

ЦЕНТРОСОЮЗ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

РОССИЙСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ

**ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ
И ПРИКЛАДНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ**

кооперативного сектора экономики

НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

3

2008

ЦЕНТРОСОЮЗ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ

**ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
кооперативного сектора экономики**

Научно-теоретический журнал
Выходит один раз в два месяца
Издается с сентября 2003 года

№ 3

Май – июнь 2008 г.

Учредитель – Автономная некоммерческая организация высшего профессионального образования Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»

Главный редактор – д.э.н., проф., ректор Российского университета кооперации
В.А. Кривошей

Ответственный за выпуск – к.э.н., проф., проректор Российского университета кооперации по научной работе
Н.Н. Соловьев

Редакционная коллегия:
д.э.н., проф. *Е.Ф. Авдокушин*;
д.э.н., проф. *И.А. Адамов*;
д.ю.н., проф. *Ю.Г. Арзамасов*;
д.э.н., проф. *Э.А. Арустамов*;
д.э.н., проф. *С.Л. Блау*;
д.э.н., проф. *Д.Н. Валигурский*;
д.э.н., проф. *А.Т. Васюкова*;
д.в.н., проф. *В.М. Вдовин*;
д.ф.н., проф. *А.В. Гордеева*;
д.ф.н., проф. *Б.Ф. Кевбрий*;
д.т.н., проф. *В.И. Криштафович*;
к.э.н., проф. *Ю.В. Морозов*;
д.э.н., проф. *М.Ф. Овсийчук*;
д.э.н., проф. *В.Я. Овсийчук*;
д.ю.н., проф. *Е.А. Певцова*;
д.т.н., проф. *Ф.А. Пеприще*;
д.э.н., проф. *Т.В. Ногодина*;
д.э.н., проф. *И.С. Санду*;
д.э.н., проф. *А.А. Степанов*;
д.э.н., проф. *А.В. Ткач*;
д.и.н., проф. *А.И. Ушаков*;
д.э.н., проф. *А.М. Фридман*;
д.э.н., проф. *А.В. Шаркова*;
д.э.н. *И.В. Бондарчук*, МГУИИ;
д.ю.н., проф. *С.А. Глозов*, РГТУ;
д.ю.н., проф. *В.Г. Нахолов*, РГСУ;
д.и.н., проф. *А.А. Пестуля*, ЦУНК (Украина);
д.т.н., проф. *В.Е. Сычко*, БТЭУ (Беларусь);
д.э.н., проф. *Ф.Н. Тухарь*, КТУ (Молдова).

В НОМЕРЕ:

К 95-летию Российского университета кооперации: представляем научно-педагогические школы

Развитие хозяйственного механизма функционирования потребительской кооперации

Какой маркетинг нужен сегодня потребительской кооперации?

Региональная кластерная политика как условие совершенствования кооперационно-хозяйственных форм взаимодействия малого и крупного бизнеса

Реализация эффективной коммуникационной политики – основа прогнозирования и планирования розничного товарооборота предприятий потребительской кооперации

Опыт оценки региональной дифференциации качества жизни населения

Модель системы финансирования продовольственной сферы потребительской кооперации

Служба контроллинга в потребительской кооперации России

Применение пластиковых карт в розничной торговле

Выбор и внедрение автоматизированных систем бухгалтерского учета в организациях потребительской кооперации

Адрес редакции: 141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. В. Волошиной, д. 12-30.

Тел.: (495) 582-9467;

Факс: (495) 581-3003.

http: www.ruc.su

E-mail: izdat@ruc.su

UDC 34.7
BDB 65.9 (2) 421.8

CENTROSOYOUZ OF THE RUSSIAN FEDERATION
RUSSIAN UNIVERSITY OF COOPERATION
FUNDAMENTAL AND APPLIED RESEARCH STUDIES
of the cooperative sector economics

Academic research journal

№ 3

Appears in print every two months

May – June 2008

Published since September 2003

Founder – Russian University of Cooperation, an autonomous noncommercial organization of higher education of the Centrosoyouz of the Russian Federation

Editor-in-Chief – prof. **Krivoshey V.A.**, Doctor of Sciences (Economics),
Rector of Russian University of Cooperation

Editorial Board:

prof. **KRIVOSHEY, V.A.**, Doctor of Sciences (Economics), Rector of Russian University of Cooperation (**Chairman**);
prof. **Avdockushin, E.F.**, Dr. of Scs (Econ.); prof. **Adamov, N.A.**, Dr. of Scs (Econ.);
prof. **Arzamasov, Yu. G.**, Dr. of Scs (Law); prof. **Aroustamov, E. A.**, Dr. of Scs (Econ.);
prof. **Blau, S.L.**, Dr. of Scs (Econ.); prof. **Valigursky, D. I.**, Dr. of Scs (Econ.);
prof. **Vasyoukova, A.T.** Dr. of Scs (?Vet?.); prof. **Vdovin, V.M.**, Dr. of Scs (Fin.);
prof. **Gordeyeva, A.V.**, Dr. of Scs (Fin.); prof. **Kevbrin, B.F.**, Dr. of Scs (Techn.);
prof. **Krishtafovich, V.I.**, Dr. of Scs (Econ.); prof. **Morozov, Yu. V.**, Dr. of Scs (Econ.);
prof. **Ovseytchouck, M.F.**, Dr. of Scs (Econ.); prof. **Ovseytchouck, V. Y.**, Dr. of Scs (Econ.);
prof. **Pevtsova, E.A.**, Dr. of Scs (Law); prof. **Petrishchii, F.A.**, Dr. of Scs (Techn.);
prof. **Pogodina, T.V.**, Dr. of Scs (Econ.); prof. **Sandou, I.S.**, Dr. of Scs (Econ.);
prof. **Semenov, A.K.**, Dr. of Scs (Econ.); prof. **Solowykh, N.N.**, Dr. of Scs (Econ.);
prof. **Stepanov, A.A.**, Dr. of Scs (Econ.); prof. **Tkatch, A.V.**, Dr. of Scs (Econ.);
prof. **Ushakov, A.I.**, Dr. of Scs (Hist); prof. **Freedman, A.M.**, Dr. of Scs (Econ.);
prof. **Sharkova, A.V.**, Dr. of Scs (Econ.); Mr **Bondartchouk, N.V.**, Dr. of Scs (Econ.),
МГУПИ; prof. **Glotov, S.A.**, Dr. of Scs (Law), ПФТУ; prof. **Pakhomov, V.G.**, Dr. of
Scs (Law), ПГСУ; prof. **Nestoula, A.A.**, Dr. of Scs (Hist), ИУИИК (Ukrain); проф.
Sytsko, V.E., Dr. of Scs (Techn.), БТЭУ (Byelorussia); and prof. **Toukhar, F.I.**, Dr. of
Scs (Econ.), КТУ (Modova).

Publishers address:

Russian Federation, 141014, Moscow, Mytishchy, 12/30 Vera Voloshina Str.,
Russian University of Cooperation. Tel.: (495) 582-9467; Fax: (495) 581-3003.
http://www.ruc.su E-mail: izdat@ruc.su

© Russian University of Cooperation, 2008

К 95-ЛЕТИЮ
РОССИЙСКОГО УНИВЕРСИТЕТА КООПЕРАЦИИ:
ПРЕДСТАВЛЯЕМ НАУЧНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ШКОЛЫ

НАУЧНАЯ ШКОЛА:
«СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА
ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ
КООПЕРАЦИИ»

*Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, профессор кафедры экономики кооперации и предпринимательства Российского университета кооперации **Абель Менделеевич Фридман***

От редакции:

*Научная школа «Совершенствование экономического механизма организаций потребительской кооперации» – одна из старейших и известных не только в нашем университете, но и в России и за рубежом. Возглавляет ее доктор экономических наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, профессор кафедры экономики кооперации и предпринимательства **Абель Менделеевич Фридман**. Почти полвека работает в Российском университете кооперации профессор **Фридман А.М.**, блестящий педагог, искусный оратор, выдающийся ученый. И более 60 лет – в системе потребительской кооперации России.*

Фридман Абель Менделеевич в 1954 году окончил Всесоюзный заочный институт советской торговли (ныне – Российский государственный торговко-экономический университет) по специальности «Экономика торговли» (с отличием), в 1955 г. – Высший педагогический институт Центросоюза (с отличием) по специальности «Преподаватель экономики техникума». В 1965 году защитил диссертацию на соискание ученой степени кандидата наук, в 1987 – доктора экономических наук. В Российском университете ко-

операции Фридман Абель Менделеевич работает с 1963 года. Более 20 лет руководил кафедрой экономики кооперации и предпринимательства.

*Абель Менделеевич является автором более 200 научных, научно-методических работ, 5 учебников и учебных пособий по вопросам экономики потребительской кооперации, 5 монографий: «Совершенствование экономической работы в потребительской кооперации», «Как развиваться кооперативной торговле (путем интенсификации)», «Проблемы эффективности кооперативной торговли» и др. Под непосредственным научным руководством **Абель Менделеевича** подготовлено более 20 кандидатов и докторов наук. За активную и плодотворную научно-педагогическую деятельность **А.М. Фридман** удостоен наград: Значок «Отличник потребительской кооперации», Медаль Монгольской Народной Республики, Знак отличия «50 лет безупречной работы в потребительской кооперации», Почетное звание «Заслуженный деятель науки РФ», Медаль ордена «За заслуги перед Отечеством» II степени, Орден «За вклад в развитие потребительской кооперации России».*

Основные направления научных исследований в рамках научной школы «Совершенствование экономического механизма организаций потребительской кооперации»:

– Разработка новых методов анализа деятельности организаций потребительской кооперации, нацеленных на выявление интенсивных и экстенсивных факторов их экономического развития.

– Выявление и использование резервов стабильного и устойчивого социально-экономического развития.

– Обоснование критериев и показателей эффективности торговой деятельности.

– Совершенствование материального стимулирования работников организаций и предприятий.

– Определение экономического механизма функционирования многопрофильного сельского магазина (методика анализа, экономическое обоснование объемов хозяйствования, оплата труда работников).

– Методология и методика среднесрочного и текущего планирования развития торговли.

– Выявление финансовых ресурсов реализации потребительскими обществами социальной миссии в сельской местности.

– Финансовое планирование в потребительском обществе.

– Управление оборотными средствами организаций потребительской кооперации.

Проводимые исследования носят научно-практический характер. Они востребованы новыми методами хозяйствования в организациях потребительской кооперации в условиях развития рыночных отношений и усиления конкуренции на потребительском рынке.

Исследования в рамках научной школы в основном заказные, то есть связаны с заключением хозяйственных договоров с потребительскими обществами, областными потребсоюзами Центрального федерального округа, Центросоюзом Российской Федерации. Так, в рамках научной школы по заданиям Центросоюза РФ выполнялись исследования по направлениям совершенствования деятельности экономических служб организаций системы потребительской кооперации; выработке методических рекомендаций по стимулированию работников потребительской кооперации, по определению финансовых затрат по реализации кооперативными организациями социальной миссии, по управлению оборотными средствами потребительских обществ и др.

Результаты исследований обсуждаются на научно-теоретических и научно-практических конференциях, проводимых Центросоюзом РФ, кооперативными вузами России и стран СНГ, Российским университетом кооперации, на международных конференциях по итогам научно-исследовательской работы за различные годы и др. Широко освещаются в журналах, научных и учебных изданиях, в «Деловом вестнике «Российской кооперации», сборниках научных трудов, монографиях.

Так, в 2005–2008 гг. по итогам НИР в рамках научной школы опубликованы научные статьи:

– Формирование нового экономического механизма функционирования магазинов потребительской кооперации.

– Ценовая политика организаций (предприятий) потребительской кооперации.

– Определение затрат на реализацию социальной миссии потребительской кооперации.

– Оптимизация налоговых платежей организаций потребительской кооперации.

– Основные положения программы реструктуризации деятельности потребительской кооперации.

– Социальные аспекты оценки деятельности организаций потребительской кооперации.

– Уникальные преимущества потребительской кооперации и их использование.

– Сущность и основные направления реструктуризации деятельности организаций потребительской кооперации.

– Механизм формирования оборотных средств потребительского общества.

– Оборотные средства потребительского общества.

– Проблемы развития кооперативного движения на современном этапе.

– Экономический механизм функционирования оптовых предприятий потребительской кооперации.

– Направления и резервы повышения конкурентоспособности розничной торговли потребительской кооперации.

– Повышение эффективности использования оборотных средств торговых организаций.

– Стимулирование труда продавцов в предприятиях кооперативной торговли.

– Стимулирование труда работников розничной торговли.

– Управление оборотными средствами предприятия.

– Социальные аспекты механизма хозяйствования потребительских обществ.

– Особенности формирования и использования прибыли потребительского общества.

– Совершенствование управления оборотными средствами и др.

Наиболее значимые научные результаты, полученные в процессе исследования в рамках школы:

1. Обоснованный новый механизм функционирования многопрофильного сельского магазина используется во многих потребительских обществах страны (о чем свидетельствуют сообщения и доклады руководителей и специалистов кооперативных организаций на межрегиональных научно-практических конференциях, а также положительная динамика показателей деятельности этих магазинов за последние годы).

2. Рекомендации по определению финансовых затрат, связанных с осуществлением кооперативными организациями социальной миссии, служат базой для обоснования необходимой суммы для возмещения за счет муниципальных бюджетов, в частности транспортных издержек по доставке товаров в отдаленные населенные пункты.

3. На основе использования организациями потребительской кооперации рекомендаций по управлению оборотными средствами повысилась аналитичность и обоснованность оборотных средств, что в определенной степени способствовало росту доли средств в формировании материальных запасов.

4. Предложения по совершенствованию оплаты труда работников, ориентированные на усиление стимулирующей роли заработной платы в повышении эффективности деятельности, находят использование во многих потребительских обществах. Об этом свидетельствуют отчеты по практике, курсовые и дипломные работы, выполненные студентами на материалах организаций и предприятий потребительской кооперации.

По направлениям НИР, осуществляемых в рамках научной школы, студенты выполняют курсовые и дипломные работы. Материалы и результаты студенческих научных исследований обсуждаются на ежегодных проводимых студенческих конференциях.

Результаты научно-исследовательских работ широко используются преподавателями кафедры в учебном процессе: при написании учебников, учебных пособий, прак-

тикумов, содержание которых основано на использовании практического опыта деятельности организаций и предприятий потребительской кооперации.

Результаты НИР, аналитический материал по совершенствованию экономического механизма деятельности кооперативных организаций широко используются при проведении учебных занятий на факультете повышения квалификации университета: проблемных лекций, тренингов, деловых игр, «круглых столов», диспутов и т.п.

В процессе занятий совместно со слушателями обсуждаются материалы и результаты исследований в рамках научной школы.

На базе материалов и результатов исследований, проведенных в рамках научной школы «Совершенствование экономического механизма организаций потребительской кооперации», подготовлен и издан современный учебник «Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества», где раскрывается новый экономический механизм функционирования социально-ориентированной системы потребительской кооперации в условиях усиления конкуренции, обосновывается методика комплексного анализа и многовариантные подходы и расчеты плановых показателей многоотраслевой хозяйственно-финансовой деятельности потребительского общества.

Перспективы развития научной школы «Совершенствование экономического механизма организаций потребительской кооперации» связаны с проведением научных исследований по проблемам совершенствования экономического механизма функционирования организаций и предприятий потребительской кооперации в условиях развития сетевой торговли; обоснования диверсификации деятельности оптовых предприятий потребительской кооперации в новых условиях; выявления направлений усиления стимулирующей роли оплаты труда работников аппарата управления потребительских обществ и их союзов в повышении эффективности деятельности; конкурентоспособности организаций потребительской кооперации и основным направлениям ее повышения.

*А.М. Фридман,
д.э.н., профессор,
Заслуженный деятель науки РФ,
профессор кафедры экономики
кооперации и предпринимательства
Российского университета кооперации*

НАУЧНАЯ ШКОЛА: «НОВАЯ ЭКОНОМИКА»: СУЩНОСТЬ, ФАКТОРЫ, СТРУКТУРА

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой мировой экономики, руководитель Межрегиональной группы ученых – Институт проблем новой экономики, главный научный редактор журнала «Вопросы новой экономики» Евгений Федорович Авдокушин

Основные направления деятельности научной школы – разработка проблем:

- информационной, постиндустриальной экономики;
- изучение сущностных характеристик новой экономики, как экономики знаний, информационной экономики;
- финансовики, рейтингономики;
- новоэкономические факторы предпринимательства;
- теоретические и прикладные аспекты новой экономики;
- новая мировая экономика, ее структура, механизмы, закономерности.

Причиной возникновения потребности в исследовании новой экономики является формирование и развитие самого субъекта исследования – новой экономики, как постиндустриальной, глобализирующейся информационной сетевой экономики, где возрастает роль новых неэкономических факторов, воздействующих на традиционную индустриальную экономику, так называемых неосязаемых факторов «невесомого богатства», в частности, бренда, имиджа, деловой репутации компании и других, воздействующих на стоимость компании и ее капитализацию.

Деловые и научные связи научной школы имеют общероссийский уровень. В 2002 г. создана и действует межрегиональная группа ученых, занимающихся вопросами изучения новой экономики. На международном уровне школа имеет творческие контакты (обмен публикациями, выступлениями, результатами исследований) с учеными стран СНГ (Беларусь, Казахстан, Украина), стран ЕС – Словакия, Литва; Дальнего Востока – Китай, Индонезия.

Палаживаются контакты с учеными США и Великобритании.

Результаты исследований регулярно обсуждаются на всероссийских, международных конференциях, круглых столах, выездных заседаниях представителей школы. Последние форумы состоялись в октябре 2007 г. в г. Ставрополе, в ноябре 2007 г. – в МГУ им. М.В. Ломоносова, в январе-феврале 2008 г. – Кемерово-Сибирский торговый форум. В целом у школы достаточно насыщенная ежегодная программа научных сессий, где выступают ее представители.

Презентации научной школы проводились в МГУ им. М.В. Ломоносова на экономическом факультете, где в 2002–2005 гг. читался спецкурс по этой проблематике. Кроме того, регулярные презентации школы проводятся во время заседаний УМО по мировой экономике, а также в ряде российских городов: Киров (были проведены 3 специализированные конференции по проблематике школы с привлечением СМИ – 2003–2006 гг.), Кемерово (в рамках Сибирского торгового форума, январь-февраль 2008 г.), Мурманск (2007 г.), Краснодар (2005 г.), Хабаровск (2006 г.), Новосибирск 2007 г., Минск (Беларусь, декабрь 2006 г.) и др.

Представители научной школы принимают участие в проектах Российского гуманитарного научного фонда (РГНФ): 2002–2007 гг.

За время своего существования представители научной школы опубликовали десятки научных работ по проблематике новой экономики в различных изданиях, в том числе в сборниках по итогам международных конференций 2004–2007 гг.

Ведущим изданием научной школы является научно-методический реферируемый журнал, который выходит в свет с 2004 г. с периодичностью 4 номера в год. С 2007 г. выходит журнал «Вопросы новой экономики», который рассылается по подписке.

Наиболее значимые научные результаты, включающие разработку основ новой экономики и новой мировой экономики нашли свое отражение в монографии «Исследования новой экономики». – М.: «Магистр», 2008. 20,0 п.л.

К исследованиям в рамках научной школы привлекаются студенты университета, которые проводят подбор статистической и фактологической информации в процессе выполнения курсовых и дипломных работ по специальности «Мировая экономика». Студенты делают подборки материалов, статей по новой экономике, публикуемых в СМИ и Интернете. Журнал «Вопросы новой экономики» имеется в научной библиотеке университета и используется как источник при написании студенческих научных работ.

Научные идеи и положения школы нашли отражение в 5 диссертациях кандидатов экономических наук и докторских диссертациях, защищенных в Российском

университете кооперации, МГУ им. М.В. Ломоносова и Финансовой академии. Основные выводы НИР по новой экономике включены в дисциплины, преподаваемые на кафедрах вузов России: Мировая экономика, МЭО, ОВЭД, МВКО, Международное предпринимательство, Мировой финансовый рынок, Рынок ценных бумаг.

Проблематика новой экономики достаточно обширна. Новая экономика как инновационная, сетевая экономика, базирующаяся на новых технологиях, только набирает силу. Поэтому исследования ее сущности, закономерностей находятся в самом начале.

Сделано еще очень мало, предстоит расширить круг вопросов исследования и контингент исследователей.

Креативные научные исследования, разработка механизмов новой экономики, ее связи с традиционной экономикой останутся актуальными еще как минимум на 40–50 лет.

Перспективность научной школы – в ее новизне и инновационности.

*Е.Ф. Авдокушин,
д.э.н., профессор, заведующий
кафедрой мировой экономики
Российского университета кооперации*

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА КООПЕРАЦИИ

РАЗВИТИЕ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ (Исторический взгляд изнутри)

© 2008 А.М. Фридман*

По мнению автора, в годы советской власти фундаментальные кооперативные принципы были грубо нарушены, что отрицательно повлияло на подлинное кооперативное движение в стране. Методы хозяйствования приняли ненадлежащие им формы и характер. Механизм социалистического хозяйствования стал тормозом социально-экономического развития всех отраслей и сфер деятельности, не соответствовал задачам повышения их эффективности. Поэтому в 80-е гг. начались экономические преобразования, ориентированные на переход от административных к экономическим методам руководства, к широкой демократизации управления, активизации человеческого фактора.

В апреле 2008 г. российская кооперация отметила 100-летие Первого Всероссийского кооперативного съезда. Он состоялся в условиях царского режима. Между тем, его значимость в том, что идеи кооперативного движения всегда затрагивали передовые умы общества. На пленарных собраниях, комиссиях и секциях съезда все стороны и заинтересованно обсуждались животрепещущие проблемы кооперации. Многие из них актуальны и на современном этапе, в частности, соблюдение основополагающих рочдейльских принципов, разработка кооперативного законодательства, место и роль кооперативных союзов, единство кооперативного движения, острая и предметная критика слабых сторон в работе и т.п.

Главное достоинство съезда, состоявшегося еще в 1908 г., после поражения революции, в том, что он провозгласил, что кооперация является общественной, негосударственной организацией, объединением людей на демократической основе.

Приходится с глубоким сожалением отмечать, что в дальнейшем, в годы советской власти, фундаментальные кооперативные принципы были грубо нарушены. Произошло огосударствление всех видов кооперации. Это отрицательно повлияло на подлинное кооперативное движение в стране. Методы хозяйствования приняли, по моему мнению, ненадлежащие им формы и характер.

Основа нормального функционирования кооперации – законодательство. В марте 1917 г. Временное Правительство России приняло «Положение о кооперативных товариществах и их союзах», было разрешено создание любых кооперативных объединений (союзов). До 1988 г. в СССР отсутствовал закон о кооперации.

В первые годы советской власти деятельность различных видов кооперации в соответствии с новыми условиями политической и экономической жизни регулировалась отдельными декретами. Первый декрет о потребительских кооперативах был

Ф р и д м а н А б е л ь М е н д е л е е в и ч – доктор экономических наук, профессор кафедры экономики кооперации и предпринимательства Российского университета кооперации, Заслуженный деятель науки Российской Федерации.

принят в апреле 1918 г. Советом Народных Комиссаров, возложившим на них обязанности обслуживания всего населения страны (городского и сельского). Декретом от марта 1919 г. установлена обязательная приписка всех граждан к кооперативу.

В.И. Ленин неоднократно указывал на необходимость усиления партийно-государственного руководства кооперацией. Так, в статье «О продовольственном палате» он писал, что кооперация в условиях советского строя является видом государственного капитализма.

Функционирование кооперативных организаций и руководство ими на последующих этапах социалистического строительства осуществлялись на основе решений партии и правительства. Продолжались процессы их огосударствления и диктата со стороны государственных и партийных органов.

В сентябре 1935 г. принято постановление СНК СССР и ЦК ВКП(б) «О работе потребительской кооперации в деревне». Вся ее городская материально-техническая база (магазины, столовые, склады, фабрики, заводы и др.), созданная за счет собственных средств кооперативных организаций, была передана государственным предприятиям на безвозмездной основе. В результате потребительская кооперация лишилась значительной части ранее накопленной собственности. В административном порядке были разграничены функции торгового обслуживания населения: городского – государственные предприятия, сельского – кооперативные.

Централизованное государственное руководство кооперацией сыграло позитивную роль в годы Великой Отечественной войны. Потребительские общества были привлечены к нормированному снабжению населения товарами. Они внесли весомый вклад в мобилизацию продовольственных и иных ресурсов для армии.

Однако в послевоенный период прежний механизм тормозил успешное демократическое развитие потребительской кооперации.

В СССР съезды проводились по отдельным видам кооперации. Первый съезд потребительской кооперации СССР состоялся в 1928 г., а последний двенадцатый – в 1989 г.

Особое место, в смысле кооперативного строительства, имел Второй съезд по-

требительской кооперации СССР (1930 г.). Он проходил с участием делегатов съезда потребительской кооперации РСФСР. С этого года и до 1954 г. Центральным органом системы стал Центросоюз СССР, объединивший потребсоюзы союзных республик и всех регионов России. Такой сложной и в определенной степени «искусственный» и неуправляемый союз усложнил руководство кооперативными организациями страны. Он ставил при решении экономических и организационных вопросов в один уровень, к примеру, республиканский потребсоюз Украины с потребсоюзом Архангельской области. Надо при этом иметь в виду, что до 1957 г. Центросоюз на основе утвержденного Правительством СССР государственного плана занимался анализом и планированием всех показателей хозяйственно-финансовой деятельности входящих в его состав потребсоюзов (от розничного оборота до прибыли и капитальных вложений). К тому же, Центросоюз имел в своем подчинении на всей территории страны большое количество собственных предприятий.

В этих условиях и при отсутствии нормальной связи с Москвой потребсоюзы для решения оперативных задач создали при Центросоюзе свои постоянные представительства. Работая в эти годы в планово-экономическом аппарате Коми потребсоюза, многие срочные вопросы формирования трудовых и иных ресурсов, штатных расписаний организаций и предприятий системы пришлось решать в Центросоюзе через этого представителя. Он обладал необходимыми полномочиями, знаниями и опытом для выполнения всех текущих поручений правления потребсоюза. Кстати, его должностной оклад был установлен на уровне начальника отдела потребсоюза.

В 1954 г. наряду с возрождением органов государственного управления отраслями и другими сферами экономической и общественной жизни РСФСР был образован Российский союз потребительских обществ (Роспотребсоюз). С 1992 г. – Центральный союз потребительских обществ РФ.

Образование этого союза, на мой взгляд, положительно отразилось на региональном развитии потребительской кооперации Российской Федерации. В 1957 г. Роспотребсоюзу были переданы функции

планирования хозяйственно-финансовой деятельности региональных союзов. В определенной мере (не без усилий вновь созданного экономического аппарата) увенчались удачами проведенные меры по повышению обоснованности планов и выделяемых для кооперации Советом Министров РСФСР ресурсов.

Все высшие форумы потребительской кооперации СССР посвящались обсуждению ее задач в свете решений Съездов и Пленумов ЦК КПСС. Начиная с седьмого съезда (1966 г.), автор этих строк участвовал на заседаниях всех съездов потребительской кооперации (по гостевым билетам). Состав участников, содержание и порядок проведения этих съездов, стиль обсуждения вопросов и принятия решений, выборы руководящих органов радикально отличались от Первого Всероссийского кооперативного съезда.

Общезвестно, что содержание выступлений участников кооперативных съездов заранее согласовывались в аппарате Центросоюза (и не только там) и носили стандартный характер: благодарность партии и правительству за заботу о кооперации, достигнутые успехи и меры по дальнейшему развитию. Как правило, отсутствовали дискуссии, критические замечания в адрес правления и аппарата Центросоюза. Допускались иногда отрицательные реплики по отношению к отдельным министерствам и комитетам (финансов, сельского хозяйства, цен, труда и заработной платы и др.).

В соответствии с некоторыми уставами Центросоюза и региональных потребительских союзов закрытым голосованием происходили выборы членов Совета, а Советы открытым голосованием избирали Председателя и членов правления.

Кандидатуры Председателя правления Центросоюза утверждались в Секретариате ЦК КПСС, о чем на съезде сообщалось заведующим отраслевым отделом ЦК партии. В этом отделе согласовывался список членов правления Центросоюза. Для более тесной увязки руководящих партийных, государственных и кооперативных органов Председатель правления Центросоюза избирался кандидатом в члены ЦК КПСС и депутатом Верховного Совета СССР.

Состав работников низовых звеньев не отвечал предъявляемым требованиям (по про-

фессиональному и образовательному уровням). Так, за несколько лет моей работы в должности плановика-экономиста Сыктывдинского райпотребсоюза (Коми АССР) были заменены по указанию райкома партии три направленных им председателя правления (без их избрания на собрании уполномоченных пайщиков). Они ранее не имели положительного опыта хозяйственной работы (зам. директора промкомбината, учитель физкультуры, директор школы). Основные причины увольнения – невыполнение планов, недостатки морально-бытового характера.

Отсутствие в социалистической системе законодательных актов о функционировании кооперации привело к ее огосударствлению. Об этом, в частности, свидетельствует критическая оценка всех основных элементов ее хозяйственного механизма, содержание которых не отличалось от государственных предприятий. Различия носили лишь формальный и внешний характер, сводились к названию организаций, должностей руководителей и т.п. Во главе государственного предприятия – назначаемый директор, а кооператива – избираемый председатель правления. Если директор подчинялся начальнику вышестоящей организации (треста, главка), то председатель правления потребительского общества – общему собранию и правлению своего союза.

В соответствии с уставами контрольные функции в системе потребительской кооперации осуществляли избираемые ревизионные комиссии, но их роль и ответственность в деле обеспечения сохранности имущества были незначительными. В период работы в должности зам. директора Сарапульского кооперативного техникума (Удмуртия) в 1955–1962 гг. меня неоднократно избирали председателем ревизионной комиссии соответствующего райпотребсоюза. Привлекался к ежегодной документальной ревизии его деятельности, но по ее актам правлением Удмуртского потребсоюза необходимые меры по устранению выявленных недостатков не принимались. Более эффективными были проверки, проводимые штатным ревизионным аппаратом потребсоюза.

Экономическая основа нормального функционирования любого хозяйствующего субъекта – его собственные средства, а степень его самостоятельности и платежеспособности зависит от наличия собственных

оборотных средств. Между тем, в социалистическом строе вся хозяйственная деятельность организаций и предприятий потребительской кооперации осуществлялась за счет кредитов Госбанка СССР по весьма низкой ставке (2% годовых). Для их получения доля собственных оборотных средств в оплате товаров составляла для сельпо 15%, оптовых баз – 10%. При этом все счета за поставку товаров кооперативам автоматически оплачивались за счет кредитов банка. Поэтому действовало положение, что выручка сельпо от реализации товаров поступает не на его расчетный счет в банке, а на специальный счет и направляется на погашение ранее выданного на оплату счетов поставщиков кредита (кредитные договоры отсутствовали). По результатам регулирования этого счета (2 раза в месяц) банк выявлял состояние ссудной задолженности и определенную сумму средств перечислял со спецссудного на расчетный счет сельпо для проведения текущих операций по заработной плате и другим платежам. Следовательно, банк всецело контролировал все совершаемые потребителем обществом денежные расчеты.

Функционирование спецссудного счета при отсутствии у сельпо необходимых собственных оборотных средств означало, что реальным собственником товаров и иного имущества являлось не потребительское общество, а государство в лице Госбанка.

