogspot.com>. Дата обращения: 19.01.2011.
3. Грачев, М.П. Оценки, ценности, оценочные суждения. Электронный ресурс: Философский штурм. – Режим доступа: <http://philosophystorm.org>. Дата обращения: 19.02.2011.
4. Из истории конкурсов красоты. Электронный ресурс: Сайт общения земляков. – . Режим доступа: <http://www.zemljak-citi.ru>. Дата обращения – 17.02.2011.
5. История бокса. Электронный ресурс: Бокс, кикбоксинг и муай тай. – Режим доступа: <http://kickboxing-info.ru>. Дата обращения: 18.02.2011.
6. Краткий исторический обзор развития бокса как вида спорта. Электронный ресурс: Бокс, кикбоксинг и муай тай. – Режим доступа: <http://boxing.fizteh.ru>. Дата обращения: 18.02.2011.
7. Нет пользы без вреда: неоднозначные оценки результатов визита Януковича в Японию. Электронный ресурс: Финансовый обзор. – Режим доступа: <http://www.finobzor.com.ua>. Дата обращения: 26.01.2011.
8. Корчагина, С.А. Методы оценки недвижимости. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.tstu.ru>. Дата обращения: 27.01.2011.
9. Фигурное катание. Таблицы ценности. Электронный ресурс: Фигурное катание онлайн. – Режим доступа: <http://www.fsonline.ru>. Дата обращения: 18.01.2011.
10. Шушакова, Т. Неоднозначные оценки. Электронный ресурс: Коммерческая недвижимость. – Режим доступа: <http://www.cre.ru>. Дата обращения: 27.01.2011.
11. Francis Galton as differential Psychologist. Electronic resource: Francis Galton. – Access Mode: <http://galton.org/>. Date: 24.01.2011.

«ГМУ-2.0»: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ

Ани Закарян

Anizakaryan@gmail.com

1-й курс магистерской программы
«Государственное и муниципальное управление»

Эссе подготовлено в рамках курса
«Информационно-аналитические технологии государственного и
муниципального управления»

Преподаватель – к.с.н, доцент А. Г. Санина

ABSTRACT. This paper is dedicated to emphasize the social networks use in public administration. The study attempted to describe social networks impact on society through the modern information technologies and to estimate the different ways of networks use in governance system.

Интернет стремительно захватил повседневную жизнь, бизнес, образование, политику – все основные сферы деятельности человека. Размеры влияния современных информационных технологий на общество оцениваются по-разному: от высказываний о начале «электронной революции», которая в конечном итоге должна привести к полному изменению существующих схем управления и образа жизни, до сдержанного оптимизма, заключающегося в том, что системы распространения и обработки информации просто накладываются на существующие организационные структуры.

Одной из самых динамичных информационных систем, создаваемых в настоящее время, является Социальная сеть, которая стала неотъемлемой частью Web 2.0 (Веб второго поколения – разновидность сайтов, на которых онлайн-контент (внутреннее наполнение сайта) создается самими пользователями). Контент сайтов Web 2.0 в большинстве своем управляется пользователями и их дальнейшее развитие в значительной степени определяет и перспективы развития самого Интернет. На протяжении последних семи лет идет борьба за посетителей и пользователей между традиционными ресурсами (так называемыми сайтами Web 1.0), и новыми ресурсами Web 2.0. Социальные сети, блоги, группы, чаты и прочие элементы и ресурсы Web 2.0 имеют преимущество перед традиционными сайтами и способами их наполнения.

Социальная сеть – интерактивный многопользовательский сайт, контент (содержание) которого наполняется его посетителями, с возможностью указания какой-либо информации об отдельном человеке, по которой аккаунт (страницу) пользователя смогут найти другие участники сети (*Крыгин, 2010. С. 13*). Ее структура состоит из групп узлов, которые представлены социальными группами, личностями, индивидуумами. Одной из черт социальных сетей является система «друзей» и «групп». Социальная сеть упрощает процесс создания персонального профиля и виртуальных взаимоотношений. К популярным в России социальным сетям можно отнести: ВКонтакте (vkontakte.ru), Одноклассники (odnoklassniki.ru), Мой мир (mail.ru), Facebook (facebook.com), Twitter (twitter.com), Habrahabr (habrahabr.ru), Живой Журнал (livejournal.ru).

Vkontakte.ru – самая популярная социальная сеть в России и СНГ в 2010 году (*Крыгин, 2010. С. 14*). Изначально ВКонтакте был копией Facebook, но со временем превратился в самостоятельный ресурс. Пользовательская аудитория: молодые люди. Отличия: огромное количество различных аудио- и видеоматериалов (невысокое качество, зачастую с нарушением авторских прав). Отрицательные стороны: плохая контролируемость размещения порнографического контента, потребляемого большим количеством детей и подростков, а также большое количество спама, массовых рассылок, фейков и ботов. Положительная сторона: успешное использование игр и приложений на основе API сервиса, ненавязчивая монетизация, умеренное количество рекламы на самом сайте и изначально удобный поиск по различным параметрам.

Facebook.com. Первая из всех социальных сетей в мире, основанная Марком Цукербергом около шести лет назад, в начале 2004 года, для студентов

Гарварда и получившая мировую популярность среди различных социальных групп. В 23 года основатель и генеральный директор Цукенберг стал миллиардером. Социальная сеть Facebook имеет русскоязычную версию сайта, содержащую бесплатные сервисы, игры, группы, возможность общаться с друзьями и выкладывать свои фотографии. В Facebook присутствуют звезды и знаменитости мирового уровня, а также представительства различных коммерческих структур.

Twitter.com – оригинальный сервис, отличающийся скоростью распространения новостей, был основан в 2006 году. Для своего роста и развития Twitter использовал поглощения, в частности, поглощение поискового сервиса Summize. Twitter заключил соглашения на индексирование своих записей с Microsoft, Google и Yahoo!, обеспечив себе присутствие в крупнейших поисковиках. Твиттеряне в основном интересуются такими видами новостей, как спорт, политика, финансы, религия и рестораны, увлекаются поп-культурой, музыкой, кино, телевидением и чтением и чаще всего покупают электронные книги, фильмы, обувь и косметику. «Твиттеряне» больше, чем пользователи других социальных сетей, используют Twitter для продвижения блогов, чаще заказывают в Интернете товары и имеют частичную занятость.

Livejournal.ru – «Живой Журнал», «ЖЖ» (начал работать 18 марта 1999 года) – блог-платформа для размещения онлайн-дневников (блогов) либо какой-то отдельный блог («дневник») на этой платформе. Предоставляет постоянным пользователям и случайным посетителям сервера ЖЖ возможность обзора «дневников» сотни тысяч блогеров. В сети можно найти информационные потоки, рейтинги, каталоги, поиск, и другие утилиты для ЖЖ.

Если «сложить» новые технологические возможности Интернета, средства коллективной работы и другие технологии, социальные сети могут существенно повысить эффективность механизмов общественной самоорганизации. Новые формы коммуникации государства и общества создают предпосылки развития институтов и организаций гражданского общества, обеспечивающих наращивание социального капитала всех участников определенной коммуникации. Эффективность государственного управления зависит от уровня социального капитала государственных служащих. Социальные медиа открывают возможность новым поколениям государственных служащих устанавливать в сети Интернет новые социальные связи и строить собственные социальные сети, позволяющие добиваться успехов в служебной карьере. Социально-распределенная сеть является инструментом изучения механизмов исполнения власти, а также инструментом влияния на институты власти. Социальные сети могут влиять на взаимодействие государственной власти и общества. В таком влиянии можно выделить:

- непосредственное влияние новых информационных технологий на сознание человека, прежде всего за счет значительного расширения его когнитивных и коммуникативных возможностей;

- влияние информационных технологий на социальную организацию: использование новых средств коммуникации принципиально снижает затраты,

связанные с передачей информации, упрощается и стремительно ускоряется процесс создания географически разделенных социальных групп (сетей), которые характеризуются преобладанием неиерархических «горизонтальных» коммуникаций, возможностью общения «всех со всеми» (*Коммуникативные практики...*).

Социальные сети являются инструментом оценочного и мониторингового института в системе «государство-общество». Так, можно привести в пример Федеральную службу судебных приставов РФ, которая в начале 2011 года в методических рекомендациях посоветовала своим сотрудникам разыскивать должников в Интернете с помощью поисковых систем и популярных социальных сетей. Первоначальный поиск, согласно «Методическим рекомендациям», должен осуществляться через поисковики Яндекс, Google, Rambler, Bing и другие. Более подробную информацию рекомендовалось получать из социальных сетей (Одноклассники.ru, ВКонтакте, Facebook, LinkedIn) и в блогах (LiveJournal, Twitter, my.ya.ru, li.ru, blogs.mail.ru, diary.ru) (*Для приставов разработали...*).