При образовании у отдельных сельпо просроченной кредиторской задолженности (картотека № 2) и несвоевременно погашенной ссуды банка райпотребсоюз практиковал перераспределение собственных средств между ними. Такие субъективные решения правления райпотребсоюза постоянно оформлялись на основе данных о регулировании спецссудных счетов сельпо. При этом изымались средства у относительно благополучных на данный момент сельпо и направлялись на погашение задолженности других. Для этих операций использовались заранее оформленные платежные поручения отдельных сельпо, которые хранились у экономиста райпотребсоюза из-за отдаленности многих кооперативов от отделения банка. В этих условиях экономисту было поручено исполнение постановления правления о перечислении средств.

Такой порядок (а вернее, беспорядок) при низкой процентной ставке за кредит при-

водил к накоплению огромных товарных запасов, к искажению показателей финансового состояния сельпо, отсутствию действенной ответственности конкретных работников за нарушение расчетно-платежной дисциплины.

Одним из элементов хозяйственного механизма является планирование. Оно было провозглашено основным законом социалистического общества. Невыполнение планов считалось крупным нарушением партийно-государственной дисциплины со всеми вытекающими отрицательными последствиями (вне зависимости от формы хозяйствования).

Развитие всех сфер деятельности организаций и предприятий потребительской кооперации в социалистической системе осуществлялось по государственным планам. Так, планы розничного оборота, закупок основных видов сельскохозяйственной продукции, производства предметов потребления для системы потребительской кооперации утверждались советами министров союзных республик. Республиканские потребсоюзы доводили плановые задания до организаций и предприятий. Необходимые для выполнения государственных планов товарные, сырьевые и иные ресурсы выделялись соответствующими плановыми органами (госплан республики, областные плановые комиссии).

Плановое централизованное распределение товарных ресурсов (почему-то названных рыночными фондами) по социальным формам торговли (государственная и кооперативная) привело к необоснованному определению их величины по территориальному признаку (город и село). В результате подобной социальной несправедливости жители села были вынуждены ездить за покупками многих товаров повседневного спроса в города, в частности сельскохозяйственных продуктов (мясо, колбасные изделия, масло и т.п.)

При отсутствии рыночных отношений потребсоюзы в принудительном порядке прикреплялись к определенным поставщикам товаров и сырья. Это отрицательно влияло на их ассортимент и качество. Например, в магазинах потребительских обществ Московской области преобладали кондитерские изделия местных фабрик.

Потребительские общества и их союзы в обязательном порядке широко привлека-

лись к государственным закупкам у колхозов, совхозов и граждан сельскохозяйственной продукции по весьма низким государственным ценам. Откровенно говоря, выполнение сторонами этих плановых заданий не было операциями купли-продажи, они носили характер заготовок. Производители обязаны были за бесценок поставлять продукцию, а кооперативные организации – поступившую продукцию отгружать по нарядам и ценам государственных органов.

Кстати, в настоящее время подобные закупки сельскохозяйственной продукции проводят различные кооперативы и предприниматели по свободным рыночным ценам с учетом складывающейся конъюнктуры и затрат на ее производство. Однако нередко новые рыночные отношения в литературе и в статистических сборниках по-прежнему называют заготовительной деятельностью.

Важно отметить, что в СССР (в так называемой «плановой системе») формы и методы планирования не всегда и не везде отвечали предъявляемым в те годы требованиям. Это негативно повлияло на уровень и качество планово-экономической работы в системе потребительской кооперации.

Государственные планы развития народного хозяйства на текущий год утверждались Верховным Советом СССР с большим опозданием (нередко в апреле – мае). Поэтому многие качественные плановые показатели, в частности, фонд заработной платы, прибыль, капитальные вложения и др. доводились до потребительских обществ (непосредственных исполнителей) в середине года. Каждый отдел потребсоюза (плановый, финансовый, труда) разрабатывал свои плановые показатели по нижестоящим организациям в разные сроки и без их согласования между собой. В течение длительного периода кооперативные организации функционировали без плана, комплексный план развития их хозяйственно-финансовой деятельности вовсе отсутствовал. В этих условиях составление на местах финансового плана было формальным и не имело экономического смысла.

Особыми недостатками обладало плановое планирование (в сельпо и в райпотребсоюзе). До 1950 г. в потребительских обществах не было должности экономиста. Бухгалтер, а тем более счетовод, наряду с учетной работой мог только заниматься составлением огром-

ного количества форм статистической отчетности (по каждому виду сельскохозяйственной продукции – отдельный отчет).

Экономисту райпотребсоюза для представления в отделение Госбанка следовало ежеквартально разрабатывать планы издержек обращения (по 36 статьям) и прибыли по каждому сельпо (в Сыктывдинском районе их было 15). Эта огромная в техническом отношении работа выполнялась на конторских счетах и в лучшем случае на арифмометре «Феликс». Эти показатели использовались кредитным инспектором банка для анализа бухгалтерской отчетности сельпо. Парадокс в том, что в сельпо некому было заниматься аналитической работой.

Подобная и другая «сизифов-труд» планово-статистическая работа выполнялась экономистами райпотребсоюза, благодаря высокой исполнительской дисциплине и действием ненормированного рабочего дня. Кстати, в те годы все заседания правления, балансовые комиссии, производственные и иные собрания и совещания проводились с 20 часов.

Приходится с огорчением отмечать: сейчас нередко отсутствует нормальная исполнительская дисциплина, крайне необходимая для успешного функционирования любой организации.

Материальное и моральное стимулирование работников кооперативных организаций и предприятий было теснейшим образом увязано с показателями выполнения плановых заданий. Отрицательную роль, на мой взгляд, сыграла практика применения прогрессивной системы оплаты труда. Так, за сверхплановый оборот выплата продавцам проводилась по удвоенным расценкам. Оплата труда всех работников аппарата управления и служащих сельпо и потребсоюзов (от сторожа до руководителя) в 1940–1950-е гг. была поставлена в зависимость от процента выполнения плана розничного оборота, но не менее 80–90% месячного должностного оклада. Весьма солидно поощрялось перевыполнение плана (в размере до 7% оклада за каждый процент перевыполнения).

В этих условиях усилия экономических служб были устремлены главным образом на обоснование заявки вышестоящей организации заведомо заниженного плана в ущерб потребителям. Уместно по этому поводу вспомнить замечательный фильм «Премия» и народного артиста Е. Леонова

в роли Потапова, строительная бригада которого отказалась от незаслуженно начисленной, по их мнению, премии за выполнение необоснованно скорректированного отделом планового задания.

Работая экономистом райпотребсоюза, совместно с правлением добивался утверждения плановых заданий, необходимых для получения работниками премиальных выплат. К сожалению, в этом тогда заключалась «плановая дисциплина». За своевременное представление отчетности и доведение планов до сельпо был переведен на работу в плановый отдел Коми потребсоюза.

С директивным планированием непосредственно связано централизованное ценообразование. Продажа товаров в магазинах сельпо проводилась по прейскурантам, утвержденным Государственным комитетом СССР по ценам и его органами на местах. Кооперативные организации имели право самостоятельно устанавливать розничные цены только на сельскохозяйственную продукцию, закупленную у производителей по ценам согласно договоренности после выполнения ими государственных планов.

Для возмещения повышенных расходов по доставке товаров в глубинные населенные пункты (на расстоянии свыше 10 км от поставщиков) применялись так называемые автогужевые надбавки, размеры которых были утверждены Советом Министров СССР в % к розничной цене. В зависимости от расстояния магазина и номенклатуры товаров надбавки составляли от 3 до 20%. К тому же до 1966 г. на все товары действовали сельские цены (на 7% выше городских). Дополнительные средства поступали в бюджеты страны.

Подобное ценообразование усугубило социальное расслоение и резко снижало сложившийся весьма низкий уровень жизни сельского населения. Оно являлось, по моему мнению, дискриминацией жителей села, которые при низкой платежеспособности были вынуждены пополнять бюджеты страны и нести дополнительные транспортные расходы.

Доходы от торговли формировались за счет торговых скидок, предоставляемых поставщиками товаров в процентах от розничной цены. Размеры скидок фиксировались в прейскурантах, утверждаемых в централизованном порядке по товарным группам для всех организаций страны. Они не

соответствовали уровню издержек обращения отдельных групп товаров, в частности, транспортных расходов кооперативных организаций и предприятий. Поэтому потребсоюзы производили дифференциацию размера торговых скидок при отпуске со своих оптовых баз товаров потребительским обществам.

Из-за необоснованности величины торговых скидок сложились разные показатели рентабельности сельпо и райпотребсоюзов, которые не отражали реальные показатели эффективности их работы. Этим объясняется порочная практика перераспределения потребсоюзами собственных средств между кооперативными организациями, что не обеспечило надлежащую их ответственность за финансовые результаты.

Экономическая самостоятельность хозяйствующих субъектов предполагает их полную свободу при решении задач формирования состава работников и оплаты их труда. Между тем, в административно-плановой системе коренные положения материального стимулирования работников потребительской кооперации устанавливались Государственным Комитетом Совета Министров СССР по вопросам труда и заработной платы, в частности, должностные оклады, сдельные расценки за продажу товаров, выпуск продукции и т. п.

В 1950-е гг. штатные расписания организаций и предприятий утверждались Министерством финансов СССР и подлежали обязательной регистрации в местных финансовых органах. Ежегодно доводились задания по сокращению численности аппарата управления и служащих (примерно 20 – 25%).

Подобная регламентация препятствовала нормальному развитию экономики страны и системы потребительской кооперации, повышению качества обслуживания населения и решению других социальных задач.

Итак, механизм социалистического хозяйствования стал тормозом социально-экономического развития всех отраслей и сфер деятельности, не соответствовал задачам повышения их эффективности. Поэтому в 80-е гг. начались некоторые экономические преобразования, ориентированные на переход от административных к экономическим методам руководства, к широкой демократизации управления, активизации человеческого фактора.

В 1988 г. в результате упорных усилий ряда организаций и ученых был принят первый в истории СССР Закон о кооперации, призванный содействовать развитию кооперативного движения на подлинно демократической основе, с широким использованием товарно-денежных отношений. В качестве первого он заложил основу формирования кооперативного законодательства.

Нельзя не помнить, что этот Закон разработан в условиях господства государственной собственности, социалистических методов хозяйствования и партийного руководства. Он не отражал объективную необходимость перехода к рыночной экономике и многие радикальные особенности функционирования многоотраслевой деятельности и хозяйственного механизма системы потребительской кооперации.

Кстати, в Законе указывалось, что государственное руководство кооперативами осуществляется Советами народных депутатов и другими государственными органами (безусловно, в общенародных интересах).

Под влиянием проводимого в стране разгосударствления собственности произошло сокращение производственного потенциала потребительской кооперации. На базе ее имущества с нарушением уставов и иных нормативных актов были образованы сомнительные акционерные общества и товарищества с ограниченной ответственностью. По вине нечестных руководителей потребительских обществ и союзов, при нестабильности их экономического положения имела место бесконтрольная и без решения пайщиков незаконная распродажа их основных фондов различным коммерческим структурам по низким ценам.

Определенную «ленту» в этот негативный процесс внес Указ Президента РФ от 16.02.1992 г. № 144 «О коммерциализации деятельности предприятий потребительской кооперации в РФ». Для формирования конкурентной среды он предусматривал выделение в составе потребительских обществ самостоятельных хозяйственных единиц на правах юридических лиц. Эти положения ввиду их абсолютной нереальности не получили повсеместного распространения.

С переходом на рыночные рельсы назрела объективная необходимость коренной реорганизации механизма функционирования

всех видов кооперации в свете совершенно новых политико-экономических условий.

В июне 1992 г. принят Закон «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в РФ». В дальнейшем приняты Законы РФ по другим видам кооперации (сельскохозяйственной, производственной, кредитной и т.п.).

Этот Закон заложил основы развития потребительской кооперации в новых социально-экономических условиях жизни в стране. Кооперативные организации и предприятия стали экономически самостоятельными. Закончилась эра ее огосударствления. В Законе подчеркивается: государственные органы не вправе вмешиваться в хозяйственную, финансовую и иную деятельность потребительских обществ и их союзов. Закреплены демократические принципы формирования органов управления.

Потребительские общества самостоятельно планируют и осуществляют свою хозяйственно-финансовую деятельность, определяют условия и размеры оплаты труда работников. Установлены нормальные экономические взаимоотношения между кооперативами и их союзами.

Для предотвращения отчуждения и сохранения собственности в Законе было определено: имущество потребительских обществ принадлежит пайщикам на праве частной (общей долевой, общей совместной) собственности. По решению пайщиков работники кооперативных организаций и предприятий также имели право на закрепление имущества. Это не до конца продуманное положение имело весьма негативные последствия. Произошло присвоение собственности, ее передача в частные руки, резкое сокращение численности пайщиков и материально-технической базы потребительской кооперации.

По мере накопления опыта и изменения социально-экономической обстановки в стране совершенствуется кооперативное законодательство. В принятый Закон внесены некоторые радикальные изменения, приняты его новые редакции (от 11 июля 1997 г. и 28 апреля 2000 г.). В них закреплены положения по реформированию механизма функционирования системы потребительской кооперации, вытекающие из Гражданского кодекса и других законодательных и нормативных актов РФ. Собственником имущества являются потреби-

тельские общества и их союзы в качестве юридических лиц. Это имущество не распределяется между пайщиками, которым принадлежат внесенные ими паевые взносы. Предусматривается формирование неделимых фондов. Союзы потребительских обществ наделены распорядительными и контрольными функциями. Усиливается роль пайщиков в управлении и в работе потребительских обществ и их союзов и др.

В настоящее время подготовлены и широко обсуждаются проекты нового Закона о потребительской кооперации.

В обеспечении стабильного развития и формировании новых методов хозяйствования несомненно большую роль сыграла разработанная в 2001 г. Концепция развития потребительской кооперации РФ на период до 2010 года. На ее базе потребительскими обществами и их союзами были утверждены и претворены в жизнь с учетом

местных условий конкретные социально-экономические программы. Это позволило в определенной мере закрепить позиции потребительской кооперации на конкурентном потребительском рынке.

Для обоснования в новых условиях долгосрочных и среднесрочных программ на основе всестороннего и глубокого обсуждения в системе разработана Концепция развития потребительской кооперации РФ на период до 2015 г., утвержденная на 134-м общем Собрании представителей потребительских обществ России. В ней определены новые перспективные горизонты по всем основным направлениям деятельности, задачи повышения ее конкурентоспособности и эффективности в условиях политической стабильности и устойчивого социально-экономического развития, успешного функционирования крупных федеральных и региональных торговых сетей.

КАКОЙ МАРКЕТИНГ НУЖЕН СЕГОДНЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ?

© 2008 Ю.В. Морозов*

Маркетинговый подход является одной из концептуальных установок развития потребительской кооперации. Конкурентную борьбу за покупателя можно выиграть только на основе маркетингового подхода в управлении кооперативными организациями. Маркетинг, ориентированный на сбыт товаров, ушел в прошлое. Начинает устаревать и маркетинг, ориентированный на изучение нужд и потребностей людей. Самым современным сегодня является «маркетинг взаимоотношений», обеспечивающий рентабельность за счет привлечения новых покупателей и удержания старых клиентов.

История использования маркетингового подхода в хозяйственной деятельности потребительской кооперации насчитывает более 40 лет. В середине 60-х годов прошлого столетия в государственной и кооперативной торговле в результате ошибочных установок руководства страны сложилась кризисная ситуация (кризис перепроизводства). Уровень товарных запасов в торговле по основным непродовольственным товарам достигал 300 и более дней. В 1965 г. Правительство СССР приняло ряд мер по упорядочению рынка, который в условиях плановой экономики и административно-командной системы имел уродливую, гипертрофированную форму. В числе этих мер было создание двух научно-исследовательских подразделений – Всесоюзного научно-исследовательского института конъюнктуры и спроса (ВНИИКС) Министерства торговли СССР и Центральной научно-исследовательской лаборатории по изучению спроса (ЦНИЛС) Центросоюза СССР.

Эти подразделения должны были стать и стали научно-методическими центрами внедрения элементов маркетинга в хозяйственную практику государственной и кооперативной торговли. С этого времени можно считать рождение современного маркетинга в России. Правда, термин «марке-

тинг» не сразу вошел в обиход торговой науки и практики. Эта наука считалась буржуазной и чуждой советскому обществу. Поэтому вначале она называлась «изучением спроса», затем «рышковедением», но это не столь важно. Главное состояло в том, что ростки маркетинга в хозяйственной практике торговли стали пробиваться все заметнее. В частности, в потребительской кооперации была создана служба изучения спроса, насчитывающая более 5 тыс. специалистов. В Центросоюзе СССР был создан отдел изучения спроса, ставший организационным центром всей этой работы, в республиканских потребсоюзах сформированы соответствующие управления, в областных потребсоюзах – лаборатории либо управления по изучению спроса, на кооперативных оптовых базах – отделы, а в потребительских обществах введены должности товароведов (экономистов) по изучению спроса. Сложилась достаточно стройная иерархическая структура этой службы. Научное сопровождение и организационно-методическое руководство осуществлялось ЦНИЛС, которая в республиках имела свои филиалы, а в большинстве областей – лаборатории по изучению спроса, численность которых достигала 25–30 человек. Общая численность научных сотрудников ЦНИЛС составила 1600 человек. В

Морозов Юрий Владимирович – кандидат экономических наук, профессор, заведующий кафедрой маркетинга и рекламы Российского университета кооперации.

кооперативных магазинах были созданы контрольно-ассортиментные пункты (10000), которые ежеквартально представляли информацию о внутригрупповой структуре продаж и запасов основных товаров, опорные пункты (6000), представляющие такую информацию ежемесячно, опорные предприятия по изучению спроса (4000), дающие информацию об углубленной структуре продаж основных товаров.

Генеральной задачей этой научно-практической службы являлось обеспечение реализации произведенных товаров и доведение уровня товарных запасов до нормативных показателей. В целом к середине 70-х гг. прошлого столетия эта задача была успешно решена. Накапливался научный и практический опыт маркетинговой работы, была организована подготовка и переподготовка специалистов по изучению спроса сельского населения (по сути, маркетологов). в Московском кооперативном институте была создана специализированная кафедра, начала подготовка аспирантов, сформировалась маркетинговая научная школа.

Эти сведения приводятся в данной статье для того, чтобы показать, что в потребительской кооперации имеется богатый опыт маркетинговой деятельности, забывать о котором было бы неверным, а особенно сейчас, когда маркетинговый подход является одной из концептуальных установок ее развития до 2015 года. Данный опыт должен быть использован при воссоздании структуры маркетинговых подразделений в потребительской кооперации. Конечно же, на новой современной основе.

Правда, это было время, когда маркетинг был ориентирован на сбыт произведенных товаров; т.е. их производство жестко планировалось, как правило, без учета нужд и потребностей людей. Поэтому эффективность маркетинговых мероприятий оставалась низкой, что вызывало у руководства кооперативных организаций оправданное недовольство. Значительные расходы на содержание службы изучения спроса не всегда окупались. Все эти обстоятельства стали основанием вначале частичного сокращения службы спроса, а затем и полного ее закрытия.

Положение усугублялось тем, что к середине 90-х гг. в стране наметились сим-

птомы кризиса. Рынок стал остродефицитным. Все шире распространялось мнение: стоит ли изучать спрос, если полки магазинов пустые? К 1995 г. служба изучения спроса в потребительской кооперации была практически ликвидирована, научные исследования для руководства утратили свою актуальность. Поэтому потребительская кооперация встретила рыночные изменения не знаниями, а растерянностью.

Между тем, переход к рыночной экономике начал давать свои плоды. Рынок постепенно насыщался товарами – вначале за счет импорта, а затем и за счет собственного производства. Государственная торговля, как известно, была упразднена. Ей на смену пришла частная торговля, которая стала развиваться высокими темпами. Потребительская кооперация выжила, хотя и существенно уступила свои позиции. Ее доля в общем товарообороте по России сократилась с 25–30% до 3–6%. в основном, за счет уменьшения продажи непродовольственных товаров. Резко уменьшилась численность райинспекторов, сократилась материально-техническая база (уменьшилось количество кооперативных магазинов, оптовых баз, производственных предприятий). Однако, она как была так и осталась единственным системным образованием, обслуживающим сельское население страны.

Все сильнее стала проявляться конкуренция со стороны частной торговли, которая стала открывать свои магазины в сельской местности. Потребительская кооперация была вынуждена вступить в конкурентную борьбу, в «войну» за покупателя. Выиграть эту войну в условиях все большего насыщения рынка товарами можно только на основе маркетингового подхода в управлении кооперативными организациями. Причем, здесь и маркетинг должен был быть иной. Маркетинг, ориентированный на сбыт товаров, ушел в прошлое. Сегодня он должен стать ориентированным на изучение нужд и потребностей сельских жителей и удовлетворение этих нужд и потребностей лучше, чем это делают конкуренты. Другими словами, изменились концептуальные установки в развитии маркетингового подхода.

К сожалению, эти изменения не были прочувствованы руководством большинства кооперативных организаций. Лишь неболь-

шая часть из них перестроила свою работу с учетом указанных требований рынка. Служба маркетинга не была восстановлена, кооперативная наука оказалась невостребованной, кадровое обеспечение специалистами-маркетологами существенно не изменилось, оставаясь на низком уровне.

По нашему мнению, положение нужно срочно поправлять, руководствуясь новой Концепцией развития потребительской кооперации до 2015 года. Тем более, что на село приходят более грозные конкурентные силы, способные уничтожить потребительскую кооперацию.

Прежде всего, в соответствии с проектом «Развития АПК» на селе создаются сельскохозяйственные потребительские кооперативы, которые со временем станут главными конкурентами потребительской кооперации в торговле, заготовках, переработке сельхозпродукции. Вряд ли следует верить сегодняшним заявлениям Минсельхоза о совместности действий. Эти заявления делаются лишь пока эти кооперативы слабы, находятся в стадии организации и становления. Когда они окрепнут, законы рынка вступят в свои жесткие права и все предварительные заявления будут забыты.

О серьезности намерений Минсельхоза РФ свидетельствует тот факт, что он предлагает ученым-кооператорам принять участие в разработке научного сопровождения создания и организации работы сельскохозяйственных потребительских кооперативов, выделив для этого значительные средства. Другими словами, он выделяет многомиллионные средства для покупки научных разработок, которые помогут ему вытеснить потребительскую кооперацию с сельского рынка. Парадоксальность положения состоит в том, что некоторые ученые-кооператоры соглашаются ради заработка принять участие в этих разработках, а благодумие руководства кооперативных организаций вызывает откровенное недоумение. В частности, по маркетингу и рекламе ни одна кооперативная организация не заказала на 2008–2009 гг. подобных научных разработок, хотя кафедра маркетинга и рекламы предлагала несколько перспективных, по нашему мнению, разработок.

Другим грозным конкурентом потребительской кооперации уже сегодня являются глобальные торговые сети и их до-

черные предприятия. К счастью, они пока не дошли до глубинных сел, но областные центры и некоторые районные центры уже осваивают. Они строят современные торговые предприятия, организуют торговлю на самом современном уровне, ассортимент товаров в этих магазинах в разы превышает ассортимент кооперативных магазинов, цены ниже, чем у кооператоров, реклама несравненно мощнее и квалифицированнее.

Победить их в конкурентной борьбе будет совсем непросто. Потребительская кооперация для этого должна взять на вооружение самые современные маркетинговые средства. Ведь наивно предполагать, что можно выиграть войну со старинными дубинками против современных баллистических ракет.

Сетевые образования уже имеют квалифицированную маркетинговую службу, достаточно мощное научное, методическое и информационное обеспечение, отработанную логистику. Поэтому потребительская кооперация должна иметь, по крайней мере, не худшее, а может быть даже лучшее маркетинговое вооружение.

Сегодня перед кооператорами поставлена задача создания собственных торговых сетей. Ведется активная научная проработка изменений в технологии управления кооперативным хозяйством. Маркетинг является одним из элементов этой новой технологии.

Какой же маркетинг нужен сегодня потребительской кооперации? Если уж внедрять его в хозяйственную деятельность кооперативных организаций, то он должен быть самым современным. Маркетинг, ориентированный на сбыт, устарел, начинает устаревать и маркетинг, ориентированный на изучение нужд и потребностей людей. Самым современным сегодня является маркетинг взаимоотношений. Суть его состоит в том, что он дает возможность обеспечивать рентабельную работу приоритетно не за счет сбыта и изучения нужд и потребностей, а за счет привлечения новых покупателей и удержания старых клиентов.

Здесь потребительская кооперация имеет перед конкурентами ряд преимуществ, которые необходимо использовать в полном объеме. Они только приходят на село, являясь там новичками, а потребительская кооперация работает в деревне уже почти два века. Она воспринимается крестьянами как нечто свое, родное. Поэтому

следовало бы разработать и реализовать программы поддержания у сельских жителей понятия «моя кооперация», укрепления в их сознании этого термина на будущее. Упор должен быть сделан на постоянное напоминание о социальной миссии потребительской кооперации, о создании ею новых рабочих мест, о количестве созданных мастерских, предприятий бытового обслуживания, об оказании помощи инвалидам, престарелым, многосемейным гражданам, т.е. о том, чего не делали и, видимо, не будут делать наши конкуренты. Конечно, здесь нужны совместные усилия организаторов, маркетологов и социальных психологов, которые каждый своими средствами добивался бы нужных результатов.

У наших конкурентов пока нет на селе хорошей материально-технической базы, кооператоры же имеют десятки тысяч магазинов, оптовые базы, склады, собственный транспорт, заготовительные предприятия, хлебопекарни и другие производственные предприятия. Их нужно срочно доводить до современного уровня.

Первоосновой, фундаментом потребительской кооперации являются найщики, а хозяевами кооперативной собственности – потребительские общества. Поэтому сегодня, как никогда раньше, важнейшей задачей должно стать возрождение, повышение роли найщика, воспитание и поддержание в сознании найщиков чувства хозяина. Необходимо добиться такого положения, чтобы найщик понимал, что, сделав покупку в чужом магазине, он что-то отнял у себя самого. Для этого было бы целесообразно пересмотреть систему кооперативных выплат. Величину этих выплат нужно поставить в зависимость от степени участия каждого найщика в формировании доходов кооперативной организации. Тем более, что опыт этого в потребительской кооперации имеется. Когда-то в кооперативных магазинах существовали заборные книги, где фиксировалась каждая покупка каждого найщика. Сегодня это должно быть сделано на компьютерной основе, для чего, естественно, придется оснастить кооперативные магазины компьютерами. Конечно, это стоит недешево – по нашим расчетам около 2 млрд. руб. Но это необходимая мера, так как у наших конкурентов все магазины компьютеризованы. Пусть не сра-

зу, пусть постепенно, но начинать компьютеризацию кооперативных магазинов нужно уже сегодня, так как каждый день промедления чреват непредсказуемыми последствиями. Да и расходы по оснащению магазинов компьютерами быстро окупятся. Ведь увеличение доли потребительской кооперации в общем объеме товарооборота по России всего на 1% даст прирост ее товарооборота на 19 млрд. руб.

Маркетинг взаимоотношений имеет ряд специфических особенностей, главными из которых являются:

- разработка методов построения долгосрочных отношений с клиентами;
- повышение лояльности клиентов и удержание их;
- обязательный учет при анализе рынка факторов психологического характера;
- приоритетный учет элементов поведения покупателей;
- изучение элементов принятия решения о покупке.

В этом виде маркетинга упор делается на завоевание новых клиентов и укрепление взаимоотношений с ними. Здесь покупатели делятся на несколько категорий: потенциальный покупатель (т.е. тот, кто мог бы делать у нас покупки, но по каким-то причинам этого не делает); посетитель (тот, кто пришел в наш магазин); покупатель (тот, кто сделал у нас хотя бы одну покупку); клиент (тот, кто регулярно покупает в нашем магазине); приверженец-партнер (тот, кто не только регулярно покупает товары в нашем магазине, но и делает нам рекламу). Для каждой из этих категорий разрабатываются собственные маркетинговые меры, которые обеспечивают переход покупателей от низших категорий в высшие.

Маркетинговые мероприятия описываются следующими семью последовательными стадиями:

1. Привлечение клиентов.
2. Получение более полной информации о покупателях.
3. Усилия, направленные на то, чтобы сделать торговые предприятия более привлекательными.
4. Информирование покупателей не только о товарах, но и о самой торговой организации.
5. Дифференциация товаров для конкретных групп покупателей.

6. Удержание покупателей.

7. Оценка лояльности покупателей.

Конечно же, задачи изучения и учета нужд и потребностей покупателей остаются, как само собой разумеющиеся, как основа всех маркетинговых действий. Не отменяются также мероприятия, направленные на формирование потребностей и спроса, стимулирование сбыта. Они теряют лишь приоритетность в маркетинговой деятельности кооперативных организаций.

Естественным для потребительской кооперации было бы построение этого маркетинга по схеме вертикального маркетинга, где производитель, посредник и розничный торговец объединены под единым руководством. По некоторым товарам это могло бы быть Центросоюз РФ, по другим товарам – объединение региональных союзов, по третьим – региональные союзы.

Даже столь краткая характеристика маркетинга взаимоотношений показывает принципиальную новизну постановки маркетинговой работы в кооперативных организациях и ее сложность. Ведь раньше таких задач перед кооперативными организациями даже не ставилось, но и столь грозных конкурентов у нее раньше не было. Изменяющиеся условия деятельности требуют инновационных подходов в ее перестройке.

Внедрение маркетинга взаимоотношений в практику работы кооперативных организаций вызывает необходимость привлечения к этой работе высококвалифицированных специалистов, специально подготовленных к выполнению этой работы.

К сожалению, сегодня потребительская кооперация не располагает нужным количеством таких специалистов. Надежды на привлечение их со стороны также нет. Их не хватает даже в крупных городах, где их заработная плата достигает трех и более тысяч долларов в месяц, а то что им может предложить потребительская кооперация выглядит по меньшей мере несерьезным. Следовательно, их нужно готовить в кооперативных вузах. Учитывая, что подготовка специалистов в настоящее время является платной, рассчитывать на то, что они добровольно найдут работу в потребительскую кооперацию на заведомо худших, чем в городе условиях, также вряд ли можно. Единственным разумным выходом, на наш взгляд, является направление региональными потребсоюзами на учебу выпускников местных школ, оплата их обучения с заключением договора о том, что они вернутся после университета и будут работать в кооперативных организациях, которые направляли их на учебу.

РЕГИОНАЛЬНАЯ КЛАСТЕРНАЯ ПОЛИТИКА КАК УСЛОВИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КООПЕРАЦИОННО-ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ФОРМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МАЛОГО И КРУПНОГО БИЗНЕСА

© 2008 Т.В. Погодина, Т.В. Задорова, М.Е.Погодина*

Исследованы сущность и преимущества кластерной политики. Выделены различные модели кластерной политики, в том числе либеральная (США, Великобритания, Канада, Австралия) и дирижистская (Франция, Япония, Швеция, Финляндия). Отмечается, что на современном этапе в России начинает складываться своя модель кластерной политики, характеризующаяся использованием ее региональными органами власти в качестве инструмента стратегического развития.