Социальные сети влияют и лично на государственных служащих, поскольку отражают репутации, рейтинги, обеспечивают публичное обсуждение недостатков. Кроме того, они выполняют функцию накопления и управления знаниями, обмена опытом, повышения уровня гражданской и организационной культуры. Отдельные государственные служащие различных уровней уже обратили свое внимание на возможности блогов для осуществления коммуникации с интернет-аудиторией. В настоящее время многие эксперты признают, что на данный момент использование блогов является одним из основных инструментов интернет-коммуникации между субъектами политической системы. Конечно, государственных пользователей блогов во многом ограничивает закон «О государственной службе», который запрещает «допускать публичные высказывания, суждения и оценки в отношении деятельности государственных органов». Однако это не мешает налаживать контакт с аудиторией и решать конкретные проблемы. Среди членов правительства блогов на livejournal.com пока никто не ведет. Единственными значимыми самостоятельными блогами министерств на данный момент являются дневник заместителя министра промышленности и торговли Станислава Наумова и коллективный блог на сайте Министерства здравоохранения и социального развития.

Рассматривая западный опыт использования социальных сервисов в политической коммуникации, можно предположить, что на следующем этапе развития российские чиновники начнут использовать более оперативные методы контакта с интернет-аудиторией: общение через социальные сети и микроблоги. Предпосылки к этому складываются уже сейчас (в 2010 году запущена новая социальная сеть для государственных чиновников под названием «Gosbook»). Также слабо используется и развернувшийся в течение двух лет до мировых масштабов сервис микроблоггингов twitter.com. Пока что из федеральных чиновников, не считая Президента, им пользуются только Дмитрий Рогозин, Аркадий Дворкович, Никита Белых (*Коммуникационная деятельность*

субъектов...)). Чиновники в большинстве случаев не заинтересованы в создании и использовании на своих сайтах действенных механизмов обеспечения обратной связи, позволяющих привлекать участников политического процесса к принятию политических решений и разработке государственной политики. Не стремятся они и в полной мере использовать возможности интерактивных средств интернет-коммуникации на сторонних ресурсах. Социальные сервисы, позволяющие наладить плотное взаимодействие с общественностью по решению проблем любого уровня, на данный момент используются властью только как еще один информационный канал.

Подводя итоги, составим схему возможностей использования социальных сетей в системе государственного и муниципального управления (см. рис. 1). Необходимо отметить, что инструменты и подходы, описанные выше и отраженные на схеме, должны быть использованы как для выявления угроз, так и для поиска новых возможностей. Ведь «если государственные органы в социальных сетях ограничатся одним только “слушанием”, то люди будут обвинять их в шпионаже и попытке играть роль “Большого Брата”» (*Социальные сети, в конечном итоге...*).

Рисунок 1 – Возможности использования социальных сетей в государственном и муниципальном управлении



Список источников

1. Для приставов разработали рекомендации по поиску должников. Электронный ресурс: Право. – Режим доступа: <http://www.pravo.ru>. Дата обращения: 19.03.2011
2. Коммуникативные практики в государственном управлении в контексте развития информационного общества. Электронный ресурс: Гайдпарк. – Режим доступа: <http://www.gidepark.ru>. Дата обращения: 19.03.2011.
3. Крестинина, Е.С., Использование интернет-блогов и «социальных сетей» в российской публичной политике / Е.С. Крестинина, Ю.Г. Чернышева Алтайский государственный университет. ООО «АГТ-Телеком». 2008.
4. Крыгина, Н.В. Влияние через социальные сети / В. Чернец, Т. Базлова, Э. Иванова, ред. Н.В. Крыгина. – М.: Фонд «ФОКУС-МЕДИА», 2010.
5. Социальные сети, в конечном итоге, доставляют государственным органам неприятности. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://rusrim.blogspot.com>. Дата обращения: 19.03.2011.
6. Ульянова, А.И. Социальные сети как инструмент управления. // Вестник Казанского технологического университета. – № 8. – 2010.
7. Щенников, М.А. Коммуникационная деятельность субъектов государственного управления в современном рунете. Электронный ресурс: Центр технологий электронного правительства. – Режим доступа: <http://open-gov.ru>. Дата обращения: 19.03.2011.

СВИДАНИЕ: НАУЧНЫЙ ПОДХОД, ИЛИ ТЕОРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЛАНКАСТЕРА НА ПРИМЕРЕ ПРОБЛЕМЫ ГЕНДЕРНЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ

Дмитрий Сергеев
dimasergeev@bk.ru

1-й курс магистерской программы
«Финансовый менеджмент»

Эссе подготовлено в рамках курса «Теория отраслевых рынков»
Преподаватель – к.э.н., доцент М. А. Иванов

ABSTRACT. The purpose of this paper is to demonstrate how the characteristics theory, proposed by Kelvin Lancaster, can be applied to the gender relations. This helps not only to understand the theory more clearly, but also to demonstrate the possibility of applying instruments of the economic theory to ordinary life.

Очень часто можно услышать, что экономическая теория имеет мало общего с реальной действительностью, поскольку используемые в ней модели являются упрощенными и идеализированными, а предпосылки, на которых они базируются, несостоятельными. Еще более несостоятельными ка-

жуются инструменты экономической теории относительно повседневной жизни, в частности, относительно гендерных взаимоотношений. Однако сегодня экономический империализм все чаще стремится унифицировать методологию общественных наук и вопрос изучения социальных явлений с помощью инструментов экономической теории становится все более актуальным. Поэтому в данной статье будет рассмотрен вопрос о том, к каким выводам может привести применение теории потребительского спроса Ланкастера к проблеме гендерных взаимоотношений.

Американского экономиста австралийского происхождения Кельвина Ланкастера принято считать создателем новой теории потребительского спроса (Блауг, 2008. С. 117). Его теория, известная как «характеристическая» теория поведения потребителя, была основана на предположении о том, что полезность потребителю приносит не отдельный товар, а те характеристики, носителем которых является такой товар. И спрос на такой товар определяется спросом на его характеристики, которые, тем не менее, могут быть представлены целым классом схожих, хотя и не идентичных товаров.

Как утверждает британский экономист М. Блауг, основное новшество Ланкастера относительно подобной тривиальной идеи заключалось в предположении о том, что характеристики товаров могут быть объективно измерены и описаны физическими терминами, а каждый отдельный товар является совокупностью этих объективно измеряемых характеристик, представленных в определенной пропорции (Блауг, 2008. С. 117). Таким образом, потребитель ориентируется на наиболее предпочтительную для себя потребительскую корзину, обусловленную фиксированным вектором объективно измеренных характеристик, которые, в свою очередь, воплощены в определенном наборе товаров.

Графически данную модель можно представить в виде плоскости двух свойств или характеристик, являющихся общими для некоей группы товаров, которые, однако, обладают данными свойствами в различной пропорции. При этом сами товары, как различные комбинации данных характеристик, представлены в виде продуктовых лучей, исходящих из начала координат. Расстояние от начала координат до определенной точки на луче характеризует количество данного товара, а угол наклона данного продуктового луча к оси ОХ характеризует соотношение характеристик или свойств данного товара. Так, продуктовый луч товара, в котором отложенное по оси ОУ свойство представлено в большей степени, чем свойство, отложенное по оси ОХ, будет иметь больший угол наклона, чем товар с обратным соотношением свойств.

Допускается, что функция полезности потребителя в такой модели слабо аддитивна, а свой бюджет он распределяет так, что на удовлетворение потребности в характеристиках готов израсходовать лишь определенную его часть (Гальперин, 2004. С. 67). Тогда на продуктовых лучах можно будет отметить точки, характеризующие те количества товаров, которые смог бы приобрести потребитель, израсходовав всю сумму на покупку только одного

из них. Эти точки можно рассчитать, разделив бюджет потребителя на стоимость данного товара, и они будут характеризовать тот максимум свойств, которые может получить потребитель, израсходовав всю сумму на соответствующий товар. Соединив эти точки, мы получим ломаную линию, которую называют «эффективной границей на плоскости характеристик», соответствующую по своему значению бюджетной прямой при традиционном ординалистском подходе (Гальперин, 2004. С. 68).