Экономические реформы 90-х годов, когда происходил переход на рыночные механизмы хозяйствования, сопровождались масштабным разрывом производственных связей между субъектами экономической деятельности. В настоящее время в условиях подъема российской экономики наблюдается обратная тенденция медленного восстановления и налаживания новых производственных связей. Актуальность проблемы усиления взаимодействия малого и крупного бизнеса обусловлена тем, что в эпоху научно-технической революции углубление специализации производства невозможно без создания и развития тесных связей по линии кооперирования. В современных условиях предприятия, в том числе и самые крупные, концентрируя внимание на выполнении конечных сборочных операций, нуждаются в специализированных предприятиях, поставляющих комплектующие, материалы и услуги. Развитие кооперационных связей позволяет снижать издержки, повысить качество продукции,

обеспечить рост производительности, тем самым способствует росту конкурентоспособности предприятий и региона в целом. Ускорить этот процесс можно за счет создания конкурентоспособных кластеров, включающих малый и крупный бизнес. По оценкам специалистов, организация широкого взаимодействия малых и крупных предприятий на основе кластерного подхода предоставляет возможности для снижения производственных издержек, обеспечивая от 10 до 30% экономии по сравнению с базовой ценой изделия [1].

Кластерный подход впервые получил широкое распространение в 50–60-х гг. XX в., когда начали формироваться ключевые промышленные кластеры в странах Европы. В настоящее время, по оценкам специалистов, в мире существует 845 устойчиво действующих кластеров, причем их основная масса расположена в таких странах, как Великобритания (24 % всех мировых кластеров), США (20%), Индия (14%), Франция (13%), Италия (10%).

П о г о д и н а Татьяна Витальевна – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономической теории Российского университета кооперации.

З а д о р о в а Татьяна Витальевна – преподаватель кафедры экономики и финансов Волго-Вятской академии государственной службы (филиал в г. Чебоксары).

П о г о д и н а Мария Евгеньевна – студентка Московского государственного института стали и сплавов.

В основе кластерной теории лежит понятие «кластер», что в переводе с английского означает «кисть, пучок, скопление, концентрация». Согласно определению основоположника кластерного подхода профессора Гарвардской школы бизнеса Майкла Портера, кластер – это «группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга» [5].

В отличие от других форм кооперационно-хозяйственного взаимодействия, кластер имеет следующие характерные особенности:

1) наличие группы компаний. Количество компаний, входящих в кластер, колеблется от 100 до 600. Однако существуют кластеры, в которых число фирм значительно больше, например, в Италии текстильный кластер включает более 9000 фирм.

2) наличие одного или нескольких крупных предприятий – лидеров, определяющих долговременную хозяйственную, инновационную и иную стратегию кластера. При этом между ведущими предприятиями кластера сохраняются конкурентные отношения, что отличает кластер от картеля или финансово-промышленной группы.

3) географическая локализация. Масштабы кластера могут варьироваться от одного города или региона до страны или даже нескольких соседствующих стран.

4) устойчивость хозяйственных связей участников кластера и доминирующее значение этих связей для большинства его участников. Кластер представляет собой сеть взаимосвязанных предприятий, и чем глубже развиты эти связи, тем сильнее развит сам кластер.

5) технологическая взаимосвязанность отраслей. В кластере присутствуют предприятия разных отраслей, технологически связанные между собой. Участниками кластера могут быть производители, поставщики, консалтинговые фирмы, инжиниринговые фирмы, высшие учебные заведения, научно-исследовательские организации, органы государственного и муниципального управления, общественные организации, финансовые институты и др.

6) наличие конкуренции внутри кластера. Наличие конкурентной борьбы между участниками кластера является ключевым элементом коhesии кластеров. Кластеры представляют собой сочетание кооперации и конку-

ренции. При этом наибольшей эффективностью достигают кластеры с высоким уровнем внутренней конкуренции, так как соперничество внутри кластера побуждает его участников к постоянному совершенствованию своей деятельности и инновационному поиску.

7) инновационная направленность кластера. Кластеры обладают большой способностью к инновациям. Это объясняется возможностью участников кластера быстро реагировать на потребности покупателей, доступом к новым технологиям внутри кластера, межфирменной кооперацией в осуществлении научно-исследовательских работ, а также конкурентным давлением, которое стимулирует предприятия к созданию инноваций.

Кластерный подход имеет ряд преимуществ по сравнению с другими подходами к стимулированию развития взаимосвязей между крупными и малыми предприятиями. Во-первых, в кластерах обеспечивается дешевый доступ к факторам производства (новое оборудование и технологии, квалифицированный персонал, развитая инфраструктура, включая подготовку кадров и проведение НИОКР, и т.д.) при условии, если в регионе есть конкурентоспособные на внутреннем или внешнем рынке поставщики и конкурентоспособные родственные отрасли. Во-вторых, кластеры позволяют накапливать специализированную информацию, доступ к которой лучше организован и требует меньших издержек, тем самым облегчается движение потоков информации. В кластере можно непосредственно наблюдать за деятельностью других компаний, более быстро и адекватно реагировать на потребности покупателей. В-третьих, в кластерах происходит взаимодополняемость видов деятельности (по удовлетворению покупательского спроса, маркетингу, закупкам), что обеспечивает повышение качества и эффективности работы [5].

Структуры кластерного типа могут формироваться двумя способами: в результате реализации государственной региональной политики, либо в инициативном порядке со стороны местных коммерческих организаций, в которых государство не принимает участие. При этом выделяют две модели кластера. В шотландской модели ядром кластера становится крупное предприятие, объединяющее вокруг себя небольшие фирмы. Именно по такому принципу действуют кластеры в странах Европы. В итальянской модели, которая наиболее подходит для развиваю-

щихся стран, присутствует более гибкое и равноправное сотрудничество предприятий малого, среднего и крупного бизнеса. В России для создания кластеров приемлемы обе модели, однако, в отличие от развитых стран с уже сформировавшимися и действующими кластерами, основополагающая роль здесь принадлежит органам государственной власти. В современных условиях создание кластерных структур сдерживается, в большей степени, отсутствием целенаправленной кластерной политики развития регионов. Кластерный подход для российской экономики – явление достаточно новое, поэтому отсутствуют конкретные методики по выявлению кластеров, механизмы поддержки кластеров, нет единой концепции кластерной политики. Однако в общем смысле кластерную политику можно определить как деятельность государства по созданию и стимулированию развития кластеров. Мы предлагаем следующее определение кластерной политики – это деятельность органов государственной власти, направленная на содействие взаимодействию малых и крупных предприятий путем выявления и стимулирования развития кластеров в целях повышения общей конкурентоспособности региона.

В процессе кластеризации важно определить роль государственных органов власти как одного из субъектов кластерной политики. По мнению М.Портера, основоположника кластерной концепции, правительство должно способствовать разрастанию имеющихся и возникающих кластеров, а не пытаться создавать совершенно новые кластеры. Это обусловлено тем, что новые отрасли и новые кластеры лучше всего возникают из уже существующих. Большинство кластеров формируются независимо от действий правительства, а иногда и вопреки этим действиям. Усилия по развитию кластера должны идти через достижение конкурентных преимуществ и специализацию, а не через попытки повторения того, что уже имеется в других регионах. Это требует построения кластеров исходя из местных различий и источников необычных преимуществ, с превращением их по возможности в сильные грани данного кластера. Таким образом, М. Портером делается акцент на то, что кластеры порождаются рынком, и задача правительства заключается в стимулировании развития уже сформированных кластеров.

Специалисты Центра кластерных инициатив г. Новосибирска определяют кластерную политику как комплекс мер преимущественно регулятивного характера, направленных на устранение препятствий, возникающих на пути обмена знаниями и навыками, мешающих установлению взаимодействия и взаимозависимости между различными участниками кластера [8]. Кластерная политика необходима, чтобы усовершенствовать существующие кластеры или развить кластеры, находящиеся в стадии зарождения. Роль органов власти в развитии кластеров заключается как в создании инфраструктуры для деятельности кластера, так и в непосредственном воздействии на факторы конкурентоспособности. В целом выделяются пять наиболее общих типов кластерной политики:

1) политика посредничества, направленная на создание условий для конструктивного диалога внутри кластера и усиление кооперации между его участниками;

2) политика стимулирования спроса – формирование потребительских предпочтений в регионе, развитие родственных и поддерживающих секторов экономики, государственный заказ;

3) образовательная политика, целью которой выступает формирование компетентной специализированной рабочей силы в регионе;

4) политика стимулирования внешних связей, заключающаяся в устранении торговых барьеров, защите прав интеллектуальной собственности, реализации инфраструктурных и инвестиционных проектов;

5) политика создания благоприятных структурных условий: макроэкономических, институциональных и др.

Необходимо отметить, что роль органов власти в развитии кластеров, по признанию специалистов, особенно велика на ранних этапах становления кластера. По мнению помощника профессора М.Портера К.Кетелса, государству необходимо сосредоточить свое внимание только на тех кластерах, которые имеют решающее значение для процветания страны в данный момент времени. Такие кластеры с течением времени меняются, поэтому их отбор должен регулярно пересматриваться. Выбирать кластер для развития также означает, что все институты, которые контролируют факторы его становления, важны для экономического развития кластера. К ним относятся правительственные организации, мес-

тные и международные компании, университеты, каждый из которых может внести свой вклад, чтобы повысить конкурентоспособность кластера. К. Кетелс подчеркивает, что ограничение конкуренции со стороны государства путем поддержки определенной отрасли негативно сказывается на развитии кластера. Кластерная политика, по его мнению, прежде всего, предполагает определение и решение именно тех проблем, которые препятствуют компаниям быть конкурентоспособными. При разработке кластерной политики немаловажным является вопрос о развитии остальной части экономики, поэтому, если отсутствует единая экономическая стратегия, позволяющая развиваться другим секторам, меры по созданию кластеров окажутся неэффективными. Таким образом, оптимальная экономическая политика подразумевает сочетание двух элементов: усилий по мобилизации ключевых кластеров и по улучшению условий всей экономики [3].

В разных странах наблюдается различная степень централизации кластерной политики. Так, в США, Германии, Индии и Китае в ее основе лежат кластерные инициативы, предпринимаемые региональными властями. Во Франции, Великобритании, скандинавских странах, а также в большинстве развивающихся стран кластерная политика формируется преимущественно на федеральном уровне. В зависимости от специфики политики органов власти выделяют две модели кластерной политики: либеральную и дирижистскую. Либеральная кластерная политика характерна для тех стран, которые по традиции проводят либеральную экономическую политику (США, Великобритания, Австралия, Канада). Дирижистскую кластерную политику проводят власти стран, активно вовлеченные в экономическую жизнь своей страны (Франция, Корея, Сингапур, Япония, Швеция, Финляндия, Словения). Выделяют три принципиальных отличия дирижистской модели кластерной политики от классической либеральной. Во-первых, подход к формированию кластеров. Дирижистская политика предполагает, что правительство выбирает отраслевые и региональные приоритеты и те кластеры, которые впоследствии оно будет развивать. Либеральная кластерная политика, напротив, предполагает развитие только тех кластеров, которые изначально были сформированы рынком. Во-вторых, подход к формиро-

ванию инфраструктуры для кластеров. В рамках дирижистской кластерной политики инфраструктуру целенаправленно создает правительство. При либеральной кластерной политике правительство практически не участвует в создании инфраструктуры. В третьих, отличие заключается в роли, которую играют региональные органы государственной власти при формировании кластера. При дирижистской кластерной политике правительство самостоятельно выбирает регион для создания кластера и определяет объем его финансирования. Роль региональных органов государственной власти является второстепенной. Либеральная кластерная политика предполагает, что ответственность за создание кластеров лежит на региональных органах власти. Правительство при этом создает регионам стимулы для формирования кластеров [9].

В мировой практике выделяют следующие механизмы кластерной политики:

- 1) разработка программ, направленных на объединение деловых людей для взаимодействия с целью преодоления общих проблем;
- 2) инициативы по подбору партнеров (например, создание баз данных, к которым могут обращаться фирмы, ищущие партнеров по своей сфере деятельности);
- 3) финансирование посреднических (агентских) инициатив;
- 4) шеекские инициативы, когда оплачиваются услуги консультантов, чтобы они следили за процессом формирования кластеров с начала и до первых шагов сотрудничества.
- 5) государственное финансирование некоторых кластерных проектов на конкурсной основе. В этом случае представители разных проектов сотрудничества могут подавать заявки на субсидии. При этом государственные средства получают лишь самые лучшие проекты.

Источниками финансирования проектов по созданию кластеров, как показывает международный опыт, являются средства федерального и регионального бюджетов, средства предприятий и организаций-участников кластера, средства международных организаций.

Кластерный подход является эффективным инструментом стимулирования регионального развития, положительные результаты которого заключаются в повышении производительности труда, создании новых рабочих мест, увеличении налоговых выплат, появлении новых предприятий, развитии ин-

фраструктуры региона, увеличении экспорта и привлечении иностранных инвестиций.

В настоящее время в отдельных регионах России сложились благоприятные предпосылки для развития кластеров, образованных вокруг ключевых отраслей (например, машиностроение и легкая промышленность в Москве и Санкт-Петербурге, автомобилестроение вокруг Тольятти, химическое производство вокруг Москвы, Тулы и Нижнего Новгорода). Кластерный подход все чаще используется при разработке региональных стратегий развития.

Чувашская Республика, наряду с другими субъектами РФ, также включилась в процесс формирования региональных кластеров. Региональными органами власти рассматривались варианты развития кластеров в различных отраслях: приборостроении, машиностроении, деревообработке, химической промышленности, туризме и др. Законом Чувашской Республики «О Стратегии социально-экономического развития до 2020 г.» приоритет отдан трем кластерам: электротехническому, машиностроительному, химическому.

На наш взгляд, к перспективному (с позиции кластеризации) можно отнести и строительный кластер. Выбор строительной отрасли обусловлен тем, что она является социально значимой для населения, обеспечивает основную часть инвестиций в основной капитал и формирует инфраструктуру экономики. Кроме того, для развития строительного кластера в Чувашской Республике существует ряд предпосылок.

Во-первых, строительный комплекс республики характеризуется высокими темпами роста объема выпуска продукции (см. табл.2). За период 2000–2006 гг. объем работ по виду деятельности «строительство» в сопоставимых ценах вырос в 1,18 раза.

Во-вторых, строительный комплекс представлен множеством строительных организаций. Крупными динамично развивающи-

ми являются ОАО «Инкост», ОАО «Доррис», ЗАО «Фирма «Чувашагронинвестстрой», ООО Фирма «Старко», ОАО «Честр». Следует отметить, что наряду с крупными предприятиями в строительстве активно развивается малый бизнес. Количество малых предприятий строительной сферы, согласно Прогнозу социально-экономического развития Чувашской Республики на 2008 г. и на период до 2010 г., вырастет в 2 раза по сравнению с 2005 г. (табл. 1).

В-третьих, строительный комплекс, выступая как крупный работодатель, формирует рынок рабочей силы. Строительный комплекс в Чувашской Республике по итогам 2006 г. обеспечил 8,2% рабочих мест. Среди занятых в строительстве 76% имеют основное, среднее и начальное профессиональное образование и 24% среднее и высшее профессиональное образование.

Подготовкой кадров для строительного комплекса занимаются 1 средне-специальное и 3 высших учебных заведения. За 2000–2006 гг. число дипломированных специалистов в области строительства выросло в 2,9 раза.

Четвертым фактором развития строительного кластера в Чувашской Республике является наличие устойчивого спроса на продукцию строительства со стороны органов государственной власти, населения и юридических лиц. За исследуемый период (за 2000–2006 гг.) объемы жилищного строительства выросли на 70,1%, объем инвестиций в основной капитал в сопоставимых ценах увеличился в 2,6 раза.

Пятый фактор – наличие собственной сырьевой базы.

Чувашская Республика имеет крупные разведанные месторождения, позволяющие обеспечить сырьем строительный комплекс: 56 месторождений кирпичных глин, 20 месторождений строительных песков, Шумское месторождение кремнистых цеолитосодержащих пород, а также гипсо-ангидриновый руд-

Таблица 1 – Динамика числа предприятий по виду деятельности – «строительство» Чувашской Республики в 2005–2010 гг. (на конец года, единиц) [6]

| Показатель | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. | 2008 г. | 2009 г. | 2010 г. | Темп роста за 2005–2010 гг., % |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------------------------------|
| Малые предприятия в строительной сфере | 898 | 1059 | 1220 | 1400 | 1565 | 1834 | в 2,04 раза |
| В % от общего числа малых предприятий | 15,1 | 15,0 | 15,3 | 15,4 | 15,5 | 16,7 | - |

Таблица 2 – Темпы роста строительного кластера Чувашской Республики в 2000–2006 гг. [4,7]

| Показатель | 2000 г. | 2001 г. | 2002 г. | 2003 г. | 2004 г. | 2005 г. | 2006 г. | В среднем за 2000–2006 гг. |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------------------------|
| Объем работ по виду деятельности «строительство» в ЧР, в % к предыдущему году | 100,3 | 111,8 | 106,1 | 113,0 | 116,2 | 104,7 | 111,3 | в 1,18 раза |
| Объем работ по виду деятельности «строительство» по РФ, в % к предыдущему году | 113,5 | 110,4 | 102,9 | 112,8 | 110,1 | 113,2 | 118,1 | в 2,14 раза |
| ВРП ЧР, в % к предыдущему году | 106,3 | 106,3 | 102,7 | 106,5 | 108,3 | 103,5 | 110,7 | в 1,53 раза |

Таблица 3 – Доля продукции строительного кластера в ВРП Чувашской Республики в 2002–2006 гг. [4,7]

| Показатель | 2002 г. | 2003 г. | 2004 г. | 2005 г. | 2006 г. | В среднем за 2002–2006 гг. |
|---------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|----------------------------|
| Доля продукции строительства ЧР в ВРП | 10,3 | 10,5 | 11,8 | 11,0 | 10,1 | 10,7 |
| Доля продукции строительства РФ в ВВП | 5,5 | 6,2 | 5,8 | 5,6 | 5,9 | 5,8 |

ник на шахте «Порецкое» (добывают гипс, ангидрид, доломит). Переработкой полезных ископаемых занимаются организации промышленности строительных материалов, а именно: 14 кирпичных заводов, 6 заводов сборного железобетона, 5 заводов по производству песка, линолеума, санитарной керамики, оконных дверных блоков, полимерных материалов, изделий из природного камня.

Паряду с пятью факторами, перечисленными выше, нами был проведен анализ стратегического потенциала строительного кластера. В качестве критериев оценки использовались:

1. Темп роста продукции кластера в сравнении с темпом роста экономики в целом;
2. Темп роста продукции кластера в сравнении с темпом роста отрасли в целом;
3. Доля продукции кластера в ВРП.

Как показывают данные табл. 2, темпы роста строительной отрасли Чувашской Республики опережают темпы роста экономики в целом, что свидетельствует о конкурентоспособности продукции строительных предприятий. Вместе с тем динамика развития строительного комплекса республики несколько отстает от динамики развития строительства в целом по России.

В структуре валового регионального продукта Чувашской Республики на стро-

ительную отрасль приходится 10,7%. При этом в среднем по России этот показатель находится на уровне 5,7%. (табл.3).

Таким образом, для строительного кластера Чувашской Республики характерно:

- 1) высокий темп отраслевого роста: темп роста строительной отрасли превышает темп роста экономики в целом.
- 2) низкий темп кластерного роста: темп роста строительной отрасли Чувашской Республики несколько ниже темпа роста строительной отрасли по России в целом.
- 3) высокая доля продукции строительного кластера в ВРП республики.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что строительный кластер имеет стратегическую важность для Чувашской Республики и обладает высоким потенциалом развития, поэтому требует активной поддержки со стороны органов государственной власти. При этом в первую очередь необходимо устранить барьеры, препятствующие развитию строительного кластера.

Основным фактором, сдерживающим развитие строительного кластера, является слабый уровень кооперационного взаимодействия между основными субъектами экономической деятельности, в том числе во взаимоотношениях бизнеса и власти. К другим факторам можно отнести моральный и

физический износ основных фондов, недостаточная обеспеченность строительных организаций основными фондами, неконкурентоспособность многих строительных материалов и конструкций, зависимость республики от поставок важных строительных материалов извне, недостаток высококвалифицированных кадров, старение специалистов – проектировщиков (более 70% высококвалифицированных специалистов – проектировщиков – старшего возраста).

Решение этих проблем требует разработки и реализации региональных программ развития строительной отрасли, создание механизмов, стимулирующих обновление материально-производственной базы, внедрение инноваций в строительный процесс. Необходимым условием также является усиление конкуренции между строительными организациями. В связи с этим перспективным направлением, в рамках которого могут быть востребованы самые передовые технологии, является малоэтажное и индивидуальное строительство. Во многом это объясняется тем, что в названном сегменте жилищного строительства перечисленные выше барьеры не действуют: в основном на данном рынке работают неболь-

шие строительные компании, жестко конкурирующие между собой, а потребителем выступает индивидуальный заказчик, заинтересованный в качестве строительства и снижении его стоимости. Государственная поддержка индивидуального и малоэтажного строительства может не только решить множество социальных вопросов, но и даст импульс инновационному развитию [2].

В заключении необходимо отметить, что, бесспорно, положительным моментом является более широкое применение кластерного подхода в качестве инструмента реализации стратегии развития российских регионов. Однако во многом успех реализации кластерной политики будет зависеть от эффективности использования её механизмов региональными органами власти. Решение этой задачи в дальнейшем будет определять экономическое развитие регионов. В целом, формирование кластерной политики позволит ускорить процессы взаимодействия крупного и малого бизнеса в регионе, повысить устойчивость развития малых предприятий, активизировать инновационную деятельность, и, следовательно, приведет к повышению конкурентоспособности региона.

ЛИТЕРАТУРА И ИСТОЧНИКИ:

1. Волкова Н.Н., Сахно Т.В. Промышленные кластеры. – М.: Изд-во «АСМИ», 2005.
2. Инновации в строительном кластере: барьеры и перспективы. Отчет инновационного бюро «Эксперт» // <http://www.info-expert.ru/consulting/building>
3. Кетеле К. Кластеры – выбор победителей или равенство? // Казахстанская правда, 25 января 2005.
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики // <http://www.gks.ru>
5. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006.
6. Прогноз социально-экономического развития Чувашской Республики на 2008 г. и на период до 2010 г. // <http://gov.cap.ru>
7. Статистический ежегодник Чувашской Республики. 2007: Стат. сборник. – Чебоксары: Чувашстат, 2007. – 430 с.
8. Центр кластерных инициатив г. Новосибирска // <http://www.cluster-center.ru>
9. Шаповалов А. Россия перешла в подготовительный кластер // Коммерсант, 24 марта 2006.

РЕАЛИЗАЦИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ – ОСНОВА ПРОГНОЗИРОВАНИЯ И ПЛАНИРОВАНИЯ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА ПРЕДПРИЯТИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

© 2008 В.Т. Халдеев*

В статье показывается важность участия предприятий потребительской кооперации в выставках и ярмарках.

Показатели статистической отчетности потребительской кооперации о продаже товаров в прогнозных расчетах должны дополняться информацией из других источников для характеристики объема и структуры потребления и спроса обслуживаемого населения. Одной из задач совершенствования планирования в торговле, наряду с повышением экономической обоснованности планов розничного товарооборота по общему объему, является улучшение планирования его по товарной структуре. В связи с осуществляемыми мероприятиями по дальнейшему повышению материального благосостояния сельского населения и сближению жизненного уровня в городе и деревне решение этой задачи в кооперативной торговле приобретает особенно важное значение для установления правильных отношений между платежеспособным спросом и товарным предложением по структуре и более полного удовлетворения потребностей населения в товарах [4].

На рынке товаров разворачивается серьезная борьба за потребителя. Сегодня у потребителя любого региона появился выбор – ему предлагаются дорогие и качественные товары отечественных производителей, иностранных фирм, огромное количество товаров-подделок под иностранные торговые марки [1,12].

Необходимо отметить, что проведение прогнозных расчетов структуры товарооборота и спроса населения, обслуживаемого одной из торговых систем, базируется на информации, которая существенно отличается от информации, используемой в прогнозах спроса всего населения. Поэтому необходимо проводить рыночные исследования в первую очередь на местных рынках. Наибольший эффект в плане получения достоверной информации о рыночном спросе является участие в выставках и ярмарках. Роль и значение участия предприятий потребительской кооперации в выставках и ярмарках в рыночных условиях настолько многогранна, что их относят к многоплановому коммуникационному средству [2].

На ярмарках и выставках происходит взаимный обмен информацией между участниками, посетителями, организаторами ярмарок, формируется благоприятное отношение к участникам со стороны общественности, закладывается основа будущих успехов; на ярмарке предприятия должны изучать рынок, конкурентов, их товары, привлекать к своим стендам целевых покупателей, заинтересовывают посредников [7].

Это обстоятельство, а также специфика сельского спроса обуславливают некоторые отличия методологических подходов к прогнозированию спроса населения, обслуживаемого

Халдеев Владимир Тихонович – кандидат экономических наук, доцент Смоленского филиала Российского университета кооперации.

живаемого потребительской кооперацией. Они заключаются в необходимости учета в прогнозных расчетах миграции сельского населения, условий формирования его доходов, изменений в соотношении товарного и нетоварного потребления продуктов питания, а также в некоторых особенностях обработки информации и построения моделей спроса и структуры товарооборота, исходя из характера действия формирующих их факторов.

На ярмарке (выставке) организация старается всесторонне изучить целевого потребителя, обеспечить непосредственность общения и предпосылки для контактов. Представить новые товары, дать возможность покупателю сравнить однородную продукцию в отношении качества и цены.

Цели коммуникационной политики предприятий потребительской кооперации:

Участие в ярмарке (выставке) дает возможность предприятиям обновлять и совершенствовать свой товарный ассортимент, анализировать и изучать товары конкурентов и реальный спрос; формировать конкурентную политику в отношении ассортимента, цен и условий реализации; выбирать партнеров и поддерживать с ними связи [10].

Выставка для предприятия – инструмент уникальный, она представляет собой миниатюрную модель рынка, где на небольшой территории компактно представлены заказчики, партнеры и конкуренты. Участие в деловой выставке – универсальный инструмент маркетинга, соединяющий в себе рекламу, организацию сбыта и исследование рынка [9].

При прогнозировании структуры товарооборота и платежеспособного спроса населения, обслуживаемого кооперативной торговлей, должно быть учтено, в частности, следующее:

- потребительская кооперация, являясь основной торгующей организацией на селе, осуществляет также торговлю в небольших городах и поселках городского типа, при этом доля городских континентов в общей численности обслуживаемого населения неуклонно повышается;

- товароборот кооперативной торговли не охватывает всего сельского рынка товаров народного потребления, хотя и занимает в нем преобладающее место;

- в розничном товарообороте кооперативных организаций не полностью отража-

ются объем и структура потребления товаров и продуктов обслуживаемым населением, значительную часть потребностей в продуктах питания население, обслуживаемое потребительской кооперацией, удовлетворяет за счет натуральных поступлений из личного подсобного хозяйства.

С другой стороны, некоторая часть товаров приобретается обслуживаемым населением помимо кооперативной торговой сети и у конкурентов. Все эти миграционные процессы определенным образом должны быть учтены [8].

Следовательно, показатели статистической отчетности потребительской кооперации о продаже товаров в прогнозных расчетах должны дополняться информацией из других источников для характеристики объема и структуры потребления и спроса обслуживаемого населения.

Участвуя в работе ярмарки или выставки, предприятия потребительской кооперации должны стараться использовать конкретные мероприятия для достижения своей главной цели – обеспечения эффективной предпринимательской деятельности в долгосрочной перспективе. Этой цели и ее достижению должны быть подчинены цели более низкого уровня, в частности цели реализации маркетинга. Последними, например, являются:

- обеспечение эффективной товарной политики;

- реализация действенной ценовой политики;

- обеспечение эффективной политики распределения товаров;

- реализация действенной политики продвижения.

Что касается ценовой политики, то здесь для обеспечения ее действенности возможными целями участия в ярмарке или выставке является:

- определение верхней границы цены товара;

- определение наиболее приемлемого уровня сервисного обслуживания;

- адаптация методов ценовой политики к используемым подходам к решению аналогичных задач конкурентами [5].

С точки зрения совершенствования распределения товаров основными целями участия в ярмарках и выставках обычно являются:

- поиск новых торговых партнеров;
- оценка эффективности сложившейся системы распределения;
- создание и совершенствование деятельности торговых сетей.

Наконец, для обеспечения эффективной политики продвижения товаров в качестве целей участия в ярмарках и выставках является:

- создание высокого имиджа своего товара;
- активизация отдельных элементов политики продвижения; создание фирменного имиджа предприятия [11].

Последовательность и принципы расчетов структуры розничного товарооборота потребительской кооперации при разработке прогнозов методами экономико-математического моделирования характеризуются следующей схемой:

- проведение анализа развития товарооборота за предшествующий прогнозируемому период, выявление основных тенденций и направления изменений его объема и структуры, установление причин (факторов) обусловивших эти изменения;
- количественное измерение степени влияния различных факторов на объем и структуру реализации;
- отбор важнейших формирующих факторов и построение динамических многофакторных моделей товарооборота. Требование отбора важнейших факторов является весьма существенной методологической посылкой, учитывая сложность количественного измерения влияния большого числа факторов и недостаток информации для этой цели, а также недостаточную еще разработанность в ряде случаев самих методов измерения;
- оценка и выбор моделей по отдельным товарам;
- расчеты структуры товарооборота на перспективу по отобранным моделям;
- экономический анализ и логическая оценка результатов расчетов.

Учет основных факторов с целью исследования рынка при реализации коммуникационной политики:

Объем и структура товарооборота складываются, как известно, под воздействием многих факторов: социально-экономических, природно-климатических, национально-бытовых, исторических и др. [6].

Проведенный анализ развития розничного товарооборота потребительской кооперации и экспериментальные расчеты показали, что разработка прогноза требует учета таких основных факторов, как-то: численность и состав населения, обслуживаемого потребительской кооперацией; размер покупательных фондов на душу обслуживаемого населения; уровень нетоварного потребления и цен на товары.

Демографические факторы, т. е. численность населения и его состав, влияют на структуру спроса как непосредственно, так и через доходы. Изменение в составе населения доли отдельных социальных групп (рабочих, служащих) с различным уровнем доходов и разными потребительскими привычками вызывает изменения в структуре спроса на продовольственные и непродовольственные товары и внутри этих товарных групп.

Из названных выше факторов важнейшим является размер денежных расходов населения на приобретение товаров. Этот показатель характеризует объем денежных доходов населения за вычетом его нетоварных расходов и сбережений, т.е. представляет собой покупательные фонды населения, обслуживаемого потребительской кооперацией.

Использование показателя товарных денежных расходов представляется более правомерным, чем всей суммы денежных доходов или показателя совокупных доходов населения, поскольку это позволяет элиминировать влияние на спрос изменений в соотношении товарных и нетоварных расходов. Что касается натуральных поступлений, оцениваемых по рыночным розничным ценам и включаемых в совокупный денежный доход, то влияние этого фактора учитывается отдельно.

Значение доходов, как определяющего фактора в изменении структуры спроса, обусловлено довольно четко выраженной зависимостью между снижением или повышением уровня доходов и картиной изменения спроса на отдельные товары, в то время как действие других факторов в условиях быстрого увеличения доходов проявляется более медленно и гораздо слабее.

Покупательные фонды населения, обслуживаемого кооперацией, как и его численность, должны определяться по единой

методике за все годы базисного ряда и на прогнозируемый период на основе указаний и рекомендаций, утвержденных Центросоюзом для различных звеньев потребительской кооперации — областных и республиканских потребсоюзов. Для контроля могут производиться также расчеты покупательных фондов обслуживаемого населения методом экстраполяции, исходя из темпов роста денежных доходов и расходов всего населения области (края) или республики.