Как и в классической модели, на множестве характеристик отмечается карта кривых безразличий. Точка касания эффективной границы и одной из кривых безразличия будет характеризовать оптимум потребителя. Как и всегда, он готов замещать одно свойство другим в той пропорции, которая соответствует наклону кривой безразличия в данной точке. По факту же, он может осуществить замену по пропорции, соответствующей наклону того участка эффективной границы, в которой кривая безразличия касается данной эффективной границы, причем в точке касания эти наклоны равны. И комбинация характеристик в этой точке показывает максимум значимых для потребителя свойств, которого он хочет и может достигнуть при полном расходовании суммы, выделенной на покупку данных характеристик.

Возможны ситуации, когда точка касания не принадлежит ни одному из продуктовых лучей, что означает, что оптимальный для потребителя набор характеристик может быть получен только через приобретение определенной комбинации товаров, между продуктовыми лучами которых находится данная точка касания. В таком случае необходимо провести вспомогательные линии, параллельные продуктовым лучам и проходящими через точку оптимума. Точки пересечения вспомогательных линий и продуктовых лучей будут соответствовать тому количеству товаров, приобретение которых дадут в суммарном выражении необходимое потребителю количество и того, и другого свойства; при этом сумма, затраченная на товары, будет соответствовать выделенному на данные свойства бюджету.

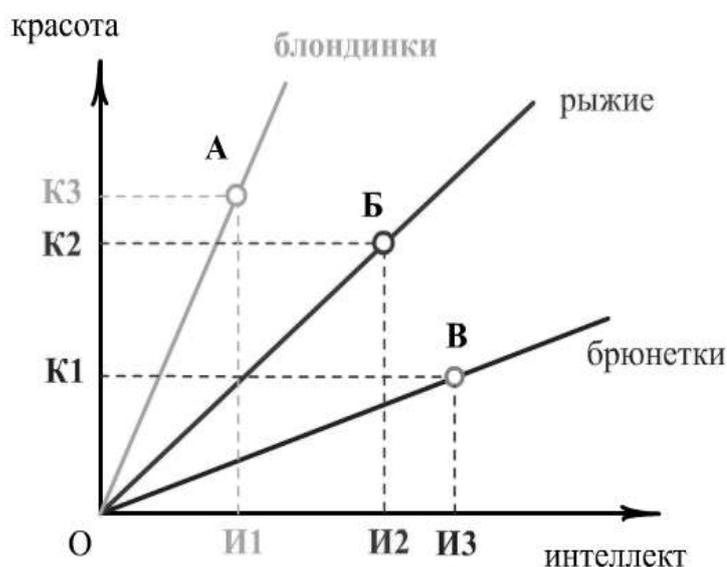
Что касается свойств и характеристик, которые могут быть воплощены в неделимых или очень дорогих товарах, то их оптимальная комбинация может оказаться для потребителя недостижимой (Гальперин, 2004. С. 71). В таком случае речь идет о субоптимальном решении, когда потребитель будет вынужден приобрести тот товар, на чьем продуктовом луче точка касания кривой безразличия и эффективной границы будет ближайшей относительно реального оптимума. Однако в таком случае потребитель будет вынужден довольствоваться товаром, который обладает меньшим набором характеристик, чем реальный оптимум.

Таким образом, теория Ланкастера, определяя спрос на товары как спрос на свойственные им характеристики, может служить отличным дополнением и расширением традиционной теории. Более того, она отлично решает вопрос как со стандартизованными товарами, так и с уникальными и неделимыми. Насколько же подобная теория будет применима к вопросам гендерных взаимоотношений, будет рассмотрено далее. Однако необходимо

сразу сказать, что мы не ставим цели унижить или оскорбить женскую половину человечества, рассматривая девушек как класс схожих, но не идентичных товаров. Это лишь некая степень условности и формализации проблемы, основанная на распространенных стереотипах, подкрепленных следующими фактами: «Эстроген напрямую связан с плодовитостью и является “антиподом” тестостерона. Много эстрогена – плодovitая самка! Но глупая, потому что мало “гормона ума” – тестостерона. А еще эстроген осветляет волосы. Так что мнение о глупости блондинок имеет вполне научное обоснование» (Никонов, 2009. С. 114).

Итак, рассмотрим такую проблему. Предположим, что делая выбор между девушками, с которыми он хочет встречаться, молодой человек обращает внимание на две основные характеристики – красоту и интеллект. Согласно сложившимся стереотипам, разделим все множество девушек на три группы: блондинок, у которых превалирует красота, брюнеток, у которых превалирует интеллект, и рыжих, у которых соотношение этих характеристик примерно поровну. Отметим девушек в виде продуктовых лучей на плоскости характеристик «красота-интеллект». При этом обозначим по одной единице девушек на каждом продуктовом луче (рис. 1).

Рисунок 1 – Продуктовые лучи девушек на плоскости характеристик «красота-интеллект»

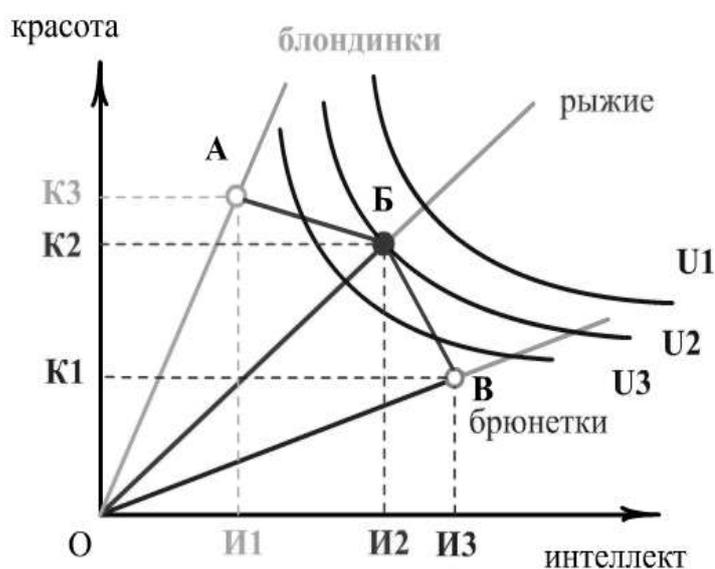


Таким образом, перед молодым человеком стоит выбор между:
 – блондинкой с уровнем красоты К3 и уровнем интеллекта И1;
 – рыжей с уровнем красоты К2 и уровнем интеллекта И2; и
 – брюнеткой с уровнем красоты К1 и уровнем интеллекта И3.
 При этом $И1 < И2 < И3$, а $К1 < К2 < К3$.

Предположим, что для того, чтобы встречаться с той или иной девушкой, необходимо нести определенные затраты. Например, для блондинок – издержки на приобретение модных кофточек и походы в клуб, для брюнеток – издержки на приобретение книг и билетов в театр и т.д. Предположим также, что наш доход I , выделенный на свидание с девушкой, как раз позволяет покрыть эти издержки, но только для одной девушки. Таким образом, мы получим эффективную границу на плоскости характеристик АБВ (аналог бюджетного ограничения).

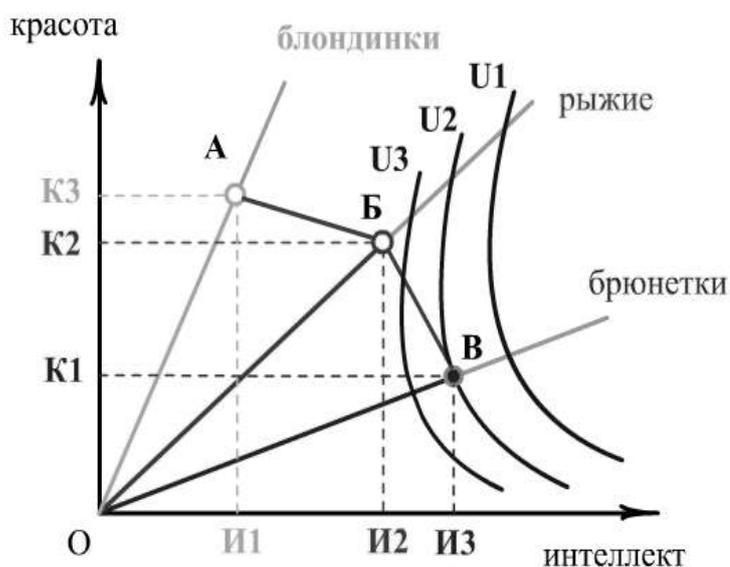
Нанесем на график кривые безразличия. Отражаемый ими уровень полезности таков, что $U_3 < U_2 < U_1$. Они также отражают наши предпочтения относительно оцениваемых характеристик. Поскольку при данных кривых безразличия нам почти в равной степени важны и красота, и интеллект, то очевиден выбор в пользу наиболее близкой к требуемым параметрам девушке – рыжей, как обладательницы средних внешних данных K_2 и средних интеллектуальных способностей I_2 . Равновесие будет достигнуто в точке Б – именно она обеспечивает нам наибольший возможный уровень полезности U_2 (рис. 2).