Несмотря на быстрый рост покупок продовольственных товаров и обусловленное им повышение доли товарного потребления в общем объеме потребления продуктов питания сельским населением, значительная часть потребностей в продуктах питания, как уже отмечалось, удовлетворяется сельским населением за счет натуральных поступлений от собственных подсобных хозяйств и других источников.

Изменение соотношения товарного и нетоварного потребления оказывает существенное влияние на уровень и структуру розничного товарооборота потребительской кооперации, на темпы его роста.

Увеличение поступлений продуктов из натуральных источников относительно сокращает потребность населения в продовольственных товарах, приобретаемых в торговле, и, наоборот, уменьшение потребления за счет натуральных поступлений ведет к повышению спроса на товары и, при соответствующем предложении, увеличению их реализации в кооперативной торговле.

Реализация конкретных мероприятий направленных на участие в выставках и ярмарках:

Выставка заставляет предприятие особое внимание обратить на оформление стендов. Оформленный не на должном уровне стенд может вызвать негативное отношение как к нему, так и к экспонату в целом. Затраты на создание и оформление стенда должны быть обоснованы и достаточны.

Очень важно также предусмотреть средства, позволяющие на должном уровне организовать работу персонала, кто-то должен владеть языками, ведь ярмарка может принимать и международных гостей, а также нужно провести необходимую рекламу и осуществить общественные связи. Именно последнее призвано создать повы-

шенное внимание к участию фирмы в работе ярмарки или выставки и обеспечить необходимые коммуникации, достаточные для достижения сформулированных целей.

В результате выполнения всего комплекса работ, обусловленного подготовкой к участию в ярмарке или выставке, обеспечивается решение следующих задач:

- определяется способ участия в ярмарке или выставке;

- определяется перечень экспонатов и необходимая для их представления площадь.

Такие экспонаты устанавливаются службой управления маркетингом, и их выбор основывается на результатах сегментирования рынка с учетом как места проведения ярмарки или выставки, так и состава потенциальных посетителей данного мероприятия [3].

Во время работы ярмарки или выставки предприятие реализуют все имеющиеся у него возможности для достижения ранее сформулированных им целей. Для этого предприятие, прежде всего, использует имеющийся у него стенд, а также осуществляет необходимые действия и мероприятия, выходящие за пределы стенда и необходимые для обеспечения эффективного участия в данной ярмарке или выставке.

Выставочный стенд обычно называют визитной карточкой экспоната. По своим размерам, оформлению и представляемым экспонатам, он должен обеспечивать конкурентный паритет организации.

В итоге, соответствующие архитектурные решения, положение, форма стенда, его удачное оформление придают ему характерный и неповторимый внешний вид, обеспечивая ближнее и дальнее опознавание предприятия и его товаров.

При оформлении стенда обеспечивается его соответствующее оснащение и производится установка необходимого технического оборудования. В результате создаются все необходимые условия для успешной работы персонала, занятого на ярмарке или выставке.

Основная роль в обеспечении успешного участия предприятия в ярмарке или выставке принадлежит персоналу, занятому в проведении данного мероприятия.

После завершения работы ярмарки или выставки необходимо подводить ито-

ги участия организации в мероприятии. Прежде всего, необходимо ознакомить работников потребительского общества с первыми результатами участия в ярмарке или выставке. В частности, целесообразно проинформировать о:

- количестве лиц, посетивших ярмарку или выставку, и изменениях, произошедших по сравнению с предыдущими годами;
- приемлемости месторасположения стенда;
- обоснованности архитектурных решений по стенду;
- правильности выбора экспонатов;
- обоснованности затрат средств на подготовку и участие в ярмарке или выставке;
- проведенных маркетинговых исследованиях:
- контактах с посетителями ярмарки или выставки;
- работе со средствами массовой информации;
- сообщениях в средствах массовой информации об участии фирмы в работе ярмарки или выставки;
- полученных заказах и др.

Эта информация показывает, насколько успешным или неудачным было участие фирмы в ярмарке или выставке. При этом необходимо проанализировать степень достижения каждой из целей и всех целей. Это позволит выявить, что положительное было сделано во время ярмарки или выставки и что еще нужно сделать, чтобы устранить выявленные недостатки и добиться успеха в последующих мероприятиях.

Успешность участия в ярмарках и выставках обеспечивается благодаря:

- правильному выбору необходимой ярмарки или выставки;
- взаимосвязке целей маркетинга и целей участия в ярмарке или выставке;
- удачному подбору экспонатов;
- организации на должном уровне подготовки к участию в выбранном мероприятии;
- обоснованному подбору персонала;
- организации на должном уровне презентации фирмы и ее экспонатов;
- обеспечению действенной коммуникационной политики в целях привлечения внимания к участию фирмы в ярмарке или выставке;

- проведению на должном уровне анализа результатов участия фирмы в работе данной ярмарки или выставки и разработке на этой основе рекомендаций по обеспечению более эффективной ярмарочной и выставочной деятельности.

В прогнозных расчетах структуры товарооборота и спроса населения, обслуживаемого потребительской кооперацией, определенным образом должны учитываться также покупки товаров сельским населением у конкурентов. Эти покупки обусловлены существующим тяготением села к городу, расположением административных центров многих сельских районов в поселках городского типа, поездками сельских жителей на городские рынки для реализации излишков сельскохозяйственных продуктов, увеличением числа сельских жителей, работающих в городах, более широким ассортиментом товаров в городской торговой сети и некоторыми другими причинами.

В связи с этим представляется недостаточно обоснованным в прогнозных расчетах спроса и реализации базироваться только на коэффициентах эластичности продажи отдельных товаров от общего объема товарооборота потребительской кооперации. Приобретение товаров в других торговых системах оказывает существенное влияние, как на общий объем товарооборота кооперативной торговли, так и на размеры реализации отдельных товаров, т. е. на структуру товарооборота.

Влияние этого фактора в расчетах ожидаемой структуры розничного товарооборота потребительской кооперации в определенной мере, хотя и достаточно полно, может учитываться посредством введения в модели спроса товарооборота показателя покупательных фондов, характеризующего общие размеры приобретения товаров обслуживаемым населением в кооперативной торговле.

Более точным является определение размеров приобретения отдельных товаров обслуживаемым населением в кооперативной торговле по данным бюджетов семей рабочих и служащих с выходом на общую сумму покупок (покупательных фондов), а также специальных выборочных обследований сельских семей, позволяющих установить величину и структуру покупок в городских магазинах.

Для количественного измерения влияния различных факторов на величину спроса (реализации) предлагается использовать метод множественной регрессии, где спрос является функцией нескольких переменных (факторов).

Важным моментом экономико-математического моделирования является установление математической формы связи между товарооборотом (спросом) и

формирующими его факторами, которая может быть выражена уравнением прямой, параболы или гиперболы, уравнениями показательной или степенной функции и др.

Для построения прогноза рекомендуется также метод «ступенчатой» экстраполяции, т.е. построение динамических рядов, включающих рассчитанные на перспективу показатели в качестве базисных.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Бейкер М. Маркетинг. – СПб.: Питер, 2002.
2. Вернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. – СПб.: Питер, 2001.
3. М.Данько Т. Управление маркетингом. М.: ИИФРА-М, 2001.
4. Дибб С. Симкин Л., Бредли Дж. Практическое руководство по маркетинговому планированию. – СПб.: Питер, 2001.
5. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость. – СПб.: Питер, 2001.
6. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. – СПб.: Питер, 2003.
7. Ламбен Ж. – Ж.. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг. – СПб.: Питер, 2004.
8. Никишкин В. Торговый маркетинг. – М.: РЭА, 2002.
9. Райе Э., Траут Д. Позиционирование: битва за узнаваемость. – СПб.: Питер, 2001.
10. Спиро Р., Стэнтон У., Рич Г. Управление продажами. – М.: Изд. Дом Гребенникова, 2004.
11. Шульц Д., Варие Б. Стратегические бренд - коммуникационные кампании. – М.: Изд. Дом Гребенникова, 2003.
12. Энджел и др. Поведение потребителей. – СПб.: Питер, 1999.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

ОПЫТ ОЦЕНКИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

© 2008 В.А. Кривошей*

В статье рассмотрены проблемы построения интегрального индикатора качества жизни. Предложены методики и модельные схемы исследования социально-экономического состояния регионов по качеству жизни населения.

Для России с ее обширной территорией, значительным разнообразием природно-ресурсных условий, оцутимой дифференциацией регионов по их социально-экономическому развитию вопросы разработки интегральных показателей качества жизни населения актуальны в большей степени, чем для любой другой страны.

Построение интегрального индикатора качества жизни должно быть нацелено на решение двух основных групп аналитических задач в области оценки качества жизни. Первая группа задач связана с проведением пространственного анализа (межрегиональные сравнения по качеству жизни, выявление рейтинговых мест регионов в оценке по качеству жизни населения, уровня дифференциации регионов по этому показателю). Вторая – нацелена на временной аспект анализа – исследование тенденций в изменении качества жизни в России и ее регионах, сравнение регионов по направленности и скорости этих процессов.

Разработка инструментария для проведения исследований по этим аспектам предполагает решение трех основных методических задач:

– формирование рационального состава показателей, характеризующих значимые аспекты качества жизни;

– выбор принципа унификации разнородных по единицам измерения показателей

для приведения их к сопоставимому виду, обеспечивающему возможность их агрегации;

– выбор способа интеграции унифицированных показателей в единый интегральный индикатор качества жизни.

Различие в предлагаемых подходах к построению этого индикатора определяется, соответственно, различиями в применяемых способах решения указанных трех методических задач. Это же обуславливает и получение в разных исследовательских коллективах различных выводов о ранговых местах регионов в российском рейтинге по качеству жизни и динамических характеристиках ее оценки.

Вместе с тем, несмотря на широкий диапазон возможных методических решений, свобода выбора исследователей ограничивается необходимостью соблюдения ряда общих принципов формирования системы показателей для включения их в интегральный, требований к применяемым модельным схемам и получаемым результатам. Соблюдение указанных принципов и требований служит определенной гарантией большей достоверности получаемых (всегда достаточно условных) модельных оценок рангов регионов, степени их различий, динамических характеристик качества жизни.

Среди различных показателей, характеризующих качество жизни населения, существует множество параметров, выделяющихся определенной взаимосвязью. При

К р и в о ш е й Владимир Анатольевич – доктор экономических наук, профессор, ректор Российского университета кооперации.

построении системы показателей следует избегать включения показателей, между которыми существует линейная зависимость, то есть имеющих наиболее высокую степень тесноты взаимосвязи. Это необходимо для устранения кратности в учете влияния факторов при построении результирующей оценки качества жизни.

Обзор существующих методик показал, что задача выбора показателей качества жизни достаточно сложна, и отбор показателей для интегральной оценки качества жизни должен основываться на следующих принципах:

- выбор из стандартных показателей государственной статистики;
- минимизация их числа путем отбора наиболее адекватного из всех показателей по конкретному компоненту;
- максимальная достоверность статистической информации;
- способность показателя отражать территориальные различия и динамику рассматриваемого компонента качества жизни.

Особенностью интегральных индикаторов является то, что адекватно воспринимать их абсолютное значение можно только путем сопоставления с соответствующей для этого базой. В связи с этим одним из принципиальных вопросов при построении интегрального индикатора качества жизни является выбор метода унификации, то есть базы для сопоставления показателей качества жизни при межрегиональном и временном анализе.

В настоящее время предлагаются разные варианты создания интегрального показателя. Используются как различные модельные подходы, так и различающиеся по составу и числу системы показателей.

Региональная дифференциация значений комплексного индекса качества жизни зависит от каждого из трех этапов выбора: самих индикаторов, способов унификации и агрегирования. При отборе методов унификации критериями служат характер воздействия на итоговую оценку и возможность содержательной интерпретации нормированных показателей.

Рейтинговый метод является наиболее доступным и широко применяемым из существующих методик комплексной оценки социально-экономического развития регионов. Его недостатки, влияющие на итоговую оценку, связаны с искажениями, получаемыми в частных рейтингах: чрезмерной дифференци-

ации регионов серединой группы со схожими значениями показателя и недооценкой поляризации крайних значений. Но у этого метода есть и содержательная проблема – он не позволяет оценить реальное изменение качества жизни в регионе, так как показывает только перемещение регионов относительно друг друга. Тем не менее, этот метод представляется наиболее простым, его результаты легко воспринимаются, поэтому он используется для расчетов комплексного индекса наряду с другими для сопоставления результатов.

В связи с существованием большого количества показателей качества жизни, имеющих различную размерность, построение интегральных показателей предполагает переход к неким единообразным характеристикам, в качестве которых могут быть использованы ранги регионов по каждому показателю. В этом случае регионы упорядочиваются по каждому из рассматриваемых показателей от 1 до n (n – число регионов): для показателей-стимулянт (таких, например, как величина среднедушевых доходов или средняя продолжительность жизни) ранг 1 присваивается региону с наивысшим значением показателя; для показателей-дестимулянт порядок упорядочивания обратный, то есть на первом месте будет тот регион, для которого показатель-дестимулянт имеет наименьшее значение (уровень безработицы, уровень смертности, число зарегистрированных преступлений). Присвоив ранги по отдельным показателям, находят средний ранг региона по всем показателям:

$$R_i = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m R_{ij}, \quad (1)$$

где R_{ij} – ранг i -го региона по j -му показателю;

m – число показателей.

Чем меньше значение \bar{R}_i , тем более развит регион с точки зрения совокупности показателей качества жизни. К недостаткам данного метода относятся: во-первых, механическое соединение исходных показателей; во-вторых, то, что полученные средние ранги не отражают фактического расстояния между объектами исследования. В этом смысле упорядочивание регионов по значениям главных компонент или главных факторов предпочтительнее.

В работе «Региональные проблемы переходной экономики...» [4, с. 396] предлагается методика, которую можно использовать для исследования дифференциации регионов по качеству жизни, включающая три этапа. Для составления рейтинга использован гибкий вычислительный алгоритм, реализующий возможности математической модели многомерного сравнительного анализа. Метод основан на установлении евклидовых расстояний, что позволяет учитывать не только абсолютные величины показателей каждого региона, но и степень их близости до эталонного показателя.

На первом этапе обосновывается система показателей, по которым оценивается социально-экономическое состояние регионов. Критерии отбора следующие: во-первых, показатели должны позволять получать объективные результаты сравнения, во-вторых, предусматривать возможность их использования как самостоятельных показателей при проведении диагностики. Сравнительная рейтинговая оценка учитывает реальные возможности всех регионов. Система показателей характеризует различные компоненты качества жизни; выделенные группы показателей позволяют в силу их многоплановости и многообразия сопоставлять различные регионы по степени их влияния на качество жизни в регионе.

На втором этапе создается матрица стандартизированных коэффициентов. Определяются максимальные значения показателей по всей совокупности регионов, приравниваются к единице и заносятся в матрицу стандартизированных коэффициентов. Все показатели качества жизни a_{ij} делятся на максимальные значения:

$$x_{ij} = \frac{a_{ij}}{\max a_{ij}}, \quad (2)$$

где a_{ij} – i -й показатель j -й группы;

X_{ij} – стандартизированный i -й коэффициент j -й группы.

Если с экономической стороны лучшим является минимальное значение показателя, то шкала расчета изменяется так, чтобы эталоном являлся показатель с наименьшим результатом [4, с. 397].

Содержанием третьего этапа является расчет итогового балла и ранжирование регионов. Итоговый балл определяется по формуле:

$$Q_i = \sqrt{(1-x_{1j})^2 + (1-x_{2j})^2 + \dots + (1-x_{nj})^2} \quad (3)$$

Если задача решается с учетом разного веса показателей, то полученные квадраты умножаются на величину соответствующих весовых коэффициентов (K), рассчитанных через коэффициенты детерминации, после чего результаты складываются по строкам (для каждой анализируемой территории) и из полученной суммы извлекается квадратный корень:

$$R = \sqrt{K_1x_1^2 + K_2x_2^2 + \dots + K_nx_n^2} \quad (4)$$

Выявленные значения итоговых баллов (Q_i), либо рейтинговые оценки (R_i) размещаются по ранжиру и определяется место каждого региона. В первую группу включаются регионы, имеющие максимальные значения итогового балла, соответственно, с более низкими показателями балльной оценки – в последующие. Подобный методический подход при наличии достаточной информационной базы позволяет провести вполне объективный сравнительный анализ качества жизни населения регионов, а также выполнить их типологию в соответствии с полученными результатами балльной оценки.

Основным достоинством методики многомерного сравнительного анализа является возможность комплексной оценки системы разнородных факторов, на базе которой осуществляется сравнение анализируемых регионов [3, с. 17].

В качестве обобщающего показателя качества жизни может также использоваться синтетический индекс, построенный на основе стандартизованных значений исходных показателей [1, с. 73]:

$$I_i = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m Y_{ij}, \quad (5)$$

где I_i – синтетический индекс для i -го региона;

Y_{ij} – стандартизованное значение j -го показателя для i -го региона:

$$Y_{ij} = \frac{X_{ij} - \bar{X}_j}{S_{x_j}}, \quad (6)$$

где S_{x_j} – стандартное отклонение для переменной X_j .

При таком подходе возникают проблемы, поскольку значения Y_{ij} могут быть как положительными, так и отрицательными. Интересный вариант преобразования исходных переменных в безразмерные величины предложен польскими исследователями М. Чесляк и Е. Октабской. По их алгоритму рассчитываются отклонения [6, с. 85]:

$$Z_{ij} = X_{ij} - X_{kj} \text{ - для стимулянт; (7)}$$

$$Z_{ij} = X_{kj} - X_{ij} \text{ - для дестимулянт; (8)}$$

где X_{kj} – значение j -го показателя для объекта k , принятого за образец ($k \neq i$).

Затем для каждого i -го региона по каждому j -му показателю рассчитывается стандартизованное значение Y_{ij} :

$$Y_{ij} = \frac{Z_{ij} - \min Z_{ij}}{\max Z_{ij} - \min Z_{ij}} \quad (9)$$

то есть стандартизация отклонений показателя того или иного региона от минимального производится путем деления на размах вариации значений Z_{ij} (а не на стандартное отклонение S , как это делается обычно). На основе стандартизованных показателей для каждого i -го региона вычисляется синтетический индекс по формуле (5).

Этот метод, по нашему мнению, также имеет недостатки: во-первых, предполагается, что сравнение объектов по всем показателям происходит по отношению к некоторому образцу; во-вторых, что все показатели выступают как равнозначные.

Высказываются также предложения построить обобщающий показатель качества жизни населения, используя метод главных компонент или его обобщение – факторный анализ [1, с. 86]; В этом случае интегральный показатель качества жизни представляет собой линейную комбинацию приведенных к сопоставимому виду исходных показателей:

$$F_j = \sum_{(i)} a_{ij} X_i + \varepsilon_i \quad (10)$$

где X_i – исходный показатель;
 a_{ij} – нагрузка i -го фактора на j -й показатель;

ε_i – случайная компонента.

Обычно за обобщающий показатель качества жизни принимаются первый фактор или два фактора, дающие наибольший вклад в суммарную дисперсию [5, с. 27]. Содержательная интерпретация выделенных факторов определяется значениями факторных нагрузок, измеряющих корреляцию выделенного фактора с исходными показателями.

Все большее распространение получает оценка достигнутого качества жизни населения путем сопоставления фактических его показателей с нормативными, то есть по степени удовлетворения потребностей населения в жизненных благах и разнообразных услугах. Такой вариант расчета обобщающего показателя качества жизни населения представляется как средняя взвешенная величина из частных показателей, выражающих соотношение фактического потребления материальных благ и услуг по их группам и видам в среднем на одного человека с нормами этого потребления [6, с. 86].

Совокупность нормативов в наборе показателей уровня жизни образует вектор целей, а совокупность фактических показателей – вектор достигнутых результатов. Тогда величина между ними явится мерой пропорциональности развития, а произведение отношений длин векторов на (угла между векторами) – мерой степени приближения к целевому (нормативному) состоянию:

$$\sigma_\varphi = \left| \frac{\bar{s}}{\lambda} \right| \cos \varphi \quad (11)$$

где $|\bar{s}| = \sqrt{\sum_{i=1}^n a_{ij}^2}$ – длина вектора результатов;

$$|\lambda| = \sqrt{\sum_{i=1}^n \alpha_{0i}^2} \text{ – длина векторов целей;}$$

$i=1, 2, \dots, n$ – компоненты векторов.

Отношение скалярного произведения векторов к произведению их длин определяется по формуле:

$$\cos \varphi = \frac{(\bar{s} \bar{\lambda})}{|s| |\lambda|} \quad (12)$$

$$\text{где } (\bar{s} \bar{\lambda}) = \sum_{i=1}^n a_{ij} \times \lambda_{0i}.$$

Метод линейного масштабирования, используемый при расчете индекса развития человеческого потенциала (ИРЧП), представляется нам более пригодным для исследова-

дования качества жизни населения регионов. Он опирается на определение референтных точек (максимальных и минимальных значений индикаторов) и тем самым отображает реальное расположение показателя каждого конкретного региона между ними. Расчет производится по следующим формулам.

При положительной форме связи фактора с качеством жизни:

$$y_i^{rt} = \frac{(x_i^{rt} - x_{\min_i}^t)}{(x_{\max_i}^t - x_{\min_i}^t)}. \quad (13)$$

При отрицательной форме связи фактора с качеством жизни:

$$y_i^{rt} = \frac{(x_{\max_i}^t - x_i^{rt})}{(x_{\max_i}^t - x_{\min_i}^t)}, \quad (14)$$

где y_i^{rt} , x_i^{rt} – соответственно унифицированное и исходное значение показателя вида i в регионе r в году t ;

$x_{\min_i}^t$, $x_{\max_i}^t$ – соответственно минимальное и максимальное значение показателя вида i из всей группы включенных в рассмотрение регионов (стран) в году t .

Общая схема расчета интегрального индикатора качества жизни региона:

$$I^r = \frac{\sum I_i^{rt}}{K} \text{ при } I_i^{rt} = y_i^{rt}, \quad (15)$$

где I^r – интегральный индикатор качества жизни в регионе r ($r=1, \dots, n$), в году t ;

I_i^{rt} – частный индикатор, характеризующий качество жизни в году t , регионе r , по отдельному направлению i (i -номер соответствующего унифицированного показателя).

Поскольку качество жизни – многофакторное понятие, для его оценки важно учесть все составляющие. Для оценки качества жизни какого-либо социального слоя населения или региона ученые предлагают проводить дополнительные расчеты. Так, степень удовлетворения финансовыми доходами может быть определена по формуле [2]:

$$\Phi_{cp} = \frac{3_{cp} H_{cp} + P_{cp} H_{cp}}{2C_{н.ч.} H}, \quad (16)$$

где 3_{cp} – среднемесячная заработная плата работающих, руб.;

H_p – численность работников, занятых в экономике;

P_{cp} – средний размер начисленных пенсий;

H_n – численность пенсионеров;

$C_{н.ч.}$ – средний прожиточный минимум;

H – численность постоянного населения.

Таким образом, мы рассмотрели методики определения и выявления региональной дифференциации качества жизни населения, предложенные отечественными и зарубежными учеными, которые можно использовать при проведении межрегиональных и динамических сопоставлений с построением композиционного индекса качества жизни населения.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Евченко А.В., Кузьбожев Э.Н. Прогнозирование и программирование социального развития региона в переходной экономике: ресурсный подход // Науч. ред. д-р экон. наук, проф. Э.Н. Кузьбожев. – Курск: Изд-во РОСН, 2000. – 216 с.
2. Косалс Л.Я., Рывкина Р.В., Симагин Ю.А. Рыночные реформы глазами разных поколений // Мировые экономические и международные отношения. – 1996. – № 7. – С. 134–143.
3. Кузьбожев Э.Н. Государственное индикативное планирование (региональный аспект). – Курск: Изд-во Курск ГТУ, 1996. – 80 с.
4. Региональные проблемы переходной экономики: вопросы теории и практики // Под ред. В.Г. Адиева. – М.: Экономика, 2002. – 646 с.
5. Смирнов С. Оценка социально-экономической ситуации в регионах для принятия хозяйственных и управленческих решений // Общество и экономика. – 1998. – № 4 - 5. – С. 27 - 34.
6. Социальная статистика // Под ред. чл.-корр. РАН И.И. Елисеевой. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 480 с.

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: РЕАЛИИ, ВЫЗОВЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ РОССИИ И МИРА

© 2008 Н.Л. Орлова*

В статье рассмотрены ключевые тенденции, особенности современной мировой экономики, макроэкономической политики; проблемы отношений между глобализацией и регионализацией; эффективно-го участия России в мирохозяйственных процессах.

Начало третьего тысячелетия, насыщенное динамичными событиями и отношениями, вызвало необходимость нового осмысления ключевых вопросов жизнедеятельности каждого человека и каждой страны. Невозможно спорить с тем, что процесс глобализации затрагивает абсолютно все сферы современного общества. Глубинные изменения переживает и мировой рынок, отражая сложнейшие новые сдвиги в мировой хозяйственной системе, далеко выходящие за рамки традиционных представлений.

Наиболее рельефно глобализация повлияла на экономическую сферу, которая, с одной стороны, послужила своеобразным мотором глобальных перемен, а с другой привела экономическую модель обустройства нашего мира к уникальным системам хозяйствования. Таким образом, мир вступил в геоэкономическую парадигму развития, и тем самым predetermined долгосрочную стратегию любой национальной экономики, которая выступает неразрывной составной частью геоэкономического пространства.

Помимо вышеотмеченного следует особо выделить и другую грань глобализационного процесса: глобализация затронула и общественную сферу мироустройства. Качественным изменениям подвержены такие традиционные сферы гуманитарного знания как экология, социология, политология и т.д. В условиях глобальных пере-

мен они прошли свой путь, выстраивая различные трансграничные системы и формируя транснациональные структуры.

Глобализацию принято характеризовать в первую очередь как результат научно-технической революции, развития информационных технологий и компьютерных сетей, телекоммуникационных и транспортных систем, а также взаимодействия национальных рынков, невиданного по интенсивности движения капиталов, товаров, услуг и рабочей силы по всему миру. Утверждается, что глобализация – следствие небывало возросшей технической и экономической мощи человечества, которая побеждает пространство и время, сближает народы, страны и континенты.

В научной литературе представлено много определений глобализации. В самом широком смысле глобализация представляет собой интенсивный процесс интернационализации политических, социально-экономических и культурных отношений различных стран мира. В экономическом аспекте глобализация означает невиданный до сих пор процесс бурного роста международного обмена товарами, услугами и капиталом. Вместе с тем, процесс глобализации проявляется на нескольких уровнях по-разному. Так, в мировом масштабе глобализация подразумевает растущую экономическую взаимозависимость стран, что отражается в увеличении международных потоков товаров, капиталов, услуг, знаний.

Орлова Наталья Леонидовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики, декан факультета международных отношений Российского университета кооперации.

В масштабе конкретной страны глобализация имеет отношение к степени взаимосвязи её экономики с остальным миром. В масштабе определенной отрасли глобализация связана с тем, насколько конкурентная позиция компании в данной области в одной стране зависит от другой страны. И на уровне конкретной компании глобализация отвечает на вопрос, в какой степени компания расширяет свои источники дохода и активы в других странах и участвует в международных потоках капитала, товаров и знаний между своими филиалами.

Движущей силой глобализации выступают высокие наукоемкие технологии, которые облегчают международный обмен, приводят к увеличению доли экспорта и импорта, включают региональную экономику в систему всемирного разделения труда. Это, в свою очередь, приводит к всеобщей либерализации внешней торговли и денежных рынков различных стран, к интернационализации производства и сетей сбыта продукции, к быстрому и широкому освоению технологий, благодаря которым международные потоки товаров, услуг и капитала становятся беспрепятственными и идущими с более высокими скоростями. Промышленное производство вовлеченных в этот процесс государств подвергается реорганизации, поскольку продукция отдельных стран перешагивает через их границы, а предприятия выходят на мировые финансовые рынки. В условиях глобализации структура производства и финансов различных стран становится взаимосвязанной и взаимозависимой. Процесс сопровождается ростом числа трансграничных транзакций, а эффектом является новое международное разделение труда, в котором создание национального богатства в большей степени зависит от хозяйствующих субъектов других стран.

Открытость и прозрачность экономики государства и общества – очевидные атрибуты современного экономического развития – вызвали принципиальные изменения в межгосударственном сотрудничестве в мире. В последние два десятилетия наступил перелом: прежние протекционистские тенденции, связанные с нефтяным кризисом, пошли на убыль, развернулся процесс постепенного сокращения величины таможенных барьеров и растущего при-

знания необходимости либерализации международных экономических отношений.

Но речь вовсе не идет о безоглядой открытости национальных экономических пространств. Любое государство, если оно хочет получить максимальную выгоду от глобализационных процессов, должно проводить сбалансированную, рациональную внешнюю экономическую стратегию. Во-первых, необходимо, чтобы либерализация торговых и финансовых оборотов осуществлялась на основе национальных интересов страны в соответствии с двусторонними и многосторонними соглашениями. Во-вторых, все более широкое распространение приобретает политика увеличения открытости на новых условиях – в рамках интеграционных союзов, куда входят несколько стран.

Важной особенностью рациональной макроэкономической политики является открытость в рамках региональной межгосударственной интеграции. Об этом красноречиво свидетельствует опыт Европейского союза. Открытость экономики, как показывает международная практика, предполагает, прежде всего, интеграцию национальной экономики в тот или иной региональный союз. Регионализацию же экономики можно охарактеризовать как первоначальный этап участия в процессе глобализации.

Таким образом, развитие современной мировой экономики определяется двумя ключевыми тенденциями, которые находятся в сложном, неоднозначном, противоречивом взаимодействии. С одной стороны, как уже отмечалось, происходит невиданный до сих пор процесс глобализации мирового хозяйства, а с другой – рост региональной и субрегиональной интеграции.

Региональные интеграционные союзы можно рассматривать как наиболее эффективный способ улучшения конкурентоспособности отдельных стран и всего региона в целом на фоне некоторых негативных последствий, связанных с глобализацией. Во многом обозначившееся стремление к расширению регионального сотрудничества на новом витке стало ответом на глобализационные процессы. Укрепление хозяйственных региональных связей, институтов локальной кооперации, а также сотрудничество в других сферах создают, как показывает мировая прак-

тика, лучшие перспективы социально-экономического развития отдельных стран, отдельных регионов, стало быть, в конечном счете, мирового сообщества в целом.

Между тем проблемы отношений между глобализацией и регионализмом в мировой экономике являются предметом многочисленных дискуссий. Неоднозначность, сложность данных процессов вызывают противоречивые оценки исследователей. Одни считают, что глобализация и регионализация взаимно влияют и дополняют друг друга. Согласно другим взглядам оба процесса находятся в состоянии противоречия.

Примечательно, что современный этап региональной интеграции ничего общего не имеет с изоляционизмом на региональном уровне, а, наоборот, определяется формулой «открытого регионализма», составными частями которого выступают расширение сферы взаимной торговли, устранение барьеров, мешающих свободному движению капиталов, ресурсов и рабочей силы. Причем речь идет о свободе кооперации не только в рамках отдельного регионального союза. Принципы открытого регионализма не ограничены углублением сотрудничества только существующих региональных и субрегиональных группировок; он предполагает также расширение взаимовыгодного сотрудничества между разными интеграционными союзами. Следовательно, противопоставлять процессы глобализации и регионализации не целесообразно.