Рисунок 2 – Оптимум: рыжая девушка при средних предпочтениях молодого человека



Тем не менее, если наши предпочтения смещены в пользу интеллекта и на романтическом свидании мы склонны вести интеллектуальные беседы, то наш выбор смещается в пользу брюнеток с не такими выдающимися внешними данными K_1 , но с самым высоким уровнем интеллекта I_3 . Оптимум будет достигнут уже в точке В (рис. 3).

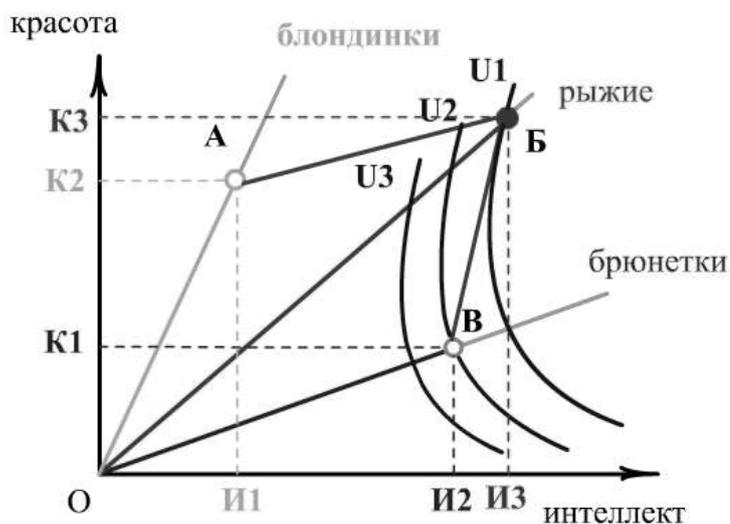
Рисунок 3 – Оптимум: брюнетка при предпочтениях, смещенных в сторону интеллекта



Аналогична ситуация с блондинками, если наши предпочтения смещены в пользу красоты и любования женским телом.

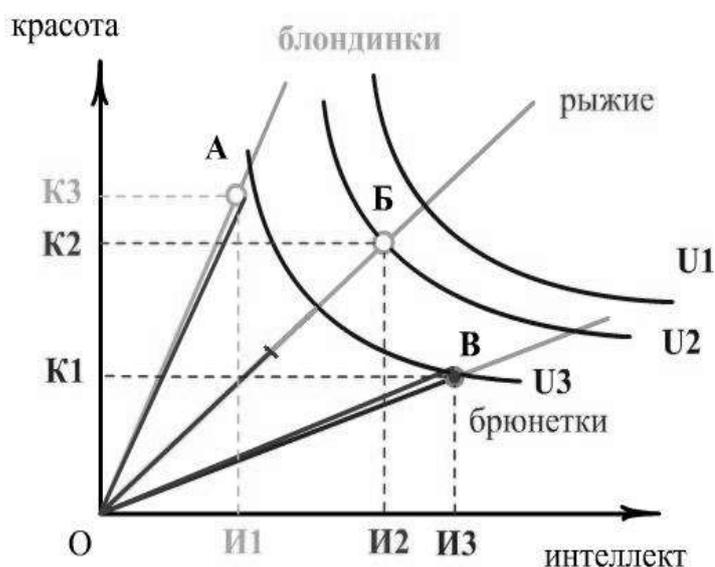
Но не будем забывать, что наши деления способностей между девушками условно, а каждая единица девушек представляет конкретный набор характеристик. Не исключено, что мы встретим рыжую, которая умнее и красивее и блондинок, и брюнеток вместе взятых. Тогда как бы наши предпочтения ни склонялись в сторону интеллекта, равновесие будет достигнуто в точке Б – мы выберем рыжую девушку, так как она не только умнее, но еще и красивее, а потому обеспечивает максимум полезности U1 (рис. 4).

Рисунок 4 – Оптимум: рыжая девушка, несмотря на смещенность предпочтений в сторону интеллекта



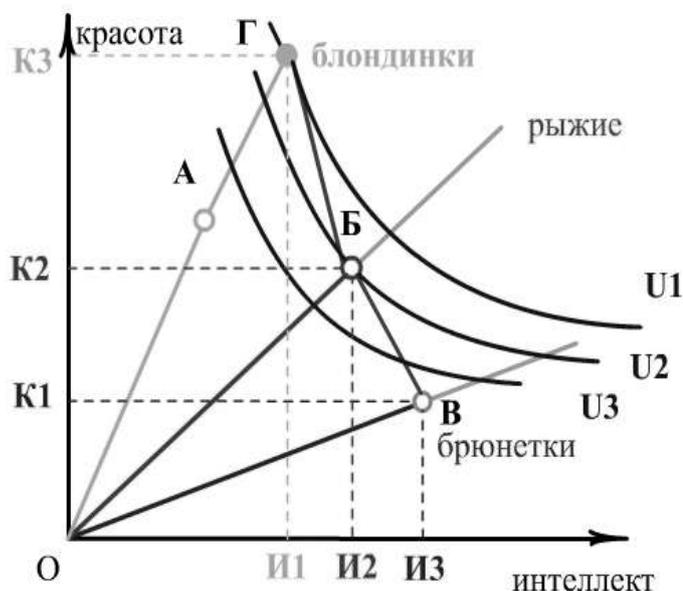
Не будем забывать, что у нас есть бюджетные ограничения. Пока наш доход позволяет оплачивать свидания с каждой из девушек, наш выбор зависит исключительно от наших предпочтений. Но как только запросы, например, рыжих девушек возрастут, его будет уже не хватать. Предположим, что гулять с рыжей девушкой стало на 50% дороже. И теперь наш доход может оплатить лишь половину этих затрат. Однако гулять с половиной девушки мы не можем. И как бы мы ни хотели встречаться с рыжей девушкой, наши бюджетные ограничения приняли форму АОВ. И теперь равновесие будет достигнуто в точке В, так как только там мы получаем хоть какую-то полезность U_3 , хотя, возможно, предпочли бы точку Б с уровнем полезности U_2 (рис. 5).

Рисунок 5 – Оптимум: брюнетка, несмотря на предпочтения



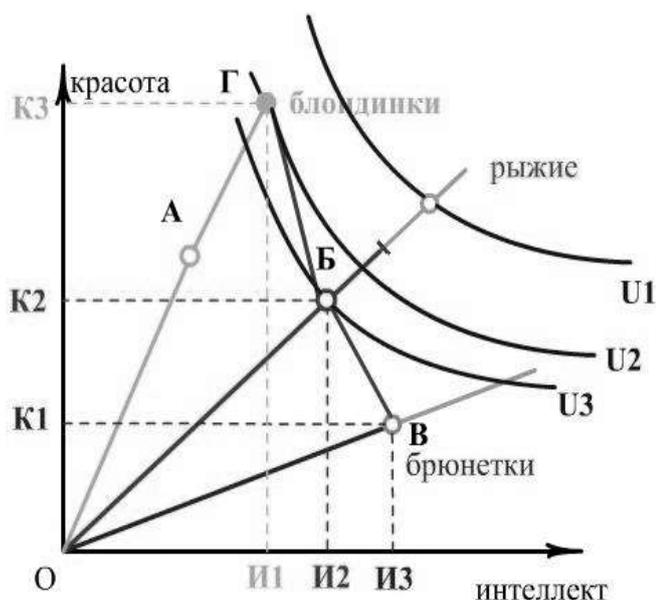
Теперь предположим, что встречаться с блондинками стало дешевле. Причем настолько, что нашего дохода хватает на встречу с двумя блондинками сразу. Тогда наше бюджетное ограничение сменится с АБВ на ГБВ, и встречаться с двумя блондинками, обеспечивающими уровень полезности U_1 , станет намного предпочтительнее, чем с одной рыжей, обеспечивающий меньший уровень полезности U_2 . Пусть две блондинки с суммарным интеллектом $И_1$ не так умны, как одна рыжая с уровнем интеллекта $И_2$, но зато это компенсируется довольно высоким суммарным уровнем красоты $К_3$ (рис. 6).