Если посмотреть на то, как наша страна входит в эти глобальные процессы, то Россия в начале XXI века продемонстрировала, вследствие распада СССР, временно ослабленные позиции: в два раза сократилась численность населения по сравнению с 1989 годом; втрое уменьшился оборонный и экономический потенциал. Сейчас, Всемирный банк отводит на долю России 1,1 трлн долл. США, или 2,5% мирового ВВП. *Глобализация ставит под сомнение национальный суверенитет. А если страна еще и немодернизирована, то политика начинает сильно отставать от экономики – так происходит в России.*

Москва и остальная Россия сейчас – два разных мира. Столицу можно сравнить с важным узлом глобальной сети, концентрирующим власть, деньги, символические

и другие ресурсы, посредством которых контролируется окружающее пространство. Отставание России в экономике от наиболее развитых стран ведет к тому, что регионы России, слабея экономически, теряют политические и культурные возможности отстаивать свои позиции. «Гравитация» российского центра слишком сильна, и разрыв с провинцией нарастает. В углублении этой пропасти – основная угроза российскому единству.

Политические конфликты современного глобального мира, противостояние столицы России и провинции – это не случайные аномалии. Их наличие обусловлено отношениями «центр – периферия», контрастами в социальном и культурном развитии. И в отечественной и в западной науке существуют прямо противоположные взгляды на эти проблемы. Одни предлагают поддерживать, прежде всего, лидеров («регионы-локомотивы», наиболее развитые города), другие настаивают на мерах по восстановлению единства разорванного политико-экономического пространства, перераспределении ресурсов в пользу аутсайдеров.

Тенденция к увеличению разрыва между богатыми и бедными странами и территориями – это сейчас отнюдь не только российская проблема. Немецкий социолог У. Бек замечает: «Заблуждение заключается в том, что глобализация включает в себя только лишь глобализацию. Это не так. Речь идет также и о локализации. Нельзя даже подумать о глобализации, не обратившись при этом к вполне конкретным территориям и местам». Необходимость рассматривать локальные (региональные) проблемы как обратную сторону глобальных противоречий была очевидной уже в минувшее десятилетие. Это хорошо просматривается на примерах тех государств, чей суверенитет находится под вопросом.

Одним из важных условий вхождения России в глобализирующуюся экономику является обретение членства ВТО. Кроме того, как отечественные, так и зарубежные инвестиции невозможны без обеспечения гарантий безопасности бизнеса, минимизации политических и социальных рисков, создания нормальной правовой сферы и действенной судебной системы, устранения коррупции, решения вопросов

собственности на землю, реформирования банковской системы, улучшения международного имиджа России.

Любое государство должно трансформироваться, чтобы не потерять конкурентоспособность в глобализирующем мире XXI в. Глобализация предъявляет повышенные требования к компетенции государственного управления, качеству правового регулирования всего комплекса общественных отношений. Не совершив экономического рывка, не выступив в качестве полноправного, сильного партнера в глобализирующем мире, Россия может оказаться на обочине мирового развития. Конечно, важнейшим фактором в этом процессе выступает активное привлечение международных инвестиций.

В процессах глобализации мировой экономики международные потоки инвестиционного капитала играют более значительную роль, чем международная торговля товарами и услугами. Устойчивое экономическое развитие стран невозможно без их эффективного участия в мирохозяйственных процессах, в том числе без активного использования преимуществ от привлечения прямых иностранных инвестиций. Международному движению капиталов способствуют унифицированные нормы государственного регулирования инвестиционных процессов, получившие широкое распространение в конце XX в.

и действующие в соответствии с международными двусторонними и многосторонними договорами. Последние действуют под эгидой международных экономических организаций. Однако говорить о формировании на мировом рынке глобального инвестиционного права с одинаковыми правовыми принципами и нормами было бы пока преувеличением. Конечно, ключевую роль в инвестиционной жизни международного сообщества играют транснациональные корпорации.

Таким образом, уже не вызывает сомнений, что мир вступил в новую эру, характеризующуюся переделом мира между крупнейшими транснациональными корпорациями и наиболее развитыми странами. Мировая экономика в современных условиях представляет собой неэкономическую популяцию – наднациональную, внегосударственную, состоящую из трансграничных и транснациональных систем и сетей, выходящих за узкие экономические рамки. Такое осознание ведущих факторов и тенденций ее развития в свете глобальных изменений закладывает основы научного понимания реальной картины мира и помогает национальным экономикам сформировать эффективные стратегии развития и включиться в геоэкономическую и геофинансовую системы в качестве полноправных участников.

ИСТОЧНИКИ И ЛИТЕРАТУРА:

1. Бек У. Что такое глобализация. – М.:2001.
2. Московско-Шанхайская модель миропорядка XXI века / Под ред. В.Н. Кузнецова.- М.: Книга и бизнес, 2006. – 863 с.
3. Геннадий Отюцкий. Миропорядок и мировоззрение в системе мироустройства XXI в.: итоги научного исследования // Безопасность Евразии. 2008. № 2.
4. Jetto-Gillies Gr. Transnational Corporation: Fragmentation Amidst Integration.L.: Routledge 2002.
5. Regional Clusters in Europe / Observatore of European SMEs. 2002.

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВВП: РАЗУМНО ЛИ РОССИЯ ТРАТИТ СВОИ ДОХОДЫ?

© 2008 Т.В. Логутенкова, И.В. Логутенкова*

Актуальный вопрос экономического роста сегодня: разумно ли Россия тратит свои доходы? Ответ кроется в анализе структуры использования ВВП. В данной статье рассматривается динамика роста ВВП в целом, по элементам доходов, по статьям использования за период 2003–2008 гг. На основе выявленных трендов охарактеризовано их влияние на экономическую ситуацию в России.

Система национальных счетов представляет собой систему взаимосвязанных показателей, применяемых для описания и анализа макроэкономических процессов более чем в 150 странах мира с рыночной экономикой. Ключевым показателем системы является валовой внутренний продукт (ВВП), характеризующий стоимость товаров и услуг, произведенных в стране во всех отраслях экономики и предназначенных для конечного потребления, накопления и чистого экспорта.

ВВП чрезвычайно важен при международных сопоставлениях. Однако «голые цифры» ВВП дают довольно мало информации. Анализ же структуры использования ВВП позволяет определить, на что страна тратит свои доходы, выявить тенденции в расходах и доходах, рассмотреть возможности для экономического роста и, наконец, ответить на вопрос об эффективности существующей структуры использования. Актуальность данной проблемы очевидна. Ведущие макроэкономисты разрабатывают в настоящее время новые теории роста. Статистические данные по структуре использования ВВП дают множество ценной информации.

В целом динамика производства ВВП имеет положительный тренд (см. рис. 1).

Не смотря на в целом положительный тренд, рассмотрим ситуацию глубже, а именно данные по динамике долей раз-



Рисунок 1 – Динамика производства ВВП [1]

личных источников дохода и реального объема элементов использованного ВВП.

Проанализируем вышеприведенные таблицы. Расходы на конечное потребление домашних хозяйств показывают уверенный рост. В секторе ОГУ этот показатель сильно колеблется по темпам роста, но в целом имеет возрастающий тренд. А вот в секторе НКО, обслуживающих домашние хозяйства, расходы на конечное потребление постоянно снижаются, начиная с 2004 г.

Рассмотрим структуру потребления домашних хозяйств по данным ВЦИОМ.

Всероссийский опрос ВЦИОМ был проведен 29–30 января 2005 года. Опрошено 1600 человек в 100 населенных пунктах в 40

Логутенкова Татьяна Владимировна – старший преподаватель кафедры информационных технологий Российского университета кооперации.

Логутенкова Ирина Владимировна – студентка факультета экономики ГУ ВШЭ.

Таблица 1 – Структура ВВП по источникам доходов в процентах к ВВП [2]

| | 2002 г. | 2003 г. | 2004 г. | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Валовой внутренний продукт | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| в том числе: | | | | | | |
| оплата труда наемных работников (включая скрытую) | 46,7 | 47,1 | 46,0 | 43,8 | 44,1 | 45,6 |
| чистые налоги | | | | | | |
| на производство и импорт | 17,0 | 16,0 | 16,8 | 19,6 | 20,0 | 18,9 |
| валовая прибыль экономики и валовые смешанные доходы | 36,3 | 36,9 | 37,2 | 36,6 | 35,9 | 35,5 |

Таблица 2 – Динамика реального объема элементов использованного ВВП, в % к предыдущему году [3]

| | 2002 г. | 2003 г. | 2004 г. | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Валовой внутренний продукт | 104,7 | 107,3 | 107,2 | 106,4 | 107,4 | 108,1 |
| в том числе: | | | | | | |
| Расходы на конечное потребление | 107,0 | 106,2 | 109,2 | 108,8 | 108,9 | 110,6 |
| домашних хозяйств | 108,5 | 107,5 | 112,1 | 111,8 | 111,2 | 112,8 |
| государственного управления | 102,6 | 102,2 | 102,1 | 101,3 | 102,5 | 105,0 |
| некоммерческих организаций, обслуживающих домашние хозяйства | 100,8 | 101,1 | 88,8 | 81,4 | 99,8 | 99,3 |
| Валовое накопление | 97,4 | 113,2 | 112,2 | 109,5 | 118,3 | 122,6 |
| валовое накопление основного капитала | 102,8 | 112,8 | 112,6 | 110,6 | 117,7 | 120,8 |
| изменение запасов материальных оборотных средств | 66,3 | 116,7 | 109,4 | 101,5 | 122,9 | 134,0 |
| Чистый экспорт | 103,2 | 103,0 | 87,8 | 88,1 | 84,4 | 71,9 |
| Экспорт | 110,3 | 112,5 | 111,8 | 106,5 | 107,3 | 106,4 |
| Импорт | 114,6 | 117,7 | 123,3 | 116,6 | 121,9 | 127,3 |

областях, краях и республиках России. Статистическая погрешность не превышает 3,4%.

Большинство опрошенных (43%) тратят на оплату коммунальных услуг от четверти до половины совокупного дохода своей семьи. Еще почти треть (31%) тратят на эти цели менее 25% совокупного семейного дохода, 17% расходуют от половины до трех четвертей дохода, 4% опрошенных заявили, что тратят на оплату коммунальных услуг три четверти совокупного семейного дохода или даже более того.

В иерархии трат коммунальные услуги пока существенно уступают питанию – 42% опрошенных россиян расходуют на питание от половины до трех четвертей совокупного семейного дохода, еще треть (33%) – от четверти до половины, 13%

три четверти и больше и только 8% россиян тратят на питание менее четверти совокупного семейного дохода.

Доля расходов на коммунальные услуги и питание в значительной мере определяется доходами на одного члена семьи. В группе опрошенных с душевыми доходами до 1500 руб. в месяц относительное большинство тратит на оплату коммунальных услуг от четверти до половины, а на питание – от половины до трех четвертей совокупного семейного дохода. Напротив, в высоко обеспеченной группе (душевые доходы свыше 5.000 руб. в месяц) на оплату коммунальных услуг, как правило, расходуется менее 25% совокупного семейного дохода, а на питание – от четверти до половины [4].

Чтобы сделать состоятельные выводы по вышесприведенной информации, следует сравнить Россию с другими государствами Восточной Европы.

Рассмотрим, как распределяются бюджеты домохозяйств в странах Восточной Европы (см. рис. 2). Здесь для сравнения в качестве среднестатистической западноевропейской страны представлена Австрия.

| % | H | PL | CZ | SK | BG | RO | RUS | UA | SLO | HR | LT | YU | A |
|-------------------------------------|----|----|----|----|----|----|-----|----|-----|----|----|----|----|
| продукты | 34 | 31 | 24 | 31 | 63 | 54 | 56 | 33 | 26 | 45 | 48 | 49 | 13 |
| одежда / обувь | 6 | 6 | 6 | 9 | 6 | 6 | 14 | 12 | 9 | 10 | 7 | 6 | 7 |
| жилье / коммунальные услуги | 18 | 18 | 16 | 5 | 11 | | 5 | 12 | 12 | | 14 | 15 | 23 |
| мебель, интерьер, оборудование дома | 6 | 6 | 7 | 20 | 7 | | 6 | - | 7 | | 4 | 3 | 7 |
| транспорт | 16 | 14 | 13 | 10 | 4 | 8 | 3 | 5 | 22 | 10 | 11 | 7 | 18 |
| медицинские услуги и лекарства | 6 | 4 | 1 | 1 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 |
| отдых | 7 | 7 | 11 | 8 | 2 | 3 | * | 4 | 9 | 4 | 4 | 2 | 12 |
| разное/личные расходы | 8 | 15 | 21 | 16 | 2 | 5 | 11 | 31 | 12 | 7 | 8 | 13 | 17 |

Рисунок 2 - Распределение бюджетов домохозяйств в странах Восточной Европы [5]

Итак, средний россиянин тратит на продукты питания 56% от своих доходов. Это очень много и говорит о низком потребительском уровне в стране. Австрийцы, например, на продукты питания тратят всего 13% от дохода. Если человек, зарабатывающий 100 долларов, должен тратить на продукты питания как минимум порядка 35 долл. (по России в среднем 56%), то расходы на еду человека, получающего 10000 \$, даже если он тратит на продукты 1000 \$ в месяц, все равно составляют 10% от его дохода. Траты на одежду и обувь в России также больше, чем в Европе - 14%, в Австрии это в среднем 7% бюджета среднестатистической семьи.

В целом, россиянин оставляет в «рукав» $56+14+6=76\%$ своих доходов, в то время как австриец 27%, что для российского «рукава», вроде бы, неплохо. Но, с другой стороны, в абсолютных цифрах эти 27% намного значительнее наших 76%.

Таким образом, структура потребления в России ещё не вполне удовлетворяет стандартам развитых стран.

Валовое накопление с 2003 г. растёт, хотя темпы роста варьируются от года к году (наибольший рост можно наблюдать в 2007 г.). При этом валовое накопление основного капитала и изменение материальных оборотных средств идут вровень. Значительный скачок роста был в 2003 г., затем на протяжении двух лет темпы роста значительно понизились, но в 2006–2007 гг. снова стали высокими.

Что больше всего огорчает, так это динамика чистого экспорта. После колоссального скачка в 1998 г. за счёт резкого сокращения импорта, положительный тренд не закрепился. С 2004 г. чистый экспорт уверенно снижается в основном за счёт увеличения импорта. Отсюда можно сделать вывод о том, что возросшие расходы на конечное потребление домохозяйства тратят в значительной мере на импортные товары. За период с января по ноябрь 2004 г. стоимостной объём импорта вырос до 83,4 млрд. долл.

Какие это имело последствия? Отрасли, ориентированные на внутренний конечный потребительский и инвестиционный спрос, оказались перед необходимостью удержания достигнутых параметров выпуска. В легкой промышленности оценки платежеспособного спроса предприятиями упали, по данным Института экономики переходного периода (ИЭПП), до 49%. Для сравнения: в топливной промышленности они устойчиво держатся на уровне 100 процентов. Средством решения задачи удержания сбыта в легкой и пищевой промышленности и строительной индустрии стало зашнурование цен относительно динамики затрат. Как свидетельствуют результаты опросов ИЭПП, баланс изменения прибыли во всех отраслях, кроме электроэнергетики, топливной и металлургической промышленности, отрицательный.

Поскольку основная масса инвестиций в отечественной экономике осуществляется из собственных средств компаний, ухудшение финансового положения в значительном числе отраслей промышленности отразилось на динамике капитальных вложений. Темп роста инвестиций в основной капитал не так высок, как хотелось бы.

Можно предположить, что тенденция к сжатию инвестиций продолжится. И дело здесь не только в нестабильном финансовом положении промышленности. Не меньшую роль может сыграть неопределенность относительно цен на мировых топливно-сырьевых рынках в будущем году. На фоне практического исчерпания возможностей существующей транспортной инфраструктуры экспорта российские компании находятся сейчас в состоянии выбора между значительными инвестициями в транспортировку и производство и между банальным накоплением финансовых ресурсов исключительно за счет фактора мировых цен при постепенно стабилизирующемся выпуске.

Пока все свидетельствует в пользу второго варианта развития событий. Общеизвестно, например, что основная масса прибыли отечественных топливно-сырьевых компаний с целью оптимизации налогообложения оседает в торгово-посреднических и транспортных компаниях, а не в базовых производственных подразделениях. Динамика развития промышленности, куда относятся производственные мощности компаний, стала резко отставать от темпов роста добавленной стоимости в сфере торгово-посреднических и транспортных услуг. Параллельно резко ускорился отток капитала из страны, нарушив все планы правительства относительно сальдо платежного баланса по итогам года.

Влияние факторов, определяющих хозяйственный рост, носит довольно противоречивый характер. С одной стороны, благоприятная конъюнктура на мировых рынках сырья и энергоносителей приводит к стремительному увеличению объемов экспорта. Но, с другой стороны, негативные тенденции на внутреннем потребительском и инвестиционном рынках практически полностью нивелируют положительное влияние динамики экспорта [6]. Данный факт мы уже упоминали при рассмотрении данных Госкомстата по динамике реального объема элементов использованного ВВП.

Что касается структуры ВВП по источникам доходов, согласно данным ГКС, однозначно можно сделать вывод об увеличении доли чистых налогов на производство и импорт в 2007 г. по сравнению с 2003–2004 гг. Это следует расценивать как негативный тренд. Налоги душат бизнес, при этом доля оплаты труда уменьшается.

Рассмотрим данные сопоставления России с США, Великобританией и Японией в 2001 г. по структурам образования и распределения доходов. Как видно из нижеприведенной диаграммы (см. рис. 3), российская структура распределения и использования доходов сильно перекошена в пользу сектора «Предприятия», но в ущерб сектору «Домашние хозяйства». Причины тому – низкая доля оплаты труда в ВВП (см. рис. 4), что видно и из вышеприведенной таблицы, а также низкие доходы домохозяйств от собственности в национальном доходе России.

Ещё один негативный тренд: большая часть нераспределенной прибыли российских предприятий используется не для на-

копления капитала (т.е. по ее основному назначению), а (прямо или опосредованно) для кредитования остального мира. Оценки вывоза капитала за рубеж высоки. При этом роль российских домохозяйств в накоплении капитала возрастает на фоне низкой активности предприятий [7].

Эффективность использования ВВП во многом зависит от финансовой системы. Пока она не способствует накоплениям, о чем, в частности, свидетельствуют показатели, характеризующие склонность домохозяйств к сбережениям (см. рис. 5).

Данные Госкомстата России отражают сбережения в финансовых активах, в том числе прирост наличных рублей и приобретение иностранной валюты, а также покупку объектов недвижимости. По данным Госкомстата, сбережения растут быстрее доходов. Склонность населения к сбережениям после кризиса 1998 г. повысилась – с 15% в 1999 г. до 19,2% в 2003 г. В российской экономике в полной мере подтверждается открытая еще в XVII в. англичанином Г. Кингом и в XX в. обоснованная американцем Дж. Кейнсом линейная сберегательная функция, утверждающая, что рост доходов населения усиливает его склонность к накоплениям.

Рассмотрим совместную среднегодовую динамику ВВП, сбережений и потребления (см. рис. 6), учитывая обозначения: $IndfdVT$ – среднегодовой индекс роста ВВП, $InddelsavRy$ – среднегодовой индекс роста сбережений, $IndpceVTy$ – среднегодовой индекс роста потребления.

В 2008 г. темпы роста ВВП несколько снизились, и рост потребления обеспечивался высокой динамикой кредитования населения. К концу года возможно резкое снижение темпов роста потребления домашних домохозяйств (до 6% в годовом выражении). Последнее определяется не только замедлением расходов бюджета, но и общим снижением темпов роста доходов экономики в условиях относительно невысокой динамики мировых цен на топливо. Рост реальных сбережений ускорился в 2007–2008 гг.

Следует отметить значительное увеличение потребительского кредитования. В частности годовая величина кредитов по отношению к доходам населения в 2008 г. может превысить 10%, что соответствует 40–50% уровня насыщения, характерному для экономически развитых стран.

Таким образом, несмотря на противоречивость некоторых показателей и нали-

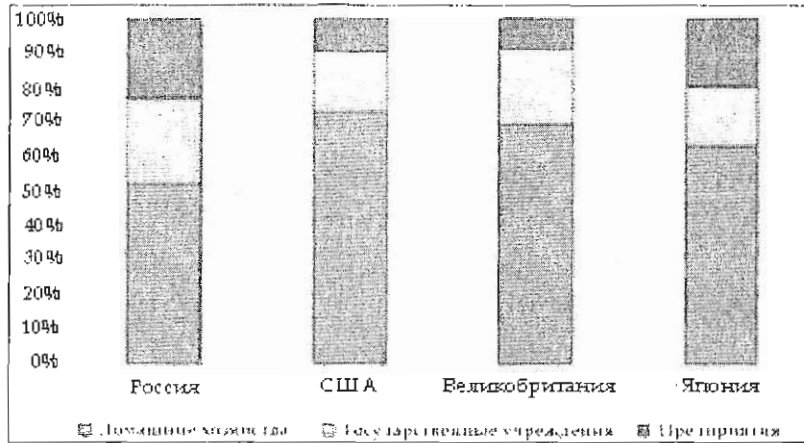


Рисунок 3. Структура распределения располагаемых доходов по секторам экономики России, США, Великобритании и Японии в 2001 г. [7]

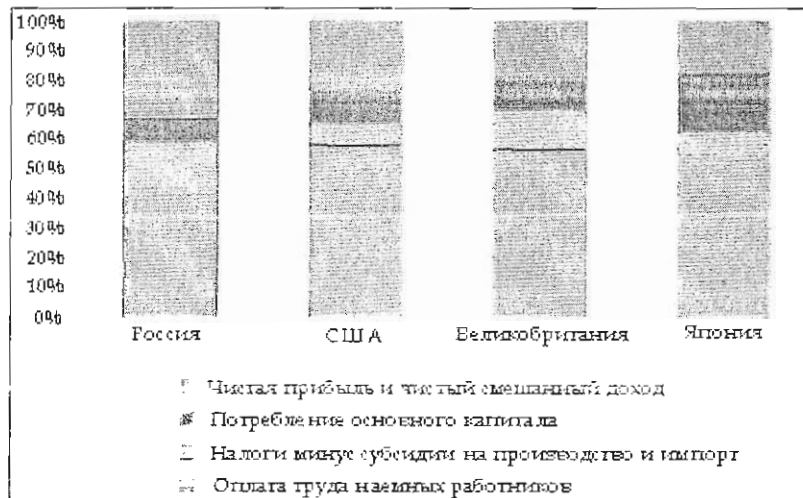


Рисунок 4 – Структура образования доходов в валовом внутреннем продукте России, США, Великобритании и Японии в 2001 г. [7]

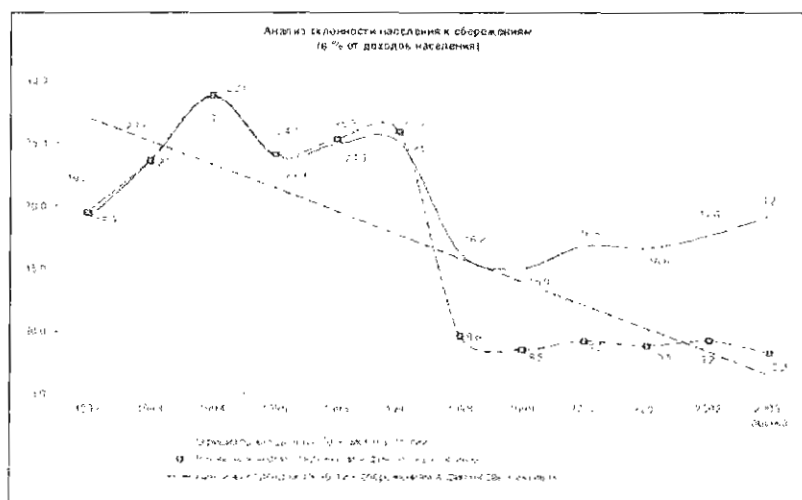


Рисунок 5 – Анализ склонности населения к сбережениям [8]

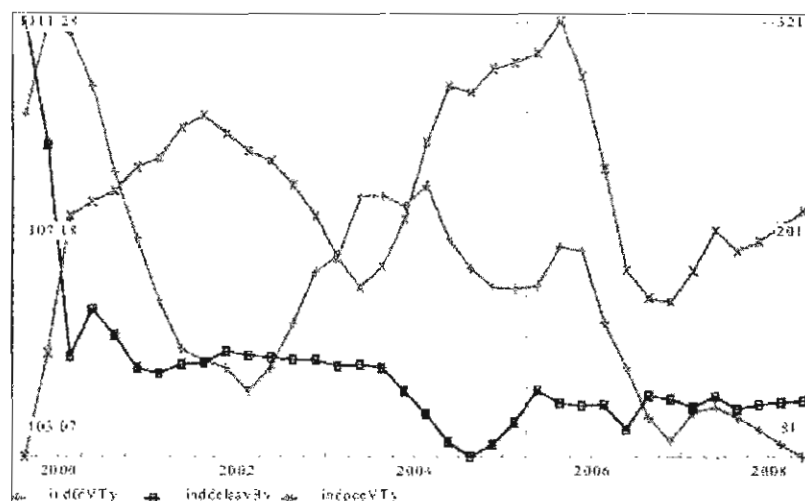


Рисунок 6 – Динамика ВВП, сбережений и потребления в годовом измерении на основе скользящих годовых значений, к соответствующему периоду предыдущего года, % [9]

чие как положительных, так и отрицательных трендов, в целом Россия тратит свои доходы неразумно, при устойчивом росте ВВП, структура его использования неэффективна. Возросшие доходы ОГУ за счёт налогов не направляются в достаточной мере на инвестирование промышленности. Предприятия тратят свои возросшие доходы на кредитование остального мира, а на собственное валовое накопление основного капитала мало. Помимо отставания темпов роста оплаты труда от остальных статей доходов, она также расходуется неразумно, на импортные товары. Таким образом, можно сделать вывод, что рост производства ВВП в большей степени обусловлен удачной мировой конъюнктурой, не-

жели эффективной политикой России. Необходимо осуществлять политику протекционизма и больше инвестировать в отечественные предприятия, также препятствовать оттоку капиталов из страны, в противном случае динамика роста ВВП будет иметь неустойчивый характер. Разумная же структура использования ВВП приведёт к долгосрочному положительному тренду.

Конечно же, данная статья представляет собой краткий анализ структуры использования ВВП, перспективы дальнейшего исследования огромны, так, мы считаем, необходим детальный анализ источников финансирования промышленности и видов сбережений домохозяйств, а так же многочисленные международные сопоставления.

ИСТОЧНИКИ И ЛИТЕРАТУРА:

1. http://www.gks.ru/bgd/free/b01_19/IssWWW.exe/Stg/d000/i000100r.htm
2. http://www.gks.ru/bgd/free/b01_19/IssWWW.exe/Stg/d000/i000860r.htm
3. http://www.gks.ru/bgd/free/b01_19/IssWWW.exe/Stg/d000/i000230r.htm
4. <http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/1142.html>
5. <http://www.p-marketing.ru/publications/general-questions/customers-trends/osobennosti-potreb-povedeniya-rossijan>
6. <http://www.rg.ru/2004/11/30/import.html>
7. <http://econom.nsc.ru/icie/nauchd/issled05/fundis05/fannDem.htm>
8. <http://www.rg.ru/2004/01/20/nakopleniya.html>
9. ИПП РАН «Прогноз макропоказателей экономики РФ в 2006–2008 гг.»
10. Россия в цифрах 2007; Статистика России; 2007 г.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ АГРАРНАЯ ПОЛИТИКА КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ОБЩЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

© 2008 Т.В. Абалакина, А.А. Абалакин*

В статье рассматриваются теоретические понятия аграрной политики, степень научной обоснованности и практические меры по ее реализации, подчеркивается важная роль государственной аграрной политики в современном мире. Материал статьи базируется на личностном подходе авторов к указанной проблеме.

В экономической литературе основополагающие целеустановки высшей государственной власти с их соответствующим конституциональным и законодательным закреплением в области развития сельского хозяйства и жизнедеятельности сельского населения определяются не только понятием «аграрная политика». Используются и такие понятия, как «сельскохозяйственная политика», «агропродовольственная политика». В рамках ЕС проводится «единая аграрная политика». Различия в формулировках обычно или не поясняются или подразумевают одно и то же. Часто методологическая сторона понятия «аграрная политика» освещается мимоходом или не затрагивается вообще. Так, в «Основных направлениях агропродовольственной политики правительства на 2001–2010 годы» о понятии «аграрная политика» не сказано ни слова. Кроме того, в «Основных направлениях» наряду с понятием «аграрная политика» чаще встречается термин «агропродовольственная политика». Между тем без рассмотрения сущности самого понятия нельзя правильно определить степень научной обоснованности и самой аграрной политики и, соответственно, практических мер по ее реализации.

В эволюционно развивающемся человеческом обществе в условиях правового государства определяющие целеустановки аграрной политики должны отвечать объективным законам, быть прозрачными, отражать реальные интересы людей и последовательно воплощаться в практической деятельности законодателей, исполнительных, управленческих и хозяйственных органов. Несоответствие этих целеустановок объективным закономерностям в развитии социальных и экономических процессов порождает субъективные научные трактовки самого понятия, целей и стратегии аграрной политики.

В аграрно-теоретических исследованиях нет однозначного определения аграрной политики. Французская школа, которая считается научным центром зарубежной теории аграрной политики, при ее определении делает акцент на политическую составляющую; Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) – на экономическую составляющую. В ряде стран (США, Германия) учитываются и другие составляющие аграрной политики – благоприятная окружающая среда и процветающее население.

В отечественной литературе также встречаются различные трактовки. По ут-

А б а л а к и н а Татьяна Владимировна – кандидат экономических наук, руководитель Центра организации НИР Российского университета кооперации.

А б а л а к и н Александр Алексеевич – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории Российского университета кооперации.

верждению И.Н. Буздalова, аграрная политика как совокупность основополагающих целеустановок политического руководства государства в области социально-экономического развития может называться таковой и содействовать прогрессу в сельском хозяйстве, если ее целью является создание условий, необходимых для достойной жизни прирожденного земледельца, его инициативного творческого труда. В.В. Милосердов главное в аграрной политике определяет «решение продовольственного вопроса». Е.Е. Жоголева характеризует аграрную политику как «...целенаправленную деятельность государства, ограниченную ресурсами, бюджетом и временем, призванную обеспечить продовольственную безопасность страны с сохранением благоприятной экологической обстановки и решением социальных вопросов на селе».

Отсутствие на практике аграрной политики как на федеральном, так и на региональном уровне не способствовало развитию сельского хозяйства и созданию условий для эффективного функционирования агропродовольственного сектора. До сих пор не преодолен ряд кризисных явлений, в их числе – рост суммарной кредиторской задолженности и финансовая неустойчивость сельскохозяйственных товаропроизводителей, неэквивалентные ценовые соотношения на сельскохозяйственную продукцию и промышленные ресурсы для ее производства, негативные процессы в социальной сфере села и др.

Еще ряд факторов, подтверждающих последствия отсутствия сбалансированной и долгосрочной аграрной политики – ограниченный доступ сельского населения к рынкам продукции, материально-техническим и финансовым ресурсам, что обусловлено низким уровнем развития в сельской местности рыночной, информационной и инженерной инфраструктуры, слабостью институтов гражданского общества в сельских районах, прежде всего сельского самоуправления.