Рисунок 6 – Оптимум: две блондинки, обеспечивающие большую суммарную полезность



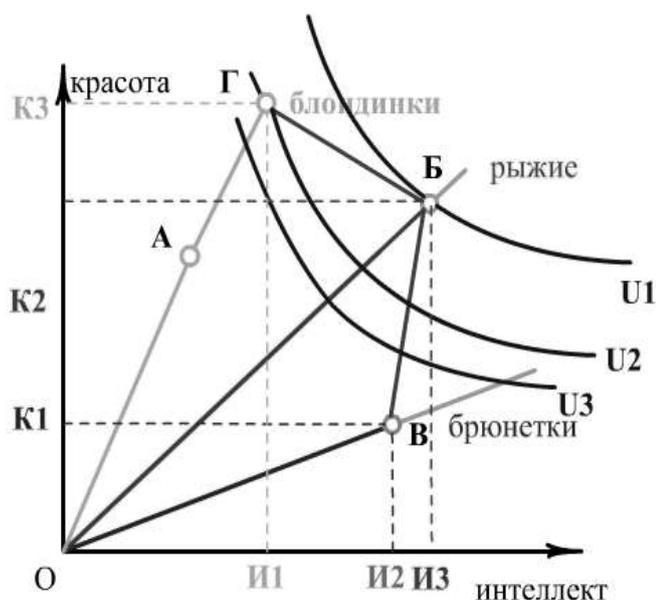
Обратим внимание, что рыжим девушкам снижать запросы на 50% уже не достаточно – линия бюджетного ограничения останется прежней ГБВ (с 1,5 девушками встречаться нельзя) и качественного скачка в новую точку оптимума не произойдет (рис. 7). Тут нужно снижать запросы как минимум так, чтобы дохода молодого человека хватило на две рыжих сразу, или искать героя со смещением предпочтений в сторону интеллекта. Хотя тут уже велика вероятность смещения оптимума в сторону брюнеток.

Рисунок 7 – Недостаточность снижения запросов рыжих девушек на 50%



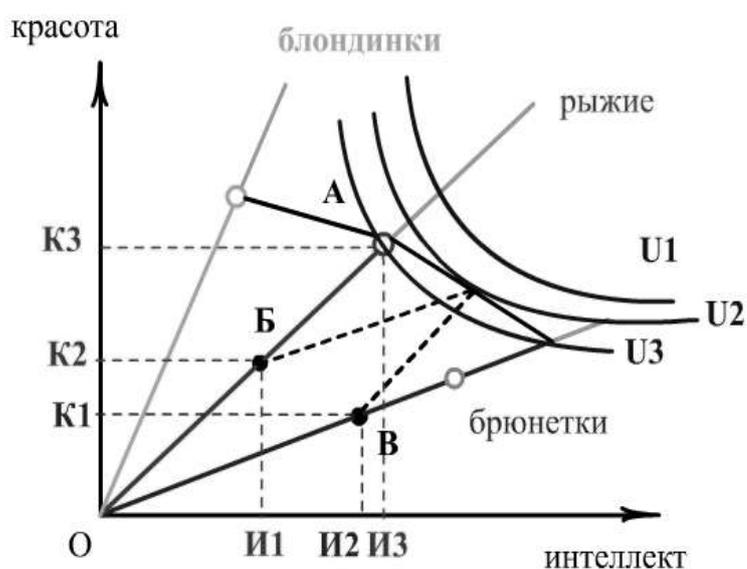
Однако необходимо помнить, что рыжая девушка может быть такой красивой и эрудированной, что ее характеристики могут вполне превзойти суммарные характеристики двух блондинок. И при этом уровень запросов только как у одной девушки. Бюджетное ограничение в таком случае смещается до ГВВ, а равновесие будет достигнуто в новой точке Б, где одна рыжая обеспечивает больше полезности U_1 , чем две блондинки с меньшим уровнем полезности U_2 (рис. 8).

Рисунок 8 – Оптимум: рыжая девушка, обеспечивающая больший уровень полезности, чем 2 блондинки



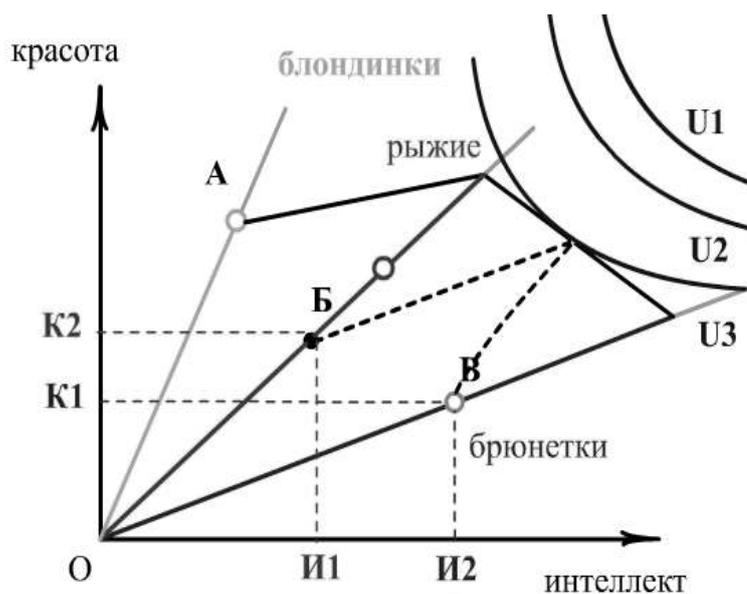
До этого момента мы рассматривали применение теории Ланкастера к гендерным взаимоотношениям только в той ее части, где речь шла о неделимых и уникальных товарах (или, в нашем случае, «товарах»). Действительно, встреча только с половиной девушки – не самая реалистичная ситуация. Тем не менее, можно предположить, что 1 единица девушки – это 100% жизненного цикла ваших отношений. Тогда мы переходим к той части модели, где речь идет уже о делимых товарах. Например, предположим, что ваш доход I позволяет либо все потратить на одну рыжую девушку – от первого свидания до свадьбы (точка А), либо прожить 150% жизненного цикла с брюнеткой – то есть с одной брюнеткой пожениться и развестись, а потом еще пару месяцев погулять с другой. В таком случае оптимумом для вас может быть потратить часть дохода на рыжую, часть на брюнетку, причем ни с той, ни с другой так и не пожениться. В случае одной только рыжей мы достигаем полезность U_3 , в случае же совмещения мы достигаем более высокий уровень полезности U_2 . Так что, гулять с двумя девушками и не жениться вообще может принести больше полезности, чем полноценный цикл отношений с одной из них (рис. 9).

Рисунок 9 – Оптимум в случае делимости жизненного цикла отношений с девушками



Предположим, что ваш доход I позволяет либо пройти 150% жизненного цикла от первого свидания до свадьбы с брюнеткой, либо 150% с рыжей. И тут для вас оптимумом может быть прожить в браке с брюнеткой, но при этом иметь любовницу рыжей, на которой вы так и не женитесь (рис. 10). Впервые факт наличия любовницы может быть оправдан с точки зрения экономической теории.

Рисунок 10 – Оптимум: полноценный жизненный цикл отношений с брюнеткой и часть жизненного цикла отношений с рыжей девушкой



Источник: составлен автором

Итак, итоги экстраполяции характеристической теории Ланкастера на гендерные взаимоотношения могут быть следующими.

1. Любая девушка, в достаточной степени развившая свои характеристики, будь то интеллект или красота, может по своей привлекательности обойти даже двух своих соперниц. При этом снижение запросов и демпинг могут оказаться бесполезными в процессе «завоевания» мужчины.

2. Учитывая определенные предпочтения мужчин относительно характеристик девушек, наибольшую полезность может принести не один полноценный брак, а многочисленные флирты с несколькими девушками. Мужчина может достичь большего счастья, так никогда и не вступив в брак.

3. Если характеристики жены не удовлетворяют мужчину в полной мере, то не исключен факт измены со стороны мужа, если это позволяют его доходы.

Таким образом, в данной статье было продемонстрировано допустимость использования инструментов экономической теории для изучения социальных явлений, причем даже таких, как гендерные взаимоотношения (пусть и с некой степенью условности и формализации). Тем не менее, полученные на основе такой экстраполяции выводы вполне согласуются с действительностью, наглядно иллюстрируются графически и вряд ли будут расходиться с результатами, полученные классическими качественными методами. Но это был лишь небольшой эксперимент, призванный более наглядно и доступно объяснить характеристическую теорию великого экономиста Кельвина Ланкастера. Будущее за дальнейшими и куда более серьезными исследованиями в рамках процветающего экономического империализма.

Список источников

1. Блауг, М. 100 великих экономистов после Кейнса / пер. с англ. – СПб.: Экономическая школа, 2008.

2. Гальперин, В.М., Игнатъев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика. Т. 1. – СПб.: Экономическая школа, 2004.

3. Никонов, А. Конец феминизма. Чем женщина отличается от человека. – СПб.: Питер, 2009.

ЦЕННОСТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ: РЕЗУЛЬТАТЫ ПИЛОТАЖНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Марина Андреева

andreeva.m.hse@gmail.com

студентка 3-го курса факультета менеджмента

Екатерина Шарикова

katesh@li.ru

студентка 5-го курса факультета менеджмента

Анна Шелкова

annashelkova@gmail.com

аспирантка факультета социологии СПбГУ

Статья подготовлена по результатам теоретического и эмпирического исследования, проведенного участниками научно-учебной группы «Экономика и социология изменений» в 2010 – 2011 гг.¹

ABSTRACT. The following article is devoted to analyses of modern tendencies in knowledge-based economy. Basic resources and products of the contemporary economy are information, knowledge, intelligence, creativity, technology, space and time. The characteristics of knowledge-based economy's value potential are proved with the results of pilot study developed in 2010 – 2011.

Экономика знаний как теоретическое понятие зародилось еще в конце XX века, когда австро-американский ученый Ф. Махлуп впервые ввел его в оборот. С тех пор актуальность темы только усиливается, поскольку большинство развитых стран перешли на экономику, где знания и человеческий капитал являются главным ресурсом развития.

Экономика знаний представляет собой сложный, неоднозначный объект исследования. Об этом, в частности, свидетельствует то, что данному типу экономики уже подобрано множество синонимов: «новая экономика», «креативная экономика», «инновационная экономика», «информационная экономика» и т.д.

Понятие «информационная экономика» появилось в конце 1980-х гг. и рассматривалась исследователями, как раздел микроэкономической теории, которая изучает, как информация влияет на экономику и экономические решения в целом (Ченцова, 2008). Концепция постиндустриального общества и экономики была развита в 1950 году, когда ученые заметили постепенное расширение несельскохозяйственных и непромышленных секторов развитых

¹ Подготовка теоретического материала, интервьюирование респондентов и обработка материалов интервью: Марина Андреева, Олег Обидовский, Анна Рендухова, Михаил Тюлюков, Екатерина Шарикова, Анна Шелкова, Татьяна Шлепнева.

экономик. Рассматривая эти сектора как ядро зарождающейся экономики, термин «постиндустриальный» стали все чаще использовать для ее описания. Постиндустриальную экономику можно определить как такую экономическую систему, в которой информационная составляющая доминирует над индустриальной (Верзола, 2006). Вклад в развитие данной концепции внесли такие ученые, как Ф. Хайек, Д. Акерлоф, М. Спенс, И. Стиглиц, М. Порат, М. Кастельс, М. Перельман, М. Пембертон, К. Д. Арроу и другие.

Термин «новая экономика», зародившийся в конце 1990-х гг., описывает переход от индустриального к технологическому типу производства. Он также учитывает эволюцию экономики развитых стран от индустриального производства к сосредоточению основных активов в сфере услуг. Новая экономика впервые упоминалась в журнале «Time» в 1983 году в статье «Новая экономика» (Александр, 1983. и др.). Также данный феномен исследовали такие ученые, как Р. Д. Гордон, Д. Стиглиц, Б. Белдинг, А. Григорян и другие.

Понятие «экономика знаний» также появилось в конце 1990-х гг. Если в индустриальной экономике для производства и накопления благ человеческий вклад и труд стремились заменить машинным, и это представлялось высшей ценностью, то в экономике знаний важнейшим элементом развития общества и всех его подсистем становится человеческий капитал. Интеллектуальный труд, а также компетентный работник начинают рассматриваться как главные ресурсы организации. В связи с этим большое распространение получила наука управления знаниями (в контрасте с индустриальным управлением организацией). «Экономику знаний» можно определить как экономику, в которой знания являются главными ресурсами, основным капиталом, где экономический рост происходит за счет накопления, объединения и производства знаний, а обучение является важнейшим аспектом деятельности организации (*World Development Report: Knowledge for Development*, 1999). Данные взгляды представлены в работах П. Друкера, В. Б. Артура, П. Ромера, Р. С. Каплана, Д. П. Нортон.

В конце XX века большое распространение получила «интернет экономика», которая основана на производстве электронных товаров и услуг, которые распространяются с помощью электронной коммерции. В отличие от индустриальной экономики, в которой права собственности на физический и интеллектуальный капитал принадлежат единственному предприятию, интернет экономика предполагает ведение бизнеса на рынках, чья инфраструктура находится в сети Интернет. С ростом численности населения, а также увеличением числа пользователей сети Интернет по всему миру, интернет экономика затрагивает все аспекты жизни людей, от здоровья до образования, от бизнеса до банкинга (Дайсон, 1998; Кьюрье, 2000; Манкив, 2003; Шапиро, 1999). В связи с этим большое распространение получили технологии Веб 2.0, социальные сети, онлайн-аукционы, вики. Различные аспекты интернет экономики развивают ученые Т. В. Малоне, Р. Лаубахер, Д. Рифкин, К. Келли, К. Шапиро, Д. Тапскотт, Н. Г. Манкив, Д. С. Браун.

Наконец, «виртуальная экономика» (термин появился также в конце XX века), представляет собой зарождающуюся экономику, существующую в виртуальном мире, в котором осуществляется обмен виртуальными благами в сети Интернет. Так, наибольшую ценность для данного типа экономики представляет нахождение «онлайн», в сети Интернет (*Атлас*, 2008; *Барнс*, 2008 и др.; *Броун*, 2000 и др.; *Джанкович*, 2005; *Кастронова*, 2002).

На основе этого краткого обзора можно сделать вывод, что ресурсы (источники) экономики знаний и ее теоретических «клонов» значительно отличаются от ресурсов индустриальной экономики. Основными из них, с нашей точки зрения, являются информация, знания, интеллект, креативность, пространство и время, конкуренция, новые технологии. Охарактеризуем каждый из них подробнее.

Информация сегодня становится все более значимым ресурсом экономической деятельности, поскольку, несмотря на обилие данных, мнений и их источников, в XXI веке появляется все больше и больше факторов, ограничивающих как возможности получения информации, так и перспективы ее «корректного» (в правовом, этическом и рыночном смыслах) использования. При этом важно отметить, что:

1) Современные компании все больше используют информацию для создания бизнеса (услуг, технологий), целью которого является производство и накопление знаний и информации. То есть происходит потребление информации для ее производства.

2) Многие теоретики связывают рост значения информации не с технологическим развитием, а с изменением качества информации, передаваемой по компьютерным сетям. Информация – это единственный вид ресурсов, который не только не истощается в процессе потребления, но и содействует наиболее рациональному и эффективному использованию других видов ресурсов (*Шуть*, 2003).

Знания как товар впервые рассмотрел Ф. Махлуп в 1962 году (*Макаров*, 2003). Сегодня знания оказывают сильное влияние на социально-экономическое развитие стран, так как от их общедоступности зависит реализация инноваций и инновационной активности. Причем в производстве знаний ключевую роль играют не большие корпорации, так как они не в состоянии охватить все инновационные риски, а малые предприятия. Именно поэтому многие крупные фирмы создают исследовательские лаборатории и центры, которые являются узкоспециализированными. Они, в свою очередь, распространяют знания наукоемкие деловые услуги (все виды консалтинга, аудит) и мобильные квалифицированные кадры (обмен опытом разных стран, накопление уникальных знаний).

Интеллект представляет собой способность человека создавать новые знания и выступает основным средством производства в процессе создания информационных товаров. Отсюда проистекает особая субъективность процесса информационного производства, характерным проявлением которой является отсутствие более или менее жесткой зависимости между затратами

и результатом производства новой информации и знаний (*Шуть*, 2003). В целом, в результате интеллектуальной деятельности создается уникальный продукт, который приносит доход ее создателю в процессе тиражирования (распространения материальных носителей с созданной информацией) или овеществлении в товарах, средствах производства, технологиях.