Все это требовало принятия специальной программы развития сельского хозяйства и определения стратегических приоритетов социально-экономического развития России. В 2006 г. принимается Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства», где впервые дано определение госу-

дарственной сельскохозяйственной политики и сформулированы ее основные цели¹.

В соответствии со статьей 5 Закона государственная аграрная политика представляет собой составную часть государственной социально-экономической политики, направленной на устойчивое развитие сельского хозяйства и сельских территорий.

Основными целями государственной аграрной политики являются:

1. Повышение конкурентоспособности российской сельскохозяйственной продукции и российских сельскохозяйственных товаропроизводителей, обеспечение качества российских продовольственных товаров;

2. Обеспечение устойчивого развития сельских территорий, занятости сельского населения, повышения уровня его жизни, в том числе оплаты труда работников, занятых в сельском хозяйстве;

3. Сохранение и воспроизводство неиспользуемых для нужд сельскохозяйственного производства природных ресурсов;

4. Формирование эффективно функционирующего рынка сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, обеспечивающего повышение доходности сельскохозяйственных товаропроизводителей и развитие инфраструктуры этого рынка;

5. Создание благоприятного инвестиционного климата и повышение объема инвестиций в сфере сельского хозяйства;

6. Наблюдение за индексом цен на сельскохозяйственную продукцию, сырье и индексом цен (тарифов) на промышленную продукцию (услуги), используемую сельскохозяйственными товаропроизводителями, и поддержание паритета индексов таких цен (тарифов).

Государственная аграрная политика основывается на следующих принципах:

1. Доступность и адресность государственной поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей;

2. Доступность информации о состоянии государственной аграрной политики;

3. Единство рынка сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия и обеспечение равных условий конкуренции на этом рынке;

4. Последовательность осуществления мер государственной аграрной политики и ее устойчивое развитие;

5. Участие союзов (ассоциаций) сельскохозяйственных товаропроизводителей в формировании и реализации государственной аграрной политики.

С теоретической точки зрения аграрная политика, на наш взгляд, представляет собой упорядоченную деятельность государства и санкционированных им общественно-правовых институтов по формированию экономических, социальных, правовых и культурных условий жизни сельского населения. В определении аграрной политики государства фундаментальное значение имеет объективная обусловленность политических установок и решений закономерностям развития материального производства, среди которых решающее значение имеет реализация личного интереса производителя. Поэтому сущность и научная обоснованность аграрной политики объективно определяются ее направленностью на ценностные ориентиры, гражданские права и интересы производителей аграрной сферы экономики. Аграрная политика призвана ограждать интересы общества, всех его социальных групп и направлена на укрепление национальной экономики.

В основе аграрной политики лежат субъекты (федеральные и региональные субъекты, производители, потребители продовольствия, налогоплательщики) и объекты (средства и предметы агропромышленного комплекса). Это – онтологический аспект проблемы, или основополагающие элементы сущности аграрной политики. Активизирующий момент деятельности субъекта – его потребности, интересы и цели («дерево целей»), или аксиологический аспект проблемы, ее мотивационное ядро. Для решения задач аграрной политики необходимо изучение характеристик и возможностей объекта (природных ресурсов, сельскохозяйственных и агропромышленных технологий и т.д.). Это гносеологический аспект, или познание сущностей. И, наконец, квинтэссенцией проблемы выступает этап выбора целей, которые наиболее эффективны с точки зрения достижения генеральной цели аграрной политики. Это последний – прагматический аспект проблемы, то есть общество, определив свои потребности в виде целей развития, вынуждено, соизмеряясь с возможностями, ранжировать эти цели и произ-

водить ценностную оценку «ситуации». Таково философское ядро методологии выбора аграрной политики.

Таким образом, теория аграрной политики как система включает четыре основных элемента: онтологию (определение объекта аграрной политики); аксиологию (формулирование целей аграрной политики исходя из общественных потребностей); гносеологию (анализ состояния объекта, обеспечивающего удовлетворение данных потребностей) и, наконец, прагматику (как выбор приоритетов).

Современная теория аграрной политики основывается на экономической концепции государственного вмешательства в рынок с учетом специфики экономических характеристик сельского хозяйства, которая проявляется как в долгосрочном, так и в краткосрочном периодах. В долгосрочном периоде необходимость государственного регулирования аграрной сферы связана с ценовой неэластичностью спроса на сельскохозяйственную продукцию, относительной немобильностью факторов производства в сельском хозяйстве, что способствует формированию цен и доходов в аграрной сфере на низком уровне и пролонгирует тренд их сокращения относительно других отраслей экономики. Устойчивая тенденция отставания цен и доходов сельскохозяйственных производителей усугубляется в краткосрочном периоде их нестабильностью вследствие непосредственной зависимости аграрного производства от почвенно-климатических условий, сезонности и неустойчивости внешнего спроса. Следовательно, продовольственное обеспечение не имеет саморегулирующего характера, поэтому главную роль в регулировании и поддержке аграрного сектора играет государство, применяя инструменты, выработанные теорией и практикой. При этом на микроуровне анализируется использование ресурсов в производстве, обработке, распределении и потреблении продуктов, произведенных в аграрном секторе, учитывая его ключевую особенность – ограниченность основного фактора производства – земли. На макроуровне экономисты заинтересованы в исследовании степени взаимовлияния аграрного сектора и других секторов экономики.

Регулирующее воздействие государства на аграрную сферу необходимо осуществлять на основе:

– принципа единства экономических и социальных целей, суть которых состоит в том, что меры государственного регулирования должны ориентироваться не только на решение экономических проблем, но и принимать во внимание сложившиеся ценности сельского населения, модели поведения его различных групп, социально-психологические и национальные особенности;

– сочетания индикативности и директивности в управлении аграрной сферой. При этом директивные методы регулирования могут распространяться на предприятия государственного сектора в случае острой необходимости (засуха, наводнения и другие природные катаклизмы);

– эффективного сочетания инструментов аграрного протекционизма: внутриэкономического (касается взаимоотношений агропромышленного комплекса с другими отраслями) и внешнеэкономического, связанного с регулированием экспорта и импорта сельскохозяйственных товаров;

– принципа программного регулирования: программы в аграрной сфере выступают, во-первых, как метод воздействия на конкуренцию и тем самым смягчают негативные последствия; во-вторых, согласовывают интересы, механизмы и инструменты регулирования.

Принципы государственного регулирования находят свое проявление в направлениях, инструментах и методах достижения поставленных целей. Общая целевая направленность аграрной политики определяется как: обеспечение населения продовольствием по приемлемым, экономически оправданным ценам на основе создания организационно-экономических, финансовых и правовых условий для эффективного ведения агропромышленного производства;

– формирование развитых агропродовольственных рынков, социальное возрождение села и повышение уровня доходов сельского населения;

– решение проблем сохранения окружающей среды и восстановления экологического равновесия.

В общем виде применение целевого принципа при разработке аграрной политики выражается в выборе приоритетов. Понятие «приоритеты аграрной политики» предполагает сокращение числа целей и уточнение уже отобранных целей с послед-

ующей их характеристикой соответствующими показателями. Чтобы определить наилучшую комбинацию приоритетов аграрной политики требуется рассмотрение широкого круга возможных вариантов в соответствии с имеющимися ресурсами. По определению американского ученого Дж. Ван Гига, «приоритеты можно рассматривать как формализацию назначения различных весов свойствам решения с целью придать большую важность одним свойствам и меньшую - другим. Они являются важным элементом при формировании стратегии и принятии решений. Приоритеты - это вид иерархии, когда определенным целям отдают предпочтение по сравнению с другими. Назначение весов диктуется и политической целесообразностью, и требованиями общественности, и текущим моментом, и результатами формального анализа».

Определение приоритетов аграрной политики базируется на теории выбора, системного анализа и анализа политик, синтез которых в условиях неопределенности позволяет решать слабоструктурированные задачи оценки и сравнения механизмов трансформации исходной (проблемной) ситуации в желаемую (целевую). Теория принятия решений в условиях неопределенности достаточно разработана зарубежной и отечественной наукой, по практическая их реализация связана с большими трудностями из-за роста неопределенности, вследствие увеличения влияния мировой экономики на национальное производство, что приобретает стратегическое значение для нашей страны.

Приоритеты аграрной политики могут быть направлены на поддержку потребителей или производителей. Первый тип политики ориентирован

на снижение цен на сельскохозяйственную продукцию с одновременным увеличением ее предложения на национальном рынке. Ее реализация осуществляется на основе выплаты целевых продовольственных субсидий низкодоходным группам населения, путем проведения реализационных государственных интервенций, а также посредством установления импортных субсидий и экспортных тарифов и квот.

Для условий российской действительности наиболее целесообразен второй тип политики, а именно поддержка произво-

дителей. В качестве приоритетов аграрной политики объективно выделить, во-первых, осуществление мер по обеспечению доходности товаропроизводителей АПК через оказание селу государственной поддержки, созданию условий для снижения издержек производства и, как следствие, по улучшению инвестиционного климата в аграрном секторе экономики страны; во-вторых, государственная поддержка и содействие развитию инфраструктуры продовольственного рынка, разумный протекционизм.

Необходимость государственной бюджетной поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей обусловлена тем, что агропромышленный комплекс и прежде всего сельское хозяйство в условиях рынка не может в силу своей специфики в полной мере

и на равных участвовать в межотраслевой конкуренции. Из-за неэквивалентности в товарообмене с другими отраслями экономики, сезонности производства, слабой инвестиционной привлекательности и низкой покупательной способности населения сельское хозяйство в значительной части предприятий остается убыточной отраслью. Оно нуждается в финансовой поддержке, призванной постепенно компенсировать изымавшийся смежными отраслями доход, повышать платежеспособность товаропроизводителей, улучшать инвестиционную привлекательность сельского хозяйства. Такая поддержка должна быть посильной не только для регионального бюджета, но и достаточной для того, чтобы дать возможность развиваться АПК в рыночных условиях.

ЛИТЕРАТУРА :

1. Буздалов И.Н. Аграрная политика и крестьянство // Власть, бизнес и крестьянство: механизмы эффективного взаимодействия. – М.: Энциклопедия российских деревень, 2002. – С.6 – 13.
2. Гордеев А.В. Основные направления агропродовольственной политики правительства на 2001 – 2010 годы. – М.: Центр стратегических разработок, 2000. – 23 с.
3. Милосердов В.В., Милосердов К.В. Аграрная политика России – XX век. – М.: ФГУП «ВО Мнселъхоза России», 2002. – 543 с.

¹ Федеральный закон от 29.12.2006г. № 264-ФЗ «О развитии сельского хозяйства».

О СУЩНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ РИСКОВ

© 2008 В.Г. Биндас*

На основе анализа отечественной и зарубежной литературы в статье рассматриваются современные подходы к пониманию сущности, видов и функций предпринимательского риска.

В экономической литературе сложилось несколько полярных взглядов на сущность риска. Разнообразие мнений о сущности риска объясняется в частности многоаспектностью этого явления, недостаточным использованием в реальной предпринимательской практике. Кроме того, риск – это сложное явление, имеющее множество несовпадающих, а иногда противоположных реальных оснований. Это обуславливает возможность сосуществования множественных определений, объясняющих понятие риска с разных точек зрения. Рассмотрим некоторые современные подходы к пониманию сущности предпринимательского риска.

В экономической литературе широко распространены суждения о риске, как о возможной опасности или неудаче. В этом понятие риск отождествляется с мерой ожидаемой неудачи, неблагоприятием в деятельности, опасностью наступления неблагоприятных последствий, с определенным явлением, наступление которых содержит возможность материальных потерь, возможность убытка или неудачи в коммерции, с опасностью, от которой проводится страхование имущества и т.д.

Под категорией риск в страховой деятельности подразумевается опасность, угрожающая страховому агенту, за которую страховое учреждение обязано вознаградить страхователя.

В ряде источников читаем: «риск – означает возможную опасность чего-либо, неудачу, в каком-либо действии» [5, с. 136]; «риск – это всякая возможность ущерба для личности или коллектива, всякая угроза бла-

гам лица физического или юридического» [8, с. 278]. По Вебстеру, риск – это «опасность, возможность убытка или ущерба» [4, с. 71].

Таким образом, в этих определениях выделяется такая черта риска, как возможность или мера предполагаемой неудачи, опасность, применительно к конкретному виду деятельности.

В некоторых случаях риск понимается как деятельность, совершаемая в надежде на благоприятный исход, то есть риск отождествляется с предполагаемой удачей, выигрышем.

Конечно, вычленение двух подходов к решению рискованных ситуаций не следует абсолютизировать: на практике, в большинстве случаев эти подходы дополняют друг друга и используются одновременно.

Многие современные авторы пытаются дать более обобщенное определение риска, выявить черты, характеризующие его как общенаучное понятие. Например, венгерские экономисты Т. Бачкаи и Д. Мёссна считают, что сужение понятие риска только до учета возможного ущерба ограничивало бы его правильное использование в экономической области. Они считают, что «риск – это не ущерб, наносимый реализацией решения, а возможность отклонения от цели, ради достижения которой принимается решение» [3, с. 14]. В соответствии с этим, речь может идти и о риске наступлений (выгоды), то есть наряду с риском понести расходы, существует риск получения дополнительных доходов (прибыли).

В последнее десятилетие появились научные исследования, в которых авторы рассматривают риск применительно к про-

Б и н д а с Валерий Григорьевич – кандидат экономических наук, Краснодарский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации.

цессу принятия решений в условиях нарастающей неопределенности ситуации. В этом случае риск представляет собой совокупность вероятных экономических, политических, моральных и других положительных и неблагоприятных последствий, которые могут наступить при реализации выбранных предпринимательских решений.

В.А. Абчук считает, что «риск – это образ действий в неясной, неопределенной обстановке» [1, с. 26]. В.Д. Рудашевский дает такое определение понятия риск: «риск – это вероятность ошибки либо успеха того или иного выбора в ситуации с несколькими альтернативами» [6, с. 10].

Кроме того, в некоторых научных публикациях отмечается, что риск является неотъемлемым свойством новаторской, инновационной предпринимательской деятельности. В связи с этим, А.П. Альтин рассматривает «ситуацию риска» и выделяет «человеческий фактор» в осознании риска. Этот компонент является необходимой чертой взаимосвязи существующей «ситуации риска и принятия рискованного решения» [2, с. 8]. Осознание содержания ситуации риска позволяет предпринимателю разрешить ее путем выбора и реализации одной из имеющихся альтернатив, т.е. путем совершения рискованного действия. Этот процесс находит свое отражение в понятии «риск», которое предстает моделью «понятия неопределенности». Такой подход к понятию «риск» позволяет определить риск «как деятельность субъектов хозяйственной жизни, связанную с преодолением неопределенности в ситуации неизбежного выбора, в процессе которой имеется возможность оценить вероятность желаемого результата, неудачи и отклонения от цели, содержащиеся в выбираемых альтернативах» [2, с. 8].

М.И. Баканов и В.А. Чернов считают, что риск становится неотъемлемой частью предпринимательской деятельности, в целом всего хозяйственного механизма, настроенного на законах рынка, и его следует рассматривать как подверженность возможности экономических, финансовых потерь или успехов, физического ущерба, повреждений, промедлений, как следствие неопределенности, связанной с выбранной линией поведения.

В.Г. Севрук находит взаимосвязь риска и финансового состояния фирмы.

Все эти подходы отражают существенные черты риска, как ключевого фактора предпринимательской деятельности. Однако в них не акцентируется внимание на других важных аспектах риска.

Понимание сущности предпринимательского риска также неразрывно связано с одним важным объективным критерием, а именно: до каких пределов может действовать предприниматель, идя на риск в своей деятельности. Этот вопрос имеет некоторые экономические обстоятельства и последствия, то есть возникает проблема допустимого риска.

Польский экономист Брошислав Минц исследует разумную степень риска в зависимости от таких параметров, как размер основных средств, объем реализации, уровень рентабельности, уровень прибыльности, финансовое состояние. Чем прочнее финансовое положение предприятия, чем разнообразнее номенклатура продукции, тем меньше нужно опасаться риска. А это означает, что фирма, имеющая большой капитал и большой ассортимент продукции, в меньшей степени чувствительна к риску. Предприниматель в таких условиях может смелее принимать решения, и особенно в рискованных ситуациях.

По мнению венгерских экономистов Т. Бачкаи, Д. Мессна, Д. Мико и Э. Хусты, «разумность» предпринимателя в вопросах риска может быть исследована только на уровне принятия конкретных решений. Экономические пределы риска, по их мнению, определяют тем, что руководитель в процессе принятия решений может идти на риск, если фонды (капитал), находящиеся в его распоряжении соответствуют по размерам задачам развития предприятия [3, с. 23]. Предпосылками же для этого служат непрерывность процесса реализации, высокий уровень прибыли, сбалансированные связи с транспортом и потребителями, высокая степень платежеспособности, развитая финансовая система и т.д. Предприниматель в процессе принятия решений, по мнению этих авторов, может идти на риск, если он надлежащим образом руководит имеющимися средствами.

Таким образом, венгерские экономисты изложили требования, которые могут быть названы и оценены с точки зрения принятия риска «на себя», под свою ответ-

ственность. Однако, на наш взгляд, их следует дополнить весьма важными основаниями, не поддающимися точной количественной оценке, таким как: ситуация, способствующая принятию решения, связанного с риском; выбор компетентных сотрудников фирмы; интуиция предпринимателя и т.д.

Анализ современной зарубежной и отечественной научной экономической литературы позволил выявить существующее разнообразие трактовок предпринимательского риска и показал, что среди исследователей нет единого мнения относительно определения сущности и экономических предслов риска. С одной стороны, риск связывают лишь с неблагоприятным воздействием на результаты предпринимательской деятельности. В такой ситуации начинают складываться предпосылки отождествления риска с явлениями, наступление которых могло вызвать имущественные и другие виды ущерба. С другой стороны, риск понимается как деятельность, совершаемая в надежде на благоприятный исход, то есть на выигрыш. Соединение этих двух подходов позволило многим исследователям рассматривать риск, как вероятность ошибки (неудачи) или успеха того или иного выбора в ситуации со многими альтернативами. Если рассматривать предпринимательство в сфере торговли, то на наш взгляд, риск представляет собой характеристику деятельности, осуществляемой торговой организацией в ситуации неизбежного выбора, отображающую неопределенность будущих результатов ее деятельности и вероятность благоприятных и негативных последствий этой деятельности. В этом определении отражены следующие основные свойства риска торговой деятельности как экономической категории:

- случайный характер событий;
- возможность выбора различных решений;
- наличие субъекта, принимающего решения;
- возможность получения различных результатов, как положительных, так и отрицательных;
- вероятность существования риска даже при бездействии субъекта, принимающего решение, например, в качестве риска упущенных возможностей.

Если раньше неопределенность в сфере товарного обращения была связана с

количеством товаров, величиной затрат, то теперь неопределенность в большей мере связана с новыми технологиями, социальными последствиями, социальным контролем, что выдвигает на передний план потребительские свойства товаров и оценку их субъектами потребления. Неопределенность нового типа создается новыми поворотами научно-технического прогресса, появлением новых технологий, предпочтениями потребителя, выбор которого тем шире и непредсказуемей, чем полнее удовлетворены его базовые потребности.

Иногда термины «неопределенность» и «риск» употребляются взаимозаменяемо, между ними не проводятся различия. Однако при решении оптимизационных задач следует различать ситуации, связанные с риском, и ситуации, связанные с неопределенностью. Различают неопределенность, означающую недостаток информации о вероятных будущих событиях, и риск, означающий ситуацию, в которой люди не знают точно, что случится, но представляют вероятность каждого из возможных исходов.

Таким образом, вероятностная структура среды, в которой находится торговое предприятие, динамический характер и многовариантность, присущие большинству явлений окружающей действительности, порождают риск. Риск имеет место не только в результате незнания предприятием того, к чему оно стремится, или плохого ориентирования в окружающей среде, но и в связи с тем, что непрерывно меняются условия его деятельности, меняется поведение субъектов рынка, а это заставляет проводить быструю переориентацию деловой активности.

Непредсказуемость спроса, насыщенность и дифференцированность потребности, изменение предпочтений покупателей, индивидуализация потребления, усиление конкуренции – все это ведет к повышению риска при принятии решений предприятиями торговли.

Риск предприятий торговли выражается вероятностью получения таких нежелательных результатов, как потеря прибыли, нереализованные запасы товаров, снижение эффективности капитальных вложений по сравнению с запланированным уровнем, возникновение убытков при заключении какой-либо сделки, сокращение ресурсной базы и т.д.

При осуществлении торговой деятельности в условиях неопределенности риску присущи определенные функции. Среди важнейших функций можно выделить, по нашему мнению, следующие: регулируемую, стимулирующую, защитную, предупредительную, компенсационную, функцию регулирования рисковыми вложениями и социально-рисковыми отношениями, контрольную, социальную.

Регулирующая функция риска двояка. С одной стороны, риск при осуществлении предприятием торговли социально-экономических задач выполняет роль своеобразного катализатора количественного и качественного развития предприятия. Факторы риска вынуждают предприятия торговли тщательно анализировать рентабельность сделок, ответственно разрабатывать сметы капиталовложений, закупать товары и прочие ресурсы, заниматься подбором кадров и др. С другой стороны, регулирующая функция риска проявляется в том, что принятие и реализация решений с необоснованным риском может привести к снижению эффективности работы предприятий торговли, затормозить движение предприятия к намеченным социально-экономическим показателям. Кроме того, предприятие, маневрируя величиной удерживаемого на своей ответственности или передаваемого риска, порядком создания фондов риска, методами снижения риска, создает условия для ускоренного (или замедленного) развития тех или иных направлений своей деятельности, то есть регулирует свое социально-экономическое развитие. Особенно наглядно это проявляется на примере венчурных капиталовложений.

Риск выступает психологическим, нравственным, моральным регулятором поведения. Это регулирование реализуется как возможность нравственного выбора, стремление субъекта, опираясь на свои знания, опыт, расчет, интуицию, выяснить вероятность как позитивных, так и отрицательных нравственных последствий выбора, поступка, действия. Реальное превращение риска в инструмент регулирования экономических отношений помогает предприятиям торговли вырабатывать навыки эффективного ориентирования в вероятностной среде, в которой они действуют, формирует альтернативность, вариантность

принятия решений, приспособляемость к постоянно меняющимся условиям рынка.

Стимулирующая функция состоит в том, что с помощью рискованных инвестиций предприятие стимулирует научно-технический прогресс, увеличение числа рабочих мест, развитие торгово-технологического процесса и сферы товарного обращения в целом. Стимулирование предприятиями торговли научно-технического прогресса происходит путем рискованных капиталовложений в новые сферы деятельности, связанных с большим риском. Наличие риска является сильнейшим стимулом для эффективного и экономного использования средств и ресурсов предприятий. Факт риска в экономике и стремление к его преодолению являются катализатором развития творческого потенциала личности, разделяющей ответственность за результат деятельности, связанной с риском.

Защитная функция риска проявляет себя в том, что предприятие торговли ищет средства и формы защиты от возможных нежелательных последствий, стабилизирующие их хозяйственную деятельность. Стабильность обеспечивается благодаря механизму перераспределения риска, путем создания различных форм фондов риска (самострахования, страхования, взаимного страхования и др.) и формированию должной нормативно-законодательной базы, обеспечивающей для всех субъектов, принимающих рискованные решения, стабильные условия осуществления ими своей рискованной деятельности. Защитная функция связана с правовым, информационным обеспечением возможных перераспределений риска. Защитная функция проявляется, помимо использования механизмов страхования, хеджирования, самострахования и др., в создании правовой базы, регулирующей международные и внутренние рискованные отношения, в предоставлении политических и экономических гарантий, исключающих в случае неудачи наказание специалиста, пошедшего на риск. Она состоит и в обеспечении права на риск.

Предупредительная функция риска заключается в использовании средств предприятия (в том числе и создаваемых фондов риска) на уменьшение степени и последствий риска, то есть на осуществление всевозможных предупредительных меро-

риятий по защите от возможных негативных последствий в будущем. В современной экономике риск является индикатором, позволяющим предприятию торговли вовремя предупредить возможные ущербы, которые могут наступить вследствие непредвиденных случайных событий, наносящих значительный урон предприятию.

Компенсационная функция проявляется в создании целевых фондов риска в денежной и натуральной форме, которые обеспечивают возмещение (компенсацию) понесенных убытков от неожиданных негативных событий (неэффективной экономической деятельности, стихийных бедствий, несчастных случаев и других неблагоприятных явлений различного рода), оказание материальной помощи работникам предприятия при наступлении определенных событий в их жизни, а также всем тем, кому в результате своей деятельности предприятие нанесло ущерб жизни, здоровью, имуществу. Фонды предназначены для оперативного преодоления последствий чрезвычайных ситуаций в хозяйственной деятельности предприятия. Кроме того, возможное наличие риска заставляет предпринимателей закладывать «плату (компенсацию) за риск» в цену товара, работы, услуги, что позволяет избежать катастрофических ущербов.

Функция регулирования рисковыми вложениями и социально-рисковыми отношениями выражается через функционирование риск-менеджмента. Риск-менеджмент – это система рационального управления величиной (уровнем, степенью) риска, рисковыми инвестициями, организацией рисковых отношений с целью обеспечения финансовой устойчивости предприятия. Регулирование осуществляется с помощью многообразных методов рискового механизма.

Контрольная функция заключается в создании и использовании системы контроля за количественными и качественными параметрами рисковых процессов, возникающих на торговом предприятии, а также за формированием и строго целевым использованием средств фондов риска. Поскольку риск «пронизывает» все уровни и сферы деятельности предприятия, все его подразделения, он выступает универсальным орудием контроля со стороны руководства предприятия за торгово-технологическим процессом и финансовым состо-

янием предприятия. Благодаря контрольной функции риска предприятие торговли знает о том, как складывается структура капитала, его основные зоны риска, насколько экономно и эффективно используются ресурсы, и т.д. Контроль может осуществляться двумя способами: либо в форме контроля за изменением показателей риска, либо в форме контроля за реализацией рискованной стратегии. В первом случае орган рискового управления опирается на систему санкций и поощрений, используя меры принудительного или, наоборот, стимулирующего характера. Во втором – основное внимание уделяется предвидению изменений и заблаговременному приспособлению к ним своей деятельности.

Инструментом реализации контрольной функции выступает финансовая информация, заключенная в финансовых показателях, имеющихся в бухгалтерской, статистической и оперативной отчетности. Показатели риска позволяют увидеть различные стороны работы предприятия и оценить результаты своей хозяйственной деятельности; на их основе принимаются меры, направленные на устранение выявленных негативных факторов. Особая роль данной функции определяется возможностью через контроль за источниками возникновения рисков анализировать многие другие аспекты деятельности предприятий. Данная функция проявляется в контроле за эффективностью хозяйственной, инвестиционной деятельности, используемых технологий предприятий торговли и др. Она позволяет отслеживать своевременность и полную поступления денежных средств, сопоставлять их величину с потребностями в ресурсах и, в конечном счете, определять необходимость изменения политики и стратегии предприятий в ситуации риска.

Социальная функция реализуется в процессе материальной защиты работников предприятия, вовлеченных в рискованную деятельность, путем выплат компенсаций, пособий за причиненный ущерб их здоровью, жизни, материальному состоянию, тем самым обеспечивая поддержку уровня их жизни. Кроме того, сверхдоходы, полученные в результате рискованных действий предприятия, могут им использоваться на помощь социально не обеспеченным семьям работников, на предоставление допол-

пительных льгот работникам, осуществление социальных программ предприятия (касающихся вопросов здравоохранения, культуры, повышения квалификации).

Наличие рисков в торговой деятельности само по себе не является ни достоинством, ни недостатком, это предопределено природой и выполняемыми функциями. Причем отсутствие рисков в определенной мере вредит экономике, так как в условиях безрисковой, или почти безрисковой деятельности резко сужается сфера самореализации большинства руководителей. Наличие же рисков позволяет субъектам торго-

вой деятельности выбрать тот вид деятельности, который в наибольшей степени отвечает их природным наклонностям и приобретенным предпринимательским качествам.

В этом ключе риски выступают постоянным и сильнодействующим фактором поступательного развития сферы товарного обращения. Их существование обуславливает переток материальных, финансовых, трудовых ресурсов из одних сфер в другие в зависимости от наличия в этих сферах определенных рисков. Таким образом, риски, в определенной степени, являются двигателями прогресса.

ЛИТЕРАТУРА:

1. *Абчук В.А.* Предпринимчивость и риск: 21 урок предпринимательства и менеджмента. – Л.: ЛФ ВИПКРП, 1991. – 63 с.
2. *Альгин А.И.* Риск и его роль в общественной жизни. – М.: Мысль, 1989. – 189 с.
3. *Бачкан Т., Мессена Д. и др.* Хозяйственный риск и его измерения. Пер. с венг. – М.: Экономика, 1979. – 240 с.
4. *Большаков А.К., Хайруллина А.С.* Моделирование в менеджменте: Учеб. пособие. – М.: Финансы; Рилант, 2000. – 464 с.
5. *Райзберг Б.А.* Предпринимательство и риск. – М.: Знание, 1992. – 64 с.
6. *Рудашевский В.Д.* Риск, конфликт и неопределенность в процессе принятия решений и их моделирование. Вопросы психологии, 1974. – № 2. – С. 9 – 14.
7. *Сербиновский Б.Ю., Гаркуша В.Н.* Страховое дело: Учеб. пособие. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2000. – 384 с.
8. *Сидельников Ю.А., Дюжиков Е.Ф.* Страхование: Учеб. пособие. – М.: ИПФРА-М, 2002. – 312 с.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА В РОССИИ В УСЛОВИЯХ РОСТА ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ

© 2008 Д.А. Котов*

В статье анализируются основные проблемы, препятствующие созданию механизма инвестирования и снижающие инвестиционную привлекательность коммунальных предприятий. Рассмотрены формы частно-государственного партнерства и предложены оптимальные пути решения выявленных проблем.

Как свидетельствует государственная статистика, в 2007 г. Россия вступила в период инвестиционного бума. Иностранные инвестиции в российскую экономику увеличились в 2,2 раза. Причем прямые иностранные инвестиции (ПИИ) в нефинансовый сектор достигли 27,8 млрд. долл. Это в два раза больше, чем в 2006 г. (см. График 1).

Благоприятной инвестиционной политике в России способствуют экономический рост, бездефицитный бюджет, растущие золотовалютные резервы и Стабилизационный фонд (с 2008 г. разделен на Резервный фонд и Фонд национального благосостояния). Правительство РФ начало уделять больше внимания повышению эффективности государственных инвестиций. Отмечаются признаки смягчения бюджетной политики: растут расходы на социальные нужды, объем инвестиционного фонда на 2007–2008 г. сформирован в размере 215 млрд. руб., создана Российская венчурная компания, наконец, правительство рассчитывает на активизацию государственно-частного партнерства.

Российская экономика является весьма привлекательной для инвесторов, причем во многих своих секторах.

Наибольшую долю иностранных инвестиций смогли привлечь в 2007 г. следующие отрасли: оптовая и розничная тор-

говля – 39,1%; обрабатывающие производства (в основном металлургия и нефтепереработка) – 26,4%; добыча полезных ископаемых – 14,4%; операции с недвижимым имуществом – 7,0%; транспорт и связь (в основном связь) – 5,5%¹.

Эти отрасли наиболее привлекательны для внешних инвесторов, ввиду возможности получить значительный доход на инвестированный капитал. Большая часть этих отраслей (за исключением добычи углеводородов) открыты для инвесторов, и механизм инвестирования прост и хорошо оглажен с точки зрения действующего законодательства.