Креативность является весомым ресурсом экономики знаний, где, как мы отметили ранее, наибольшую ценность представляет человеческий капитал, а также его содержание. Креативный процесс является неотъемлемой частью человеческого капитала, но является надстройкой к знаниям, поскольку креативность без знаний невозможна. Благодаря развитым информационным и компьютерным технологиям сегодня человек может гораздо легче реализовать себя в творческой профессии. Яркий пример тому «пишущие профессии»: журналисты, писатели, поэты, – которым с развитием компьютерных технологий стало гораздо проще публиковаться, заявить о себе и «продавать себя».

Пространство и время. По мнению британских социологов С. Лэша и Д. Урри, «транслируемая электронными способами информация драматически сокращает время и пространство между людьми, увеличивая возможности и силу надзора» (*Lash*, 1994). Так как для новой экономики характерна нематериальность как ресурса, так и продукта, в ней происходит стирание физических границ, которые больше не являются препятствием для получения или распространения информации. Появляется, в частности, электронное пространство, обуславливающее потерю продуктами, производимыми современной экономикой, материальных свойств: продукты «отделяются» от материального содержания, становятся знаками – это особенно очевидно на примере поп-музыки, кино, видео, содержательных медиапродуктов, в том числе и интернет-контента.

К ресурсам экономики знаний также можно отнести и *конкуренцию*, которая создает условия для поиска новых решений и идей и, таким образом, побуждает предпринимателя к новаторству. Так рождаются инновации. Причем, как только определенная деятельность становится традиционной, она перестает производить инновационные продукты и услуги, а конкуренция стимулирует рождение нового бизнеса, развитие нетрадиционных решений и таким образом инновационной деятельности (*Рейнгольд*, 2008).

Технология является значимым ресурсом экономики знаний, поскольку самые активные изменения сегодня происходят в сферах микроэлектроники, вычислительных машин, телекоммуникациях и вещании, а также в области оптико-электронной промышленности и геной инженерии. Таким образом, такие науки, как биология, электроника и информатика сближаются или даже создают смежные науки. Так как информация является «сырьем» технологии, то технология индуцирует появление и вид информации в обществе (*Кастельс*, 2000).

Информация, знания, интеллект, креативность, пространство и время, конкуренция, новые технологии как ресурсы экономики знаний определяют

изменение требований, которые предъявляет экономическая система к агентам, желающим успешно функционировать в новых экономических условиях, и, как следствие, систему ценностей и приоритетов индивидов. Субъект «новой экономики» успешен, креативен, информирован, виртуализирован – и он даже внешне отличается от субъекта экономики индустриальной. Характеристике ценностного потенциала новой экономики было посвящено эмпирическое исследование, проведенное в феврале – мае 2011 года научно-учебной группы «Экономика и социология изменений» (НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург).

Цель исследования была сформулирована как формирование портрета субъекта новой экономики. Эмпирическую базу составили четыре глубинных интервью (длительность каждого интервью 30-40 минут), проведенные с представителями инновационных компаний, резидентами бизнес-инкубаторов «Ингрия» и «Кристалл», в которых поднимался ряд тем, связанных с ценностными ориентирами субъектов новой экономики в процессе их жизнедеятельности в новых социально-экономических условиях (при этом акцент делался на изменения внешней среды и трансформации социально-экономических практик субъектов).

В исследовании была использована описательная стратегия, нацеленная на получение информации, позволяющей дать достаточно полное описание объекта, всех его важных качественных характеристик. Гайд неформализованного интервью включал блоки:

1. Биографический (возраст, специальность, прошлый опыт работы).
2. География и мобильность (собственный проект, планирование рабочего и нерабочего времени).
3. Цели и ценности (важность мнения близких/окружающих, приоритеты, оценка собственных способностей).

В результате пилотажного исследования были сформулированы следующие выводы.

Очевидна тенденция респондентов постоянно разработать и реализовать собственный проект. Причем прежде чем приступить к созданию бизнеса на основе собственной идеи, все респонденты прошли ступени карьерной лестницы, добившись определенных успехов в их профессиональной области.

Из материалов интервью:

«Работал в Майкрософте 3 года. До Майкрософта я работал в компании Алкатель-Люсент 3 года» (мужчина, 27 лет).

«5 лет работал телохранителем – начальником службы безопасности. Потом пошел в лизинг, в Сбербанк и начал делать карьеру. С 2003-2010 сделал неплохую карьеру. В общем, дорос до директора филиала, а закончил карьеру руководителем отдела лизинга» (мужчина, 37 лет).

Как следует из интервью, респонденты обладают большой мотивацией к развитию собственных идей, поиску интересных решений. Идеи «вынашиваются» сравнительно долгий промежуток времени (несколько лет), прежде чем их претворить в жизнь.

Из материалов интервью:

«Идея пришла 5 лет назад, я испытывал, у меня уже работали образцы и все думал: когда-нибудь возьму начну делать собственное дело» (мужчина, 37 лет).

Высокий уровень образования и постоянное саморазвитие – качества, отличающее всех участников исследования. Ярко выражена тенденция к постоянному «поиску себя» в разных отраслях, профессиях. Большинство респондентов уверены, что сделали окончательный выбор сферы реализации своих интересов, и развивают свой проект и себя в ней. Ступени образования и развития респондентов можно представить в общем виде следующим образом:

1) Базовое образование. Университет или колледж, куда респондент отправился, исходя из необходимости получения какого-либо образования, без ясного представления себя в конкретной профессии.

2) На пике саморазвития и заинтересованности конкретным проектом в конкретной сфере участники – получение дополнительного образования (обучение на семинарах или курсах).

3) Постоянное развитие себя, чтение специальной литературы, выбор определенных информационных источников, позволяющих иметь глубокое представление о конкретной сфере деятельности.

Из материалов интервью:

«Военмех – первое образование, специальность “система автоматического управления летательных аппаратов”. Пошел учиться на второе высшее – ВШЭ на вечернем, закончил в 2004 (специальность: “стратегический менеджмент”）」 (мужчина, 37 лет).

«ПТУ, наладчик станков с ЧПУ и, соответственно, станочник широкого профиля. То есть, человек, который должен уметь работать на любом станке» (мужчина, 36 лет).

«Все знания – это просто накопленный опыт жизни» (мужчина, 36 лет).

«В Петербурге я пытался учиться в одном институте, втором, третьем, десятом и так далее» (мужчина, 36 лет).

«Ну, в инязе я учился. То есть, я достаточно очень хорошо знал иврит. То есть, восточные языки» (мужчина, 36 лет).

Респондентов объединяет гибкость в отношении организации времени, пространства, формирования контактов и использования новых техно-

логий. Общие тенденции в организации собственного времени можно выделить следующие:

1) Ненормированность рабочего дня. Не существует точного расписания рабочего времени участников исследования, так как большинство работы на этапе построения бизнеса приходится выполнять самим.

2) Полная свобода в организации времени. Респонденты подчеркивают, что они «сами себе начальники» – у них нет вышестоящего руководства, поэтому время на отдых, работу, семью они выбирают сами.

Из материалов интервью:

«То есть все относительно свободно: есть клиенты, которые работают с понедельника по пятницу, как все нормальные люди с понедельника по пятницу, а принципе, мы тоже стараемся с понедельника по пятницу. Это не значит, что мы не можем взять и уехать куда-то или еще что-то. Свобода полная. Вот у меня партнер сейчас с Хибинах отдыхал, на недельку съездил отдохнул. Вот захотелось отдохнуть и... “задолбало все – поеду съезжу”... вот... так что не знаю, мне сложно сказать про время работы. Бывает, там, вечерами работаем, потому что надо ездить на встречи с клиентами, которые иногда проходят вечерами, в кафе, в клубах, в барах. Захотел в Москву – поехал, съездил...» (мужчина, 27 лет).

В отношении организации пространства выделяются противоположные тенденции.

1) Существует «привязка» к клиентам и поэтому к конкретному месту – офису. Кроме того, поскольку на начальном этапе развития бизнеса самое главное для бизнесмена создание клиентской базы, необходимо точное место, куда можно обратиться за информацией, а также принять инвесторов или государственных служащих.