Если же посмотреть на структуру инвестиций в основной капитал осуществляемых федеральными и муниципальными бюджетами, а также частными собственниками, то получится иная картина. Крупнейшими получателями инвестиций будут следующие отрасли: транспорт, добыча топливно-энергетических полезных ископаемых, производство и распределение электроэнергии, газа и воды, сельское хозяйство, связь.

Как мы видим, отраслевой состав изменился: значительные инвестиции тратятся бюджетами на транспорт и сельское хозяйство. Однако ЖКХ не вошло в число отраслей, получающих большую часть инвестиций. Ни частные инвесторы, ни государство не инвестирует в ЖКХ, хотя свобод-

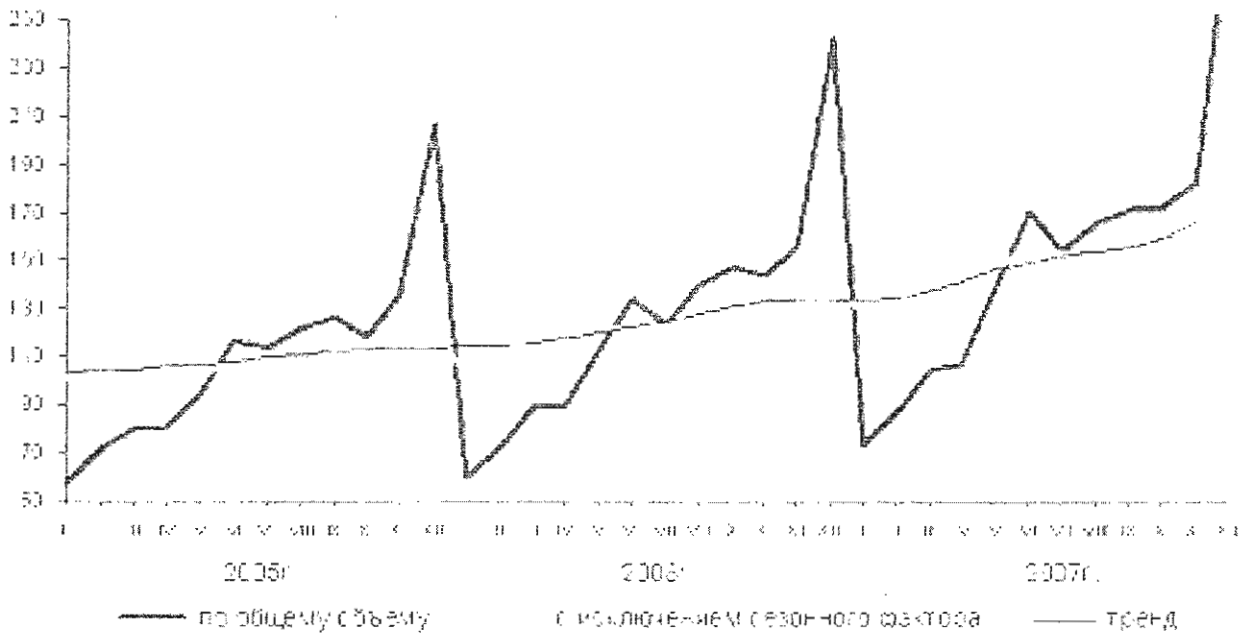
К о т о в Дмитрий Александрович – аспирант кафедры менеджмента Российского университета кооперации.

График 1 – Поступление иностранных инвестиций по типам



Источник: Федеральная служба государственной статистики

График 2 – Динамика инвестиций в основной капитал в % к среднемесячному значению 2004 г.



Источник: Федеральная служба государственной статистики

ных денег внутри страны, как у частных инвесторов, так и у государства предостаточно.

Коммунальное хозяйство, как отрасль народного хозяйства, имеет ряд характеристик, которые могут быть привлекательными для инвестора. Во-первых, это гарантированный спрос на оказываемые услуги. Население не может отказаться от услуг по водо-, тепло- и электроснабжению. Во-вторых, спрос на коммунальные услуги стабильный и лег-

ко прогнозируемый, что дает возможность производителю точно рассчитать мощность оборудования, чтобы удовлетворить 100% спроса и не содержать избыточные мощности, т.е. избежать дефицита или перепроизводства. В-третьих, на рынке коммунальных услуг нет конкурентов. Коммунальное хозяйство является локальной монополией и внедрение конкуренции теоретически возможно лишь в ограниченных масштабах.

Эти особенности должны выделять коммунальные предприятия в ряду потенциальных объектов инвестирования. Но что-то останавливает частный бизнес от предпринимательских действий на рынке коммунальных услуг. На наш взгляд, можно выделить три группы факторов, ограничивающих инвестиционную привлекательность коммунального хозяйства: законодательные, экономические, политические. Такое деление во многом является условным, ввиду взаимовлияния и взаимообусловленности законодательства, экономики и политики (см. табл.)

Ограниченность организационно-правовой формы муниципального унитарного предприятия заключается в том, что данная форма подходит только для управления муниципальными властями своей собственностью. Внешний инвестор не может принимать участия в управлении МУПом или распределении полученной прибыли. В большинстве случаев имущество МУПов принадлежит казне и находится у них в хозяйственном ведении. Поэтому, совместить частные инвестиции и муниципальное имущество, властные полномочия муниципалитета по отношению к МУПу и право инвестора на участие в управлении объектом его инвестиций, невозможно.

Запутанность законодательства относительно возможности права частной собственности на сети можно продемонстрировать следующим образом. В 2001 г. вышел Федеральный закон от 21.12.2001 №178-ФЗ «О приватизации государственного и муниципального имущества», где определяется, что «приватизации подлежат объекты инфраструктуры жилого

фонда и объекты, обеспечивающие нужды органов социальной защиты населения (детские дома, дома ребенка, дома для престарелых и др.), объекты транспорта и энергетики, предназначенные для обслуживания жителей соответствующего поселения».

Позднее, 4 декабря 2003 г. выходит письмо Министерства Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства (МАП России) №АЦ/15430 «О приватизации котельных в имущественном комплексе предприятий». Согласно письму, «...при центральном теплоснабжении котельные и тепловые сети являются единым технологическим комплексом. В данной ситуации приватизация отдельных элементов этого комплекса недопустима, поскольку отдельные подразделения, технические установки, инженерные сети находятся в тесной взаимосвязи друг с другом, и их неразрывность является гарантом бесперебойной работы всей целостной системы».

Через три года, 5 сентября 2006 г. вышло информационное письмо Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ «О приватизации специализированных унитарных предприятий жилищно-коммунальной сферы, оказывающих коммунальные услуги населению», где уточняется, что норма, изложенная в п. 1 ст. 30 закона «О приватизации государственного и муниципального имущества», распространяется на объекты коммунально-бытового назначения, находящихся в имущественном комплексе неспециализированного унитарного предприятия. Таким образом, нормы статьи 30 Закона «не могут рассматриваться как устанавливающие запрет на привати-

Таблица – Факторы, ограничивающие инвестиционную привлекательность коммунального хозяйства

| Факторы | Содержание факторов |
|-----------------|---|
| Законодательные | <ul style="list-style-type: none"> ➤ ограниченность организационно правовой формы МУП для привлечения инвестиций; ➤ запутанность законодательства относительно возможности права частной собственности на сети; |
| Экономические | <ul style="list-style-type: none"> ➤ необъективность тарифов на коммунальные услуги; ➤ значительный износ основных фондов; ➤ большой размер кредиторской задолженности; |
| Политические | <ul style="list-style-type: none"> ➤ отсутствие четкой позиции федеральной власти относительно механизмов привлечения инвестиций и сотрудничества с частным бизнесом в коммунальном хозяйстве. |

зацию имущественного комплекса специализированного унитарного предприятия».

Тарифное регулирование, возможно, является наиболее сложной проблемой для власти, ввиду ее социальной остроты. Дело в том, что в 90-х гг. при переходе к новой экономической формации не был создан механизм, позволяющий коммунальным предприятиям восполнять понесенные расходы за счет платежей потребителей услуг. В условиях, сложившихся в стране в то время, значительное повышение цен на коммунальные услуги могло бы привести к катастрофическим социальным потрясениям. Вместо этого, выпадающие доходы коммунальных предприятий субсидировались за счет бюджетов различных уровней, перекрестного финансирования и незначительного повышения тарифов. Однако финансирование осуществлялось не в полном объеме. Собранных доходов зачастую не хватало даже на текущую хозяйственную деятельность и аварийный ремонт, не говоря уже о капитальных вложениях в замену изношенных сетей, устаревшего оборудования и т.д. В последние годы, когда население стало оплачивать 100% тарифа, коммунальные предприятия получили возможность полностью финансировать свою текущую производственную деятельность. Но затраты на замену изношенных основных фондов и инвестиционные программы по переоборудованию и внедрению ресурсосберегающих технологий так и не были включены в тарифы. Эксперты отмечают, что процедура утверждения тарифов продолжает оставаться непрозрачной и сильно политизированной².

Ввиду значительного недофинансирования, изношенность основных фондов коммунальных предприятий достигла угрожающего уровня. По разным оценкам, износ составляет от 60% до 80% всех основных фондов коммунальных предприятий. Причем количество основных фондов, полностью исчерпавших свой ресурс, составляет около 30% в целом по отрасли. Таким образом, в отрасли складывается критическая ситуация, вероятность техногенных катастроф неуклонно растет.

Долги коммунальных предприятий, накопившиеся по причине недофинансирования со стороны бюджетов различных уровней, составляют около 340 млрд. руб. Это в большой степени снижает инвести-

ционную привлекательность отрасли, ведь никто не будет вкладывать деньги в предприятие, у которого есть значительные финансовые обязательства.

Федеральные власти еще не пришли к консенсусу по вопросу выбора механизма привлечения инвестиций и сотрудничества с частным бизнесом в коммунальном хозяйстве. Среди рассматриваемых вариантов акционирование через приватизацию, концессия, передача в аренду компании-оператору основных фондов коммунальных предприятий. В условиях отсутствия четкой позиции федеральной власти муниципалитеты не решаются на какие-либо реформы в коммунальной отрасли, что только затягивает столь необходимые изменения. В сложившейся критической ситуации актуален вопрос не КОМУ должны принадлежать активы коммунальных предприятий: муниципалитету или частному бизнесу, а КТО решится вложить деньги и преодолеть динамику постоянно нарастающего количества аварий в коммунальном хозяйстве.

Опираясь на анализ вышперечисленных проблем, препятствующих коммунальному хозяйству стать инвестиционно привлекательной отраслью, можно заключить, что решение этой проблемы может быть только комплексным. Оно должно реализовываться в трех сферах: законодательстве, экономике и политике. Во главу угла предлагаем поставить наиболее живогрешущий вопрос: каким образом восстановить материальную базу коммунального хозяйства и обеспечить эффективность его функционирования?

Мы попытаемся определить, какие действия нужно предпринять в трех определенных выше сферах, чтобы решить этот вопрос.

Следуя здравому смыслу и формальной логике, можно определить, что сначала следует решить политические вопросы, затем внести изменения в законодательство, а мероприятия в сфере экономики должны будут укрепить стратегию, воплощенную в политических решениях и законодательстве.

Политическая определенность в вопросе выбора механизма привлечения и сотрудничества с частным бизнесом в коммунальном хозяйстве, вне зависимости от выбранного варианта, уже сама по себе окажет

положительное влияние на реализацию реформы отрасли. Однако у нас есть все необходимое, чтобы определить оптимальный вариант. На сегодняшний день профессиональным сообществом обсуждаются следующие альтернативы частно-государственного партнерства в этой области: акционирование ресурсоснабжающих предприятий через процедуру приватизации муниципального имущества, передача в концессию основных фондов коммунальных предприятий и их аренда частным бизнесом. Подробный сравнительный анализ этих форм частно-государственного партнерства уже проводился некоторыми авторами³. Мы лишь отметим основные моменты, определяющие выбор оптимального варианта.

Существует ряд причин, носящих институциональный характер, мешающих потенциальному концессионеру успешно реализовать концессионные соглашения в коммунальном хозяйстве России. Обобщенно их можно разделить на две группы. Во-первых, особенности экономики коммунального хозяйства в нашей стране. Во-вторых, неразвитость института частной собственности. Если конкретизировать, то это будут следующие препятствия:

- Концессионный проект просто не сможет окупиться, так как ценообразование не будет в полной мере определяться себестоимостью услуги и спросом на нее, ведь тарифы будут устанавливаться соответствующими государственными органами.

- Концессия предполагает долгий срок реализации проекта, в результате чего она не может быть инструментом внедрения конкуренции, пускай даже «за рынок».

- Высокие риски реализации такого долгосрочного проекта. Инциденты с ЮКОСом и Сахалином-2 были восприняты инвесторами по всему миру как примеры отсутствия защищенности прав собственности в России. Обычно вложения с высоким риском компенсируются их высокой доходностью, но это не применимо, как всем понятно, к инвестициям в отечественную инфраструктуру.

Отсюда можно заключить, что существующие институциональные проблемы не позволяют механизму концессионных соглашений, в редакции Федерального закона от 21.07.2005 № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях», стать средством ре-

шения проблем, стоящих перед отечественным коммунальным хозяйством.

Вариант передачи в аренду компании-оператору основных фондов коммунальных предприятий представляется не жизнеспособным, так как не понятно, откуда она сможет привлечь требуемый объем финансирования для осуществления инвестиционной программы. Кредитные организации не выдадут большой кредит организации, не обладающей правом собственности на используемые основные фонды, а заложить в тариф стоимость такого кредита не представляется возможным.

Федеральным законом от 21.12.2001 № 178-ФЗ «О приватизации государственного и муниципального имущества» предусмотрено два способа создания акционерного общества на базе МУПа сферы ресурсоснабжения. Первый способ – это преобразование унитарного предприятия в открытое акционерное общество. Второй – внесение государственного или муниципального имущества в качестве вклада в уставные капиталы открытых акционерных обществ. Наиболее удобен для построения инвестиционной схемы второй способ. В этом случае имущество муниципального предприятия коммунального хозяйства возвращается в казну. Из нее оно передается в качестве вклада в уставный капитал нового акционерного общества. Вторую часть уставного капитала формирует инвестор, путем внесения денежных средств. Трудовой коллектив МУПа переводится на работу в только что созданное ОАО.

Стоит отметить, что в работе над выработкой общего политического курса в отношении механизма привлечения инвестиций и сотрудничества с частным бизнесом в коммунальном хозяйстве можно отметить определенные улучшения. По этой проблеме ведутся активные консультации и обсуждения в профильных экспертных сообществах и государственных органах. Основными площадками для обсуждений такого рода являются Комитет Совета Федерации по экономической политике, предпринимательству и собственности, Экспертный совет при Комитете по промышленности, строительству и наукоемким технологиям Государственной Думы и некоторые другие. Что касается поставленной проблемы, оба органа рекомендуют придержи-

ваться стратегии приватизации коммунальных предприятий через акционирование.

Законодательные изменения будут зависеть от принятых политических решений. Они будут касаться совершенствования законодательства для реализации выбранной стратегии привлечения инвестиций в коммунальный комплекс.

При выборе курса на акционирование ресурсоснабжающих предприятий необходимо более четко прописать в законодательных актах возможность приватизации сетей, которые являются частью имущественного комплекса коммунального предприятия и технологически связаны с ним. Все вместе они должны стать единым и неделимым объектом инвестиций. Например, инвестору нет смысла производить модернизацию коммунального предприятия, если старые сети не выдержат возросшую мощность нового оборудования. А убедить инвестора финансировать замену сетей, принадлежащих муниципалитету, практически невозможно. Таким образом, весь имущественный комплекс коммунального предприятия должен стать объектом приватизации.

Выбор курса на акционирование ресурсоснабжающих предприятий снимает проблему не соответствия организационно-правовой формы МУП реалиям современных экономических отношений. Акционерное общество может гармонизировать интересы многих собственников в своей политике и имеет более выгодное положение в глазах потенциальных кредиторов и инвесторов. Кроме того, оно может проводить более гибкую финансовую политику.

Для реализации политических решений необходимо будет создать экономические условия, обеспечивающие их успешную реализацию. Для преодоления экономических барьеров, препятствующих повышению инвестиционной привлекательности коммунальных предприятий, должны быть задействованы ресурсы всех участников: федеральной власти, муниципалитетов и инвесторов. Из трех экономических барьеров, обозначенных выше, проблема накопленной кредиторской задолженности должна быть решена, по нашему мнению, исключительно за счет федерального бюджета. Бюджеты муниципалитетов не в состоянии выделить такие финансовые средства, а частный инвестор не согласится оплачивать чужие

долги, ведь эти затраты невозможно будет окупить за несколько десятилетий. Иного выхода, кроме как погасить эти долги за счет федерального бюджета просто нет.

Система тарифного регулирования является одним из важнейших элементов в экономике коммунального хозяйства. Если федеральные власти приняли курс на развитие частно-государственного партнерства в этой сфере, то размер тарифов должен обеспечить возможность для предпринимателя создать прибыльное предприятие. Система тарифного регулирования должна стимулировать партнера-частника повышать эффективность работы предприятия, чтобы высвобожденные денежные средства пустить на развитие предприятия или на выплату дивидендов. А финансовую поддержку малообеспеченных слоев населения эффективнее всего осуществлять напрямую, через открытие индивидуальных счетов и зачисление на них денежных средств, покрывающих определенную долю коммунальных платежей. Коммунальные предприятия не должны выполнять функции государственных органов социальной защиты. Оплата предоставленных услуг должна осуществляться потребителями напрямую и в полном объеме, а не возмещаться бюджетами муниципалитетов. Выпадающие доходы при старой системе обычно возмещались не полностью и с большой задержкой, если вообще возмещались. Построение системы тарифного регулирования, обеспечивающей такой денежный поток, который позволит предприятию окупать свои затраты и получать прибыль, является базовым условием для создания коммунальных предприятий на основе частно-государственного партнерства.

Проблема изношенности основных фондов коммунальных предприятий, как уже было определено федеральными чиновниками, будет решаться при помощи государственных и частных инвестиций. Тут встает вопрос механизма реализации такого партнерства. Как известно, эффективность расходования бюджетных средств оставляет желать лучшего. Частник же напротив, действует строго в соответствии с принципом максимизации дохода на инвестированные средства. Таким образом, функции оператора совместного предприятия целесообразно отдать частнику, а конт-

рольный пакет и соответствующую долю инвестиций оставить за муниципальными и федеральными властями.

Наиболее полно этим условиям соответствует схема привлечения частного инвестора как участника акционерного общества, уставный капитал которого формируется за счет вкладов участников: муниципалитет передает основные фонды (имущественный комплекс) коммунального предприятия, а частный инвестор – денежные средства. Такая схема обеспечивает целевое и эффективное расходование инвестиций, аккумулированных в уставном капитале общества.

Сопоставимость размера инвестиций (в случае равных пакетов акций у муниципалитета и инвестора) со стоимостью основных фондов действующего коммунального предприятия может обеспечить восстановление и модернизацию последних (учитывая, что средний по стране износ основных фондов коммунальных предприятий составляет значение, близкое к 50%).

В Московской области уже сейчас есть примеры частно-государственного сотрудничества, когда инвестор выступал участником акционерного общества. Это, например, предприятие ОАО «ПРОТЭИ», объединяющее коммунальный комплекс г. Протвино. При его создании в уставный капитал ОАО вошел инвестор с суммой 132 млн. руб. Сегодня эти деньги направляются на развитие предприятия и модернизацию основных фондов⁴. Эта же схема легла в основу программы по реорганизации коммунального хозяйства, реализуемой в г. Королев.

Современная экономическая ситуация в стране как никогда подходит для активизации действий по реформированию коммунального хозяйства. Тяжелое состояние отрасли и большие инвестиционные возможности как внутри страны, так и за ее пределами, делают непростительной ошибкой затягивание процесса реформирования коммунального хозяйства России.

ИСТОЧНИКИ И ЛИТЕРАТУРА:

1 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа : <http://www.gks.ru/>. Загл. с экрана

2 *Телегин В.* Инвестиции в ЖКХ – вопросы взаимодействия частных компаний и государства // *ЖКХ и строительство*. 2007. № 1. С. 12.

3 См.: *Петроченков В. А.* Развитие муниципальных образований: инвестиционные решения «СОВТЕКС» // *Национальные проекты*. 2007. № 9. С. 35.

4 См.: *Ионов А. А.* Только приватизация объектов ЖКХ привлечет инвестиции // *Национальные проекты*. 2007. № 5. С. 24.

УСЛУГА КАК СПЕЦИФИЧЕСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ: ЭКСПЛИКАЦИЯ ОСНОВОПОЛАГАЮЩИХ СВОЙСТВ

© 2008 М.Д. Белецкий*

Статья содержит ретроспективный обзор наиболее значимых результатов, полученных представителями мирового научного сообщества при исследовании экономической категории «Услуга».

Услуги, в качестве специфических экономических продуктов, представляют значимые элементы социально-экономической системы мирового хозяйства. Практически все субъекты рыночной деятельности являются либо исполнителями, либо потребителями услуг, либо, что является доминирующим признаком современной экономики – совмещают эти функции.

Высокая степень интенсивности развития сферы обслуживания в конце XX – начале XXI вв., повлекшая за собой увеличение доли ее вклада в экономику развитых стран мира и ставшая одним из основополагающих факторов качественных преобразований жизнеобеспечения современного общества обусловила острый интерес к изучению данного экономического продукта. Вышеуказанная тенденция приняла особенно явные очертания по мере последовательного развития концепции маркетинга, ориентированного в качестве основного вектора на интересы потребителя.

Доминирующая роль сферы обслуживания на современном этапе социально-экономического развития нашей страны обеспечивается выполнением следующих социально-экономических функций:

– является одним из крупнейших секторов национальной экономики;

– оказывает непосредственное влияние на повышение уровня качества жизни населения, способствуя более полному удовлетворению потребностей общества;

– является важнейшим сектором трудовой занятости;

– оказывает влияние на развитие промышленного производства;

– стимулирует развитие научно-технического прогресса;

– способствует повышению экономической эффективности функционирования рыночной системы хозяйствования;

– обеспечивает качество экономического роста страны (усиление социальной направленности экономического развития);

– обеспечивает повышение конкурентоспособности страны.

Услуги являются одним из основных, но вместе с тем, наименее изученных объектов современного рыночного хозяйства.

Сложность исследования данного специфического экономического продукта детерминирована совокупностью свойств, имманентно присущих услуге, но имеющих способность к проявлению лишь в процессе актуализации, который в свою очередь характеризуется мимолетностью бытия.

Как эффективный способ выделения специфичности черт любого из объектов, входящих в объем понятия «услуга как экономическая категория» мы рассматриваем движение по пути от общего к частному, поэтому, определение и экспликация свойств, установление генетических связей и отношений услуги, а также приведение краткого ретроспективного обзора наиболее значимых результатов, полученных предста-

вителями мирового научного сообщества при осуществлении деятельности в данном направлении, представляется логически обоснованным этапом нашего исследования.

В качестве генетического прародителя услуги выступает «благо». Обоснованием вышеуказанного утверждения служит наличие у услуги дистрибутивного для всего рода благ категориального свойства – полезности, проявляющегося в способности (способностях) быть средством для удовлетворения потребностей.

Макконнелл К.Р. и Брю С.Л. определяют полезность (*utility*) как способность товара или услуги удовлетворять потребности; удовлетворение или удовольствие, получаемое потребителем от потребления товара или услуги (или от потребления набора товаров и услуг) [12, с.393].

Само «благо» представляет собой средство, используемое для удовлетворения потребностей. Данное определение лаконично отражает суть «блага», как экономической категории, предлагаемое в различных источниках экономической литературы.

Виднейший представитель австрийской школы К. Менгер обращает внимание, что свойство, заложенное в каком-либо предмете, позволяющее удовлетворять потребность еще не делает его благом, поскольку данная потребность, должна быть осознана человеком или обществом посредством установления причинно – следственной связи между ними.

Данную особенность подчеркивал и А. Шторх, утверждая, что «приговор, произносимый нашим суждением насчет полезности предметов... делает их благами» [13, с.39].

Поясним, что понятие «полезность» (согласно концепции представителей теории предельной полезности) рассматривается в двух взаимосвязанных аспектах. Первый – отражает родовую сущность – способность блага удовлетворять какую-либо потребность; второй – субъективное восприятие данной способности по отношению к конкретному экземпляру оцениваемого блага.

Рассматриваемая в ракурсе субъективного восприятия, способность удовлетворять какую-либо потребность (потребности) составляет потребительную ценность блага.

Уточним, что существует потребительная ценность для себя, и потребительная ценность для других, характеризующаяся как

общественная потребительная ценность, выступающая для ее создателя в качестве косвенного блага, полезность которого состоит в опосредованном удовлетворении собственных потребностей.

Совокупность таких факторов, как: уровень развития личности, степень удовлетворения потребностей, место, занимаемое удовлетворяемой потребностью в иерархии потребностей индивидуума или общества и проч. оказывают непосредственное влияние на восприятие потребительной ценности блага.

Потребительная ценность услуги проявляется в следующих формах:

- натуральной (благо, как предмет потребления);
- количественной, выражающейся в количестве благ;
- качественной, представляющей собой степень соответствия и пригодности потребительной ценности блага удовлетворять потребность.

Потребительная ценность услуги не существует в природе сама по себе, она формируется в процессе осуществления собственной (внутренней) деятельности исполнителя услуг, а также в процессе, как минимум, одного взаимодействия с потребителем, что позволяет говорить об *антропогенном* происхождении данного блага.

Услуга относится к разновидности нематериальных благ, поскольку потребительная ценность данного блага в «чистом» виде нематериальна, а результат потребления заключается в полезном эффекте, не имеющем вещного воплощения.

Отметим, тем не менее, что исходным пунктом, определяющим специфичность предоставляемого блага, а, следовательно, и форму воплощения результата его потребления являются существующие или предполагаемые потребности субъекта потребления (при целевой направленности на удовлетворения материальных потребностей результат потребления блага – материал, а сама услуга, в современных условиях, формально характеризуется как материальная, даже если потребительная ценность собственно услуги состоит в поставке и реализации уже созданной в сфере материального производства потребительной ценности).

Данное обстоятельство обусловлено тем, что потребительная ценность собствен-

по услуги и потребительная ценность, создаваемая в сфере материального производства, образуют совокупную потребительскую ценность, поставляемую потребителю.

Обратим внимание, что свойство нематериальности является присущим не только исследуемому виду антропогенных благ, так как им также наделяются, такие результаты полезной деятельности как, например, интеллектуальный (информационный) продукт (идеи, ноу-хау и пр.).

Одной из значимых отличительных черт услуги от других видов антропогенных благ является ее целевая направленность. Услуга – всегда представляет собой благо, предназначенное непосредственно не для собственного потребления, но, являясь звеном в причинно – следственной цепи, опосредованно удовлетворяющим также потребности субъекта, его создающего.

В утрированно лаконичном виде предпосылками возникновения данного блага, как правило, выступают:

- потребности сторон, как осознанный разрыв между действительным состоянием и желаемым, мотивирующие поиск средств разрешения данного противоречия (услуга является предметом договорных отношений, как минимум, между двумя сторонами – не существует вне социума);

- наличие у обеих сторон мыслимой модели блага, воспринимаемого в качестве средства удовлетворения потребностей, которое, при определенных условиях, из состояния возможного способно с необходимостью трансформироваться в действительное;

- четкое представление потенциальным поставщиком блага алгоритма его создания и совокупности ресурсов, необходимых для осуществления процессов по его производству, условий производства и потребления;

- наличие у поставщика блага объективной возможности обеспечения совокупностью необходимых ресурсов для осуществления процессов в соответствии с заданным алгоритмом по созданию, добавлению, сохранению, поставке и пр. определенной потребительной ценности;

- доведение с помощью коммуникационных средств до потенциального потребителя предложения по созданию, добавлению, сохранению, поставке и пр. определенной потребительной ценности, содержащее

го все существенные условия, регламентирующие взаимоотношения сторон (оферта);

- принятие потребителем предложения по совершению деятельности (действий) по созданию, добавлению, сохранению, поставке и пр. определенной потребительной ценности (акцепт).

Соотношение между потребностями и количеством благ, доступных для их удовлетворения делает их *экономическими* (данный термин введен субъективистской школой экономической науки).

Проблема редкости благ, определяет соответствующее поведение человека, стимулируя его стремление к целенаправленной трудовой деятельности в целях обеспечения необходимыми для удовлетворения потребностей благами.

Согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности, продукции и услуг (ОКДП), экономическая деятельность имеет место тогда, когда ресурсы (оборудование, рабочая сила, технологии, сырье, материалы, энергия, информационные ресурсы) объединяются в производственный процесс, имеющий целью производство продукции (оказание услуг). Экономическая деятельность характеризуется затратами на производство, процессом производства и выпуском продукции (оказанием услуг).

Длительное время попытки выделить услугу из нематериальных благ как разновидность нематериального продукта разбивались об устоявшуюся в обыденном сознании и экономической теории концепцию, утверждавшую возможность производства только для материальных продуктов.

Интенция исследователей на изучение услуги как экономической категории трансформировала представление о процессе производства, который в современных условиях в широком смысле включает в себя создание как материальных, так и нематериальных продуктов, а также их совокупность.

Б.А. Райсберг [8, с. 150] выделяет два критерия отнесения процессов к производственным:

1. создание ранее не имевшегося продукта или преобразование материалов, энергии, информации, направленное на создание такого продукта, также изменение качества имеющегося продукта;

2. приложение трудовых усилий в целях получения необходимого продукта, прямое или косвенное участие труда людей в его создании.

Трудовой кодекс РФ [3] (ст. 209) определяет производственную деятельность как совокупность действий работников с применением средств труда, необходимых для превращения ресурсов в готовую продукцию, включающих в себя производство и переработку различных видов сырья, строительство, оказание различных видов услуг.

В настоящее время только в узком смысле производственная деятельность олицетворяет собой процесс создания продуктов, имеющих материальное воплощение и наиболее часто обозначаемых термином «продукция».

Исходя из вышесказанного, следует заключить, что услуги относятся к разновидности *экономических благ*, поскольку, во-первых, являются редкими по отношению к потребностям, которые они могут удовлетворить, в противоположность неэкономическим благам, существующим в количестве, необходимом для достаточного и регулярного удовлетворения определенных потребностей, во-вторых, являются *продуктом* – результатом собственной (внутренней) целенаправленной трудовой деятельности (действий) исполнителя услуг и его взаимодействия с потребителем, в отличие от «свободных» благ, существующих в природе без приложения усилий человека.

Под *экономическим продуктом* понимаются наделенные способностью удовлетворять существующие и/или предполагаемые потребности результаты экономической деятельности или их совокупность.

Необходимо отметить, что условия обслуживания, под которыми понимается совокупность факторов, воздействующих на потребителя в процессе взаимодействия с исполнителем услуги, как правило, являются составным элементом данного экономического продукта.

Услуга может быть предназначена для потребления, как в качестве продукта конечного потребления, так и в качестве промежуточного продукта.

Предназначенная выступать в качестве объекта рыночного обмена услуга представляет собой специфическую форму экономического блага – товар.

В узком смысле товар рассматривается в нормативных документах (ГК РФ ст. 455, 129, ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения») как: «Любая вещь, не изъятая из оборота и не ограниченная в обороте, свободно отчуждаемая и переходящая от одного лица к другому по договору купли-продажи».