С другой стороны, респонденты подчеркивают, что желание клиента – закон для бизнесмена. Клиента необходимо «завоевать», поэтому у «стартапщиков» существует тенденция к гибкости в отношении организации собственного пространства, например, при необходимости проведения сделок на отдаленных территориях или заключения договоров в других странах.

Из материалов интервью:

«Офис нужен. Первоначально я сразу же понял, что офис нужен. Потому что, во-первых, должен где-то бухгалтер работать. Если бухгалтер работает дома, то ничего хорошего из этого точно не выйдет. (...) Это психология нормального человека. Когда ты идешь на работу куда-то в офис, ты понимаешь, что ты идешь и ты, соответственно, уже понимаешь, что ты работаешь на дядю. Этот дядя за тобой следит. Он для тебя снял офис, ты в нем сидишь и ты делаешь для него работу» (мужчина, 36 лет).

«То есть, я в любой день могу куда угодно поехать. Не важно, Москва, Хельсинки или Нью-Йорк, мне до фонаря. То есть, если есть кли-

ент и этот клиент платит деньги за продукт, то абсолютно на все наплевать, просто едешь и все» (мужчина, 36 лет).

Другая интересная черта, объединяющая всех респондентов, а также являющаяся наиболее ярко выраженным и важным свойством для новатора, – это высокая степень самостоятельности и ответственности за собственные поступки и собственный бизнес. Описывая особенности ведения собственного бизнеса, участники исследования отмечали риск «провала», а также четкое понимание, что если не успеть «здесь и сейчас», есть возможность потерять бизнес и инвесторов (или их вовсе не найти), не заработать денег, не расплатиться с кредитами и т.п. При этом осознание риска, а, следовательно, огромной ответственности за свои действия является огромным стимулом к большим достижениям и активному развитию собственного бизнеса.

Из материалов интервью:

«Никакой предприниматель не скажет вам, как ему было тяжело добраться, он расскажет вам о том, что он сделал для того, чтобы быстрее добраться, то есть что было сделано и что он будет предпринимать дальше. Самая главная черта предпринимателей – брать на себя ответственность, ответственность за то, что человек делает. Вот я, например, отвечаю за свои слова, за свою семью, за людей, которые меня окружают, за клиентов, которые нам деньги платят за то, что мы им там что-то делаем...» (мужчина, 27 лет).

Отсюда также вытекает еще одно особенное свойство, характеризующее ценностные ориентации субъектов новой экономики, – это отсутствие склонности к «жалованию», «сетованию» на обстоятельства или собственную жизнь, бизнес, инвесторов и т.п.

Из материалов интервью:

«Потому что люди в основном, которые вас окружают... они... что происходит, когда вы с ними общаетесь: “знаешь, у меня на работе проблемы...”. Все жалуется на какие-то проблемы, сложности. А предприниматели, они не так общаются – они, когда общаются то, говорят, как круто у них все, как они развиваются, как они решают проблемы, а не какие у них проблемы. Ну потому что они по-другому к жизни подходят, они понимают, что они сами строят свою жизнь, их жизнь в их руках. И поэтому их действия другие... они предпринимают их, они способствуют их росту, достижениям в жизни, а не то, что у них есть кто-то сверху, который говорит им что делать, потому что плохой там какой-нибудь босс или я не знаю. То есть в принципе принципиально другое общение» (мужчина, 27 лет).

Исходя из материалов пилотажного эмпирического исследования, а также анализа теоретических концепций, характеризующих современные тенденции развития экономической системы, мы выделили ряд характеристик, которые формируют ценностный пул субъекта новой экономики. Эти характеристики следующие.

- Самостоятельный характер реализации бизнес-идеи: по крайней мере, на начальном этапе субъект новой экономики сам занимается оформлением этой идеи, созданием бизнес-плана, поиском инвесторов. Это определяет высокий уровень ответственности за результат, а также высокий уровень мотивации.

- Как минимум, высшее образование и стремление к постоянному саморазвитию.

- Гибкость в отношении организации своего времени – способность быстро приспосабливаться к обстоятельствам, легко поддаваться изменениям, преобразованиям. Отсутствие фиксации «рабочего времени» в течение дня – рабочий день может быть растянут, может быть укорочен на усмотрение субъекта новой экономики; отсутствие деления времени на «рабочее» и «вне рабочее».

- Гибкость как проявление «творчества» (выбора различных направлений для развития), активность в реализации новых идей.

- Гибкость в отношении организации своего пространства (субъект новой экономики в состоянии создать себе необходимую атмосферу практически в любом месте).

- Гибкость в формировании новых контактов и интеграции в профессиональное сообщество (сговорчивость, способность объединиться / скооперироваться с коллегами из смежных сфер / контр-сфер деятельности).

- Гибкость в использовании новых технологий (готовность при необходимости воспользоваться интернет-ресурсами), а также к их созданию (способность генерировать на основе совокупности элементов «новые» элементы, способность к системному мышлению).

- Стремление рассчитывать на собственные силы (отсутствие фактора сильных связей (родственных, дружественных и т.д.), готовность к честной и открытой конкуренции).

- Прибыль от бизнеса как второстепенный фактор его развития (не иметь убытков важнее, чем иметь прибыль в 300%).

Данные характеристики, безусловно, носят гипотетический характер и являются основой для последующего исследования. Однако уже сейчас очевидно, что современная социально-экономическая среда – это среда постоянных изменений, уникальное пространство, в котором практически бесконечные возможности для деятельности сочетаются с неизбежными и во многом неожиданными рисками. Оно предъявляет людям определенные «вызовы», отвечать на которые сложно, а не ответить – невозможно. Это вызовы динамичности, молодости, стремительности карьеры, креативности,

информатизации, инновационности. Специфика реакции субъектов новой экономики на эти вызовы определяет трансформацию взаимодействия индивидов и социальных групп с государственными институтами и институтами рынка, изменяют роль образования в жизни современных молодых людей, особенности реализации карьерных амбиций и деловых планов в условиях современности.

Список источников

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура // пер. с англ., под научн. ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000.
2. Макаров, В. Л. Экономика знаний: уроки для России / В. Л. Макаров, А. Е. Варшавский, А. Н. Козырев и др. // Вестник Российской Академии Наук. – 2003. – № 5.
3. Рейнгольд, Е.А. Факторы экономики знаний в обеспечении конкурентоспособности предприятий // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 3 (27).
4. Шуть О.Н. Информация как экономический ресурс. Электронный ресурс: Корпоративный менеджмент. 27.11.2003 – Режим доступа: <http://www.cfin.ru>. Дата обращения: 08.06.2011.
5. Alexander, Ch.P. The New Economy/ Ch.P. Alexander, G. Bolt, A. Zagorin. – New York, 1983. – Vol. 121. – № 22.
6. Atlas, S.A. Virtual Worlds Research: Past, Present & Future/ S.A. Atlas. 2008. Access Mode: <http://journals.org>. Date: 05.06.2011.
7. Barnes, S. Brand value in virtual worlds: an axiological approach / S. Barnes, J. Mattsson. – Norwich, 2008. Access Mode: <http://www.csulb.edu>. Date: 05.06.2011.
8. Brown, J.S. The Social Life of Information/ J.S. Brown, P. Duguid. – Harvard Business School Press, 2000.
9. Castronova, E. On Virtual Economies/ E. Castronova. – Bloomington, 2002.
10. Currie, W. The global information society/ W. Currie. – Wiley, 2000.
11. Dyson, E. Friction Freedom/ E. Dyson. – Forbes ASAP, 1998.
12. Jankowich, A. Property and democracy in virtual worlds. – Boston, 2005.
13. Lash S., Urry J. Economies of Signs and Space. – London: Sage, 1994.
14. Mankiw, N. Gr. Principles of Economics/ N. Gregory Mankiw. – South-Western College Pub, 2003.
15. Shapiro, C. Information Rules/ C. Shapiro, H.R. Varian. – Harvard Business School press, 1999.
16. Verzola, R. Information Economy. – 2006. Access Mode: <http://vecam.org>. Date: 06.06.2011.
17. World Development Report: Knowledge for Development (Electronic resource). – Electronic data. – Washington, 1998-1999. Access Mode: <http://www.worldbank.org>. Date: 05.06.2011.

Научное издание

**EX PROFESSO:
СО ЗНАНИЕМ ДЕЛА**

Альманах студенческих исследований факультета менеджмента
Санкт-Петербургского филиала
Национального исследовательского университета
«Высшая школа экономики»

Выпуск 2010 – 2011 уч. год
Под общей редакцией А. Саниной