Услуга, как и любой объект обмена, наделена не исключаемыми характеристиками: потребительной ценностью, отражающей полезность и меновой стоимостью, представляющей собой количественное соотношение разнородных потребительных ценностей. Разнородность потребительских ценностей – обязательное условие обмена, так как в обратном случае сам обмен олицетворял бы бессмысленный процесс. Качественная разнородность потребительных ценностей как объектов обмена, обуславливает субъективность оценки меновой ценности.

Обмен мы определяем как специфическую форму двухсторонних экономических отношений, характеризующихся добровольностью, возмездностью и эквивалентностью, предметом которых выступает процедура движения между субъектами рынка разнородных потребительных ценностей.

Способность к отчуждаемости является также одним из значимых свойств объекта обмена. Услуга, согласно ГК РФ ст.128,129 относится к оборотоспособным объектам гражданских прав, которые, в данном качестве могут свободно отчуждаться или переходить от одного лица к другому в порядке универсального правоприменения, либо иным способом, если они не изъяты из оборота или не ограничены в обороте.

Кроме того, согласно Конституции РФ [15] гл.1 ст.8 и ст. 1 ГК РФ услуги, наряду с товарами и финансовыми средствами свободно перемещаются на всей территории РФ.

Исследователи утверждают, что «наиболее распространенной разновидностью обмена является *сделка* – коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами» [14, с. 98].

Позволим не согласиться с данной формулировкой. Содержание понятия «сделка» раскрывает ГК РФ ст.153, согласно которой «сделками признаются действия граждан и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей».

Сделки могут быть как двусторонними или многосторонними (договоры), так и односторонними (для осуществления односторонней сделки необходимо и достаточно выражение воли одной стороны).

Кроме того, договора связанные с осуществлением обменных операций составляют лишь часть из спектра возможных сделок (т.е. в утрированном виде каждый обмен представляет собой сделку, но не каждая сделка связана с осуществлением обменных операций).

На основании вышеизложенного, понятие «сделка» является более широким понятием по отношению к понятию «обмен», а соответственно не может рассматриваться как его разновидность. При употреблении понятия «сделка» необходимым является уточнение предмета сделки и обмена, в данном случае, выступает в этом качестве (например, сделка на основе договора купли-продажи, мены, поставки и пр.).

Поскольку услуга до ее предоставления суть – будущее благо, а после осуществления данного процесса – потребленное, то объектом отношений, складывающихся между поставщиком и заказчиком услуги в правовом аспекте является, согласно ГК РФ ст.779, установление прав и обязанностей по поводу совершения определенных действий или осуществления определенной деятельности по заданию заказчика, за его счет.

Как и всем продуктам, предназначенным для рыночного обмена, услугам свойственен жизненный цикл. Жизненный цикл продукта – период со времени внедрения в производство до снятия с производства или модифицирования. Стадии жизненного цикла услуги – *внедрения, роста, зрелости, спада*.

Установление места исследуемого объекта в системе экономических отношений, а также определение содержания основных понятий, позволяет нам далее путем отделения акциденций приблизиться к выявлению эссенциальных свойств услуги, как экономической категории и установить основные структурные связи между ними.

Совокупность свойств, отражающих сущность услуги, определяет специфику ее планирования, проектирования, производства, распределения, обмена и потребления. Поэтому знания, полученные в результате их выявления, способны стать эффективным

инструментом, использование которого в значительной мере может содействовать повышению качества и конкурентоспособности данного экономического продукта.

Наиболее эффективным в практике научных исследований считается выявление сущностных свойств услуги, базирующееся на сравнительном анализе товаров в материальном исполнении и услуги – как специфической формы экономического продукта, предназначенного для обмена.

Среди основных свойств, позволяющих выделить специфичность услуги, приведем следующие: *неявность проявления; неотделимость услуги от их источника; гетерогенность; недолговечность услуги*. Соблюдая принцип последовательности, раскроем их содержание.

Неявность проявления. В большинстве источников данная характерная особенность услуг обозначена термином «неосязаемость». Однако, при этом данный термин, фактически отражающий только отсутствие тактильной возможности ознакомления с объектом оказывается уже, чем заложенное в него авторами исследования содержание, поскольку отражает лишь один из аспектов неявности проявления данного продукта – отсутствие осязаемого результата «чистой» услуги.

В отличие от уже произведенных товаров, имеющих материальную форму проявления или их образцов, наделенных доступными оценке параметрами, услуги, перед сделкой по обмену выступают всегда, как будущие, еще не существующие блага, предварительная оценка которых, по меньшей мере, значительно затруднена или вообще невозможна. Данный аспект рассматривает невозможность оценки не только результата (как неовещественного, так и овещественного), но процесса оказания услуги, а также условий обслуживания до поставки блага. Поэтому, на наш взгляд, применение термина «неявность», вместо «неосязаемость» или «нематериальность» в большей степени соответствует обозначению одной из основных характеристик, определяющих специфичность услуг, более полноценно отражая ее содержание.

Данная особенность обуславливает возможность частичного или полного несовпадения уровня качества ожидаемых и фактически оказываемых услуг, значительно уве-

личивая степень возможных рисков потребителя услуг (риска нанесения физического ущерба, психологического, финансового, риск потери времени как упущенной возможности получения альтернативных выгод и пр.).

Кроме того, на наш взгляд, невозможность оценки уровня качества будущей услуги, в свою очередь, влечет за собой сложность оценки предоставляемой для обмена потребительной ценности, весьма затрудняя оценку эффективности сделки. Это объясняется тем, что потребитель знает наверняка только размер собственных издержек, но не в состоянии достоверно оценить, что он получит в результате обмена, а соответственно, не представляет, является ли данный обмен выгодным для него.

Пытаясь снизить степень предполагаемых рисков, потребители стремятся подвергнуть оценке совокупность доступных восприятию осязаемых и неосязаемых компонентов, к которым можно отнести: условия обслуживания, наличие лицензий, грамот, сертификатов соответствия, наград, имидж исполнителя услуг, информацию, получаемую от других потребителей и из прочих источников информации, внешний вид, вежливость, доброжелательность персонала и прочие проявления.

Поставщики услуг, в свою очередь, прилагают усилия к увеличению осязаемых проявлений, являющихся для потребителей своеобразным косвенным гарантом заявленного качества: размещают необходимое информационное обеспечение; делают доступными оценке некоторые процессы, располагая их в пределах видимости потребителей; участвуют в социальных программах, повышая имидж своего предприятия и доверие потребителей.

И, наконец, поставщики услуг в таких видах служебной деятельности, где это представляется возможным, позволяют заказчику ознакомиться с потенциальным результатом услуги.

Исследователи отмечают, что различие между предложением физического товара и товара - услуги следует рассматривать не как абсолютное, а как относительное явление, поскольку рыночные предложения объединяют в себе, как материальные, так и нематериальные компоненты, находясь в состоянии континуума.

Некоторые авторы обращают внимание на разницу в алгоритме приобретения

материальных товаров и услуг, однозначно утверждая, что услуги сначала продаются, а затем потребляются [10, с.137], в отличие от материальных товаров, алгоритм приобретения которых имеет обратную последовательность.

Однако, мы считаем, что данное утверждение, особенно в современных условиях не является столь однозначным.

Согласно закону Российской Федерации «О защите прав потребителей» гл. 3, ст. 37 порядок расчетов за выполненную работу (оказанную услугу) определяется договором между потребителем и исполнителем.

Потребитель обязан оплатить выполненную исполнителем в полном объеме работу (оказанную услугу) после ее принятия потребителем. С согласия потребителя работа (услуга) может быть оплачена им при заключении договора в полном размере или путем выдачи аванса [1].

Кроме того, потребление информационно – консультационных услуг, как правило, предшествует оформлению сделки, в виде подписанного договора (если его подписание предусмотрено) или оплаты без заключения договора, что в правовом аспекте, также соответствует заключению сделки и согласию с предлагаемыми по ней условиями (договор присоединения).

Некоторые зарубежные [6, с.442] и отечественные исследователи [5, с.75] считают, что неявность услуг обуславливает такую особенность, как отсутствие прав собственности на услуги, что позволяет выделить ее в самостоятельную характерную черту.

Указание на данную особенность не является значимым, поскольку является прямым следствием вещности услуги. Отметим, что услуги, тем не менее, относятся к объектам имущественных прав (ГК РФ ст.132 п.2).

Некоторые российские исследователи [5,с.75] считают, что одной из характеристик услуг, отличающих их от товара материального характера, является сложность, а иногда полная невозможность быть субститутами по отношению друг к другу (услуг к услугам), как это происходит с товарами, приводя в виде аргумента возможность замены одного продукта, например, сахара – конфетами и, невозможностью в свою очередь взаимозамены операции на одном органе операцией на другом.

Однако, необходимо обратить внимание, что выбранные для сравнения медицинские услуги направлены на разные объекты (органы человека), а следовательно, удовлетворению подлежат не идентичные потребности. Именно данное обстоятельство обуславливает невозможность их взаимозаменяемости, по аналогии с невозможностью использования в качестве субституты услуги по ремонту пылесоса и автомобиля.

На наш взгляд, услуги не исключают возможности быть субститутами по отношению к друг другу, например, искривленный сколиозом позвоночник человека может быть объектом разнородности как медицинских, так и других видов услуг (мануальная терапия; занятия лечебной физкультурой; массаж; плавание и пр.).

Меньшая взаимозаменяемость услуг является, тем не менее, объективной данностью. В отличие от меньшей трудоемкости при оценке и выборе материальных товаров-субституты (выставленных, условно, на одной полке универсама), меньшая взаимозаменяемость услуг обусловлена сложностью поиска информации о предлагаемом ассортименте на рынке услуг; проблемностью идентификации услуг – субституты, способных удовлетворять тождественные потребности; трудностью выбора тех из них, которые в большей степени (объективно и субъективно) будут соответствовать выполнению данной задачи.

Количественное соотношение предлагающихся на рынке товаров и услуг неравнозначно. Ассортимент товаров преобладает, а соответственно вероятность нахождения среди них товаров-субституты, удовлетворяющих идентичную потребность. Поэтому большое значение для потребителя имеет возможность обеспечения доступа к информационным базам данных о имеющихся на рынке услугах, услугах-субститутах, их отличительных характеристиках, условиях их предоставления, ценах, месте нахождения поставщиков услуг, их имидже и пр. Тем не менее, мы не исключаем наличие услуг, не имеющих субституты, что обусловлено, прежде всего, специфичностью данных экономических продуктов, а также такими факторами, как, например, монопольное положение на рынке услуг (некоторые виды услуг, предоставляемые

государством), предоставление инновационной услуги, не имеющей аналогов и пр.

Неотделимость услуги от их источника (одновременность производства и потребления). Процесс обслуживания потребителя, неотделим от поставщика услуги и предполагает как минимум одно взаимодействие с потребителем.

Стороны, взаимодействуя, оказывают влияние на процесс предоставления услуги, а, следовательно, и на качество ее результата. Данная особенность при соответствующей подготовке и мотивации персонала может иметь следующее функциональное значение:

- быть средством установления коммуникации и межличностных отношений между потребителем и поставщиком услуги и, как следствие, влиять на повышение лояльности потребителей;
- способствовать снижению воспринимаемых потребителем рисков;
- влиять на уровень удовлетворенности потребителей за счет индивидуализации подхода к взаимодействию с потребителем.

Кенгиз Хаксвер [9, с.41] приводит как особую форму неотделимости от источника предоставления услуги возможность совместного потребления некоторых видов услуг. Нам представляется, что обоснованием данной возможности является, скорее свойство нематериальности потребительской ценности, предоставляемой в процессе оказания некоторых видов услуг (например, дополнительных информационно-консультационных и пр.), которая именно вследствие своей нематериальности позволяет вышеуказанным услугам выступать предметом массового потребления.

Гетерогенность (отсутствие стабильности качества). Гетерогенность отражается в индивидуальности (неповторимости) каждого взаимодействия исполнителя и потребителя.

Гетерогенность услуг обуславливается характером взаимодействия совокупности объективных и субъективных факторов, неизбежно представляющих собой сумму переменных величин, как объективных: уровень квалификации персонала, условия обслуживания, время оказания услуги, степень взаимодействия обслуживающего персонала и потребителя, физическое и психоэмоциональное состояние сторон взаимо-

действия, их личностные особенности и пр., так и субъективных, отражающихся в субъективности восприятия качественных параметров предоставляемой услуги.

Отсутствие стабильности качества при оказании услуг затрудняет процесс стандартизации и осуществления контроля уровня качества, а также порождает сложности в юридической практике, связанные с рассмотрением исков по факту предоставления услуг ненадлежащего качества, что объясняется сиюминутностью услуг, и как следствие, сложностью предоставления доказательной базы, которая лежит на истце (потребителе), ставя его в заведомо невыгодное положение.

В практической деятельности используются следующие варианты уменьшения гетерогенности услуг:

- стандартизацию услуги, процесса предоставления услуги и результата услуги;

- инвестиции в отбор персонала, его мотивацию и обучение, в целях приведения услуг в соответствии со стандартами обслуживания;

- индустриализацию обслуживания (т.е. автоматизацию процесса предоставления услуг, путем замены там, где это оправдано, труда человека машинным);

- установление и поддержание обратной связи с потребителями услуг, как эффективный инструмент оценки потребительской удовлетворенности.

Некоторые исследователи [7, с.441] предлагают также как способ уменьшения гетерогенности услуг – внедрение индивидуализации обслуживания.

Данный способ, на наш взгляд, нельзя рассматривать как средство уменьшения гетерогенности услуг. Скорее наоборот, стимулирующее проявление данной характерной особенности услуг, которая, однако, как верно подмечено П. Дойлем и Ф. Штерном, может использоваться со знаком плюс и даже стать конкурентным преимуществом при условии внедрения в стандарт предприятия принципа кастомизации в обслуживании различных групп потребителей услуг.

Недолговечность услуги. Услуги предоставляются в режиме реального времени, когда на них появляется спрос со стороны потребителя, поэтому их нельзя произвести впрок и складировать с целью последую-

щей реализации. Как невозможно предоставить услугу при отсутствии спроса на нее, так и нельзя оказать больше услуг при избыточном спросе, если производственные мощности предприятия не позволяют осуществить данную возможность.

Нестабильность спроса создает значительные проблемы для исполнителей услуг, решение которых возможно только при условии приведения спроса и предложения в состояние относительного баланса с учетом применения нижеследующих приемов:

- внедрение дифференцированного ценообразования путем применения различных видов скидок и мероприятий, стимулирующих смещение части спроса с «пикового» периода на часы «затишья»;

- предложение, в тех видах услуг, где это возможно, материальных товаров-субститутов, как альтернативу предоставляемой услуги (услуга нарезки продукта в торговом розничном предприятии в режиме реального времени или альтернатива в виде заранее расфасованной нарезки (материальный товар));

- введение системы предварительных заказов, позволяющих контролировать и регулировать спрос на услуги;

- обеспечение комфортных условий для ожидания и предоставление дополнительных услуг, компенсирующих временные издержки потребителя услуг;

- обеспечение гибкости структуры занятости персонала, за счет привлечения персонала, нанятого на неполный рабочий день;
- подготовка персонала к возможности взаимозаменяемости и совмещения функций в часы «пикового» спроса.

Многие исследователи причисляют к сущностным свойствам услуги, наряду с вышеприведенными, также: сложность стандартизации, сертификации, контроля качества и особенность структуры каналов сбыта услуги. Однако, на наш взгляд, вышеуказанные особенности являются лишь закономерным следствием проявления сущностных свойств услуги, но тем не менее, безусловно, должны учитываться заинтересованными сторонами.

Сложность стандартизации, сертификации и контроля качества. Стандарты на услугу устанавливают требования, которым должна удовлетворять услуга, с тем, чтобы обеспечить соответствие ее назначению.

Добровольная сертификация услуг направлена на подтверждение соответствия услуг установленным в стандартах требованиям. Объектами сертификации являются услуга, результат услуги и процесс предоставления услуги, подлежащий сертификации.

Стандартизация, сертификация и контроль качества призваны выполнять функцию защиты интересов потребителей от предоставления им услуги ненадлежащего качества. В силу природы услуги, характеризующейся неясностью проявления, недолговечностью, неотделимостью от источника и гетерогенностью качественных параметров услуги деятельность по стандартизации, сертификации сталкивается с определенными сложностями.

При осуществлении стандартизации одним из основных препятствий является трудность выражения количественных характеристик услуги.

При проведении сертификации сложность заключается в том, что приходится оценивать будущие услуги, процесс предоставления услуги, результаты услуг, а по сути – декларацию намерений и возможностей эти намерения осуществлять в соответствии с установленными требованиями.

Контроль и оценка материально – вещественного товара осуществляется до его предложения покупателю, что значительно снижает потребительские риски приобретения некачественного товара, тогда как контроль и оценка качества услуги, предусматривающие согласно ГОСТ Р 50646-94 [2] проведение измерений, испытаний, оценки характеристик услуги (обслуживания) и сравнение полученных результатов с установленными требованиями, хотя и проводится с условным совпадением временных рамок процесса оказания услуг (обслуживания), его контроля и оценки результата, но, тем не менее, не ограждает потребителя от получения услуги качества не соответствующего требованиям. Некоторые процессы и результаты услуги имеют необратимый характер и в силу природы услуг не могут быть исправлены, заменены и пр.

Кроме того, при осуществлении контроля и оценки услуги третьей стороной достоверно отражается качественный уровень только конкретной оцениваемой услуги, что ввиду изменчивости качества услуг препятствует полноценному отражению

параметров качества услуг, предоставляемых субъектом служебной деятельности.

Структура каналов сбыта. Структура каналов распределения условно «чистых» услуг по сравнению со структурой каналов дистрибуции физических товаров обычно отличается меньшим уровнем сложности. Жан - Жак Ламбенон [11, с.545-546] канал распределения определяется (дистрибуции или сбыта) определяется, как «... структура, формируемая независимыми партнерами, участвующими в процессе предоставления товаров и услуг потребителям или промышленным пользователям для потребления или дальнейшего использования».

Интерактивность характера предоставления многих видов услуг, когда производство и потребление совпадают во времени, обуславливает использование нулевого (или прямого) канала распределения.

Для обеспечения услугами географически рассредоточенных рынков, а также с целью высвобождения средств на развитие производственной деятельности используется непрямые каналы распространения услуг.

Одноуровневые каналы сбыта подразумевают наличие одного звена посредников между производителем и потребителем услуг.

Наиболее часто используемые каналы распределения услуг представлены на рис. 1.

Проведенный нами анализ значимых свойств услуги – неотделимость от источника (одновременность производства и потребления); неясность; гетерогенность; несохраняемость (мигновенность), позволяет сделать нижеследующий вывод.

Поскольку первые два свойства: неясность (нематериальность) и неотделимость от источника (одновременность производства и потребления) детерминируют возникновение последующих, данное обстоятельство позволяет нам определить их как конституциональные свойства услуги.

Свойства услуги: несохраняемость и гетерогенность являются консеквативными, представляющими вторичный признак существенных свойств, поскольку суть – следствие их проявления.

Структура, характеризующая данные отношения, представлена на рис.2.

Опираясь на полученные знания, определим в краткой форме содержание понятия «услуга», предварив данный этап

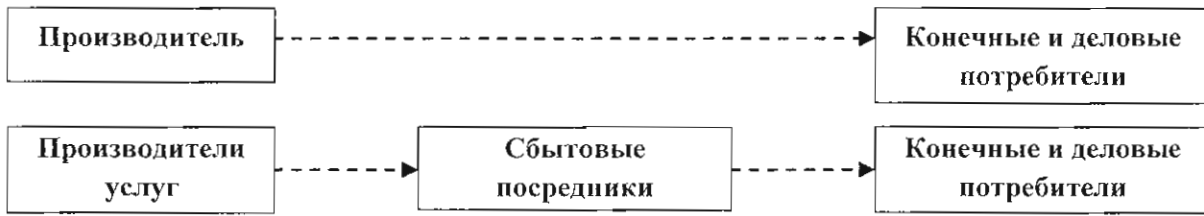


Рисунок 1 – Наиболее часто используемые каналы распространения услуг

приведением результатов дефинирования, предлагаемых зарубежными и российскими исследователями (см. табл.).

Анализ определений услуги, представленных в различных источниках научной и учебной литературы, позволяет сделать следующий вывод: среди представленных доминирующее положение занимают последние, определяющие услугу как вид экономической деятельности, паделенной специфическими чертами.

На наш взгляд, вышеуказанная концепция входит в противоречие с внутренним отношением между явлениями, характеризующим, как причинная связь: причина – следствие, а также известным постулатом, гласящим: «ничто не может быть причиной самого себя», что позволяет нам отделить деятельность, направленную на предоставление услуги как причину возникновения данного блага от следствия, в виде услуги, являющейся закономерным результатом и продуктом данной деятельности.

Особенность причинной связи, отражается и в том, что причина (в свою очередь) обуславливает следствие. Услуга как продукт есть результат деятельности, направленной на его создание, и в тоже время обуславливает совокупность ресурсов и вида (видов) деятельности, необходимых для осуществления процесса по его созданию.

Данный взгляд на «услугу» согласовывается с определением услуги, приведенным в стандарте ГОСТ Р 50646-94: «Услуга-результат непосредственного взаимодействия

исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребностей потребителя».

Как указано выше, процесс предоставления услуги направлен на получение продукта как результата данной деятельности. В течение осуществления данного процесса потребительная ценность продукта проходит процесс эволюции. Разные стадии развития потребительной ценности в контексте данного процесса отражают определенную степень соответствия услуги как продукта, удовлетворять установленные и/или предполагаемые потребности потребителя. Основные этапы процесса предоставления услуги представлены на рис. 3.

Кроме того, в рамках одного вида экономической деятельности, может осуществляться совокупность параллельно или последовательно осуществляемых процессов, направленных на оказание разных видов услуг.

Субъектами сферы обслуживания предлагается потребителям, как правило, ассортимент услуг, так называемый «пакет услуг», который обычно включает основную услугу, направленную на удовлетворение основной потребности целевого потребителя, а также дополнительные услуги, одни из которых прямо связаны с предоставлением основной услуги, другие связаны косвенным образом. Потребительная ценность первых проявляется лишь при использовании в комплексе с основной услугой (например, доставка товаров потребителю); вторая группа дополнительных

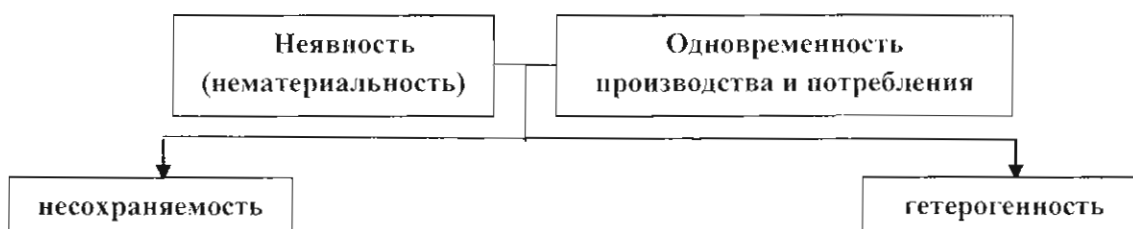


Рисунок 2 – Структура основополагающих свойств услуги



Рисунок 3 – Классификация основных этапов процесса предоставления услуги

услуг имеет способность к использованию в качестве самостоятельной потребительной ценности (например, получение дополнительной информационно-консультационной услуги не обязывает потребителя к заказу основной услуги).

Дополнительные услуги не являются обязательными (законодательство запрещает обуславливать приобретение одних товаров, работ, услуг приобретением других), но их предложение повышает конкурентоспособность «пакета услуг».

На основании изложенных выше положений, предлагаем следующее определение понятия «услуга»: специфический экономический продукт, результат комбинации осуществляемых внутренней деятельности исполнителя и, как минимум, одного взаимодействия с потребителем, предназначенный для удовлетворения потребностей последнего и наделенный нематериальной потребительной ценностью, потребляемой в полной мере или частично в процессе создания.

Таблица – Краткий обзор определений понятия «услуга», приведенных в работах отечественных и зарубежных исследователей.

| Определение услуги | Источник |
|--|---|
| «Услуга ... означает не что иное, как ту особую потребительную стоимость, которую доставляет этот труд, подобно всякому другому товару, но особая потребительная стоимость этого товара получила специфическое название «услуга» потому, что труд оказывает услуги не в качестве вещи, а в качестве деятельности». | Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 26. Ч. 1. С.413. |
| «Услуги – это один из весьма распространенных видов работ, экономической деятельности, результатом которой является изменение качества уже существующих, произведенных вещей». | Курс экономики: учебник 3-е изд., доп. под ред. Б.А. Райсберга. М.: ИНФРА-М, 2001. С.33. |
| «Услуга- это трудовая целесообразная деятельность, результаты которой выражаются в полезном эффекте, удовлетворяющем какие-либо потребности отдельного человека или общества в целом» | Ширай В.И. Мировая экономика и международные отношения: учебное пособие. М.: Дашков и К, 2003.С. 226.. |
| «Услуги -- деятельность, предоставляемая потребителю в обмен на его ресурсы: деньги, время, когнитивные ресурсы». | И. Алешина Маркетинг для менеджеров: учебное пособие/И.В. Алешина. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. - (Университеты бизнеса). С.219. |
| «Услуги – это неосязаемые блага, которые приобретаются потребителями, не связаны с собственностью». | Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия: учебник для вузов М.: ИНФРА-М, 2001.С.337. |
| Услуга -- это любое мероприятие или выгода, которую одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо. | Котлер Ф. Основы Маркетинга. М., 1994. |

| | |
|---|--|
| «Услуга(service) – то, что неосвязаемо (невидимо) и в обмен на что потребитель, фирма или правительство готовы предоставить что-либо ценное». | Макконнелл К. Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. В 2 т.: пер. с англ. М., 1996. Т. 2. – 400 с. |
| «Услуги могут быть определены как экономический вид деятельности. Услуги – это действия, дела или выполненные работ; они неосвязаемы» | Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р., Мердик Р. Управление и организация в сфере услуг. М., 2002.С.25. |
| «Услуга является действием или выгодой, ее покупатель не получает права собственности на какой – либо материальный объект». | Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика. СПб.: 1999.С.448. |
| Услуга – это целесообразная деятельность человека, результат которой имеет полезный эффект, удовлетворяющий какие-либо потребности человека. | Экономическая теория: Учебник. – Изд. испр. и доп./Под общ. ред. акад.В.И. Видяпина, А.И. Добрынина, Г.П. Журавлевой, Л.С. Тарасевича.- М.: Инфра –М, 2007.-672с. – (100 лет РЭА им. Г.В. Плеханова) |

ЛИТЕРАТУРА И ИСТОЧНИКИ:

1. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» О-11 № 2300-1. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. – 48 с.
2. Государственный стандарт Российской Федерации «Услуги населению. Термины и определения» ГОСТ Р 50646-94 Утвержден постановлением Госстандарта РФ от 21 февраля 1994 г. № 34, дата введения –1 июля 1994 г.
3. Трудовой Кодекс Российской Федерации. – М.: ГроссМедиа, 2007. – 192 с.
4. *Ассель Генри*. Маркетинг: принципы и стратегия: учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 804 с.
5. *Бурменко Т.Д.* Сфера услуг: экономика: учебное пособие. – М.: КИОРУС, 2007. – 328 с.
6. *Дойль П., Штерн Ф.* Маркетинг менеджмент и стратегия. 4-е изд. /Пер. с англ. СПб.: Питер, 2007. – 544 с.
7. Курс экономики: Учебник /Под ред. Б.А. Райсберга – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 272 с.
8. *К.Хаксевер, Б.Рендер, Р. Рассел, Р. Мердик* Управление организацией в сфере услуг, 2-е изд. /Пер. с англ. Под ред. В.В. Кулебановой – СПб.: Питер, 2002.- 752 с.
9. *Лыгина Н.И., Ляпина И.Р.* Маркетинг товаров и услуг: Учебник. – М.: ФОРУМ: ИНФРА – М, 2005. – 240 с.
10. *Ламбен Жан – Жак*. Менеджмент, ориентированный на рынок. Перев. с англ. /Под ред. В.Б. Колчанова. СПб. : Питер, 2006. – 800 с.
11. *Макконнелл К.Р., Брю С.Л.* Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2 т.: Пер. с англ. Т. 2. 400 с.
12. *Менгер К.* Основание политической экономии. Австрийская школа в политической экономии. М., 1992.
13. *Разумовская А.Л.* Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога-практика. – М.: Вершина,2006. – 496 с.
14. Сборник законов РФ. С изменениями и дополнениями на 30 ноября 2005 года. – М.: Изд-во Эксмо, 2006. – 926 с.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

ФИНАНСОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

© 2008 Е.Ю. Никонова*

В статье анализируются недостатки финансовой системы, сдерживающие экономическое и социальное развитие Российской Федерации, определяются возможные пути их устранения.

Финансы являются неотъемлемой частью денежных отношений и играют огромную роль в формировании, распределении и использовании централизованных и децентрализованных фондов денежных средств в целях выполнения функций, задач государства и обеспечения условий расширенного воспроизводства. Также можно сказать, что финансы объективно необходимы, так как обусловлены потребностями общественного развития. Государство может, учитывая объективную необходимость финансовых отношений, разрабатывать различные формы их использования: вводить или отменять различные виды платежей, изменять формы использования финансовых ресурсов и т.д. Государство не может создавать то, что объективно не подготовлено ходом общественного развития. Оно устанавливает только формы проявления объективно назревших экономических отношений.

Анализ закономерностей развития финансов в разных условиях общественного воспроизводства свидетельствует о наличии общих признаков в их содержании. Это обусловлено сочинением объективных причин и условий функционирования финансов. Среди этих условий выделяются два: развитие товарно-денежных отношений и существование государства как субъекта этих отношений. В отличие от

таких стоимостных категорий, как, например, деньги, кредит, фонд оплаты труда и другие, финансы органически связаны функционированием государства.

Однако общие признаки всех финансовых отношений не включают определенные различия между ними.

В связи с этим финансовая система Российской Федерации на современном этапе представляет собой совокупность различных сфер (звеньев) финансовых отношений, каждая из которых характеризуется особенностями в формировании и использовании фондов денежных средств, различной ролью в общественном воспроизводстве.

Финансовая система РФ включает следующие звенья финансовых отношений: государственный бюджет, внебюджетные фонды, государственный кредит, фонды страхования, фондовый рынок, финансы предприятий различных форм собственности.

Все вышеперечисленные финансовые отношения можно разбить на две подсистемы. Это – общегосударственные финансы, обеспечивающие потребности расширенного воспроизводства на макроуровне, и финансы хозяйствующих субъектов, используемые для обеспечения воспроизводственного процесса денежными средствами на микроуровне.

Разграничение финансовой системы на отдельные звенья обусловлено различиями

Н и к о н о в а Елена Юрьевна – старший преподаватель кафедры учета и статистики Чебоксарского кооперативного института.

в задачах каждого звена, а также в методах формирования и использования централизованных и децентрализованных фондов денежных средств. Общегосударственные централизованные фонды денежных ресурсов создаются путем распределения и перераспределения национального дохода, созданного в отраслях материального производства.

Важная роль, которую выполняет государство в области экономического и социального развития, приводит к необходимости централизации в его распоряжении значительной части финансовых ресурсов. Формами их использования являются бюджетные и внебюджетные фонды, обеспечивающие потребности государства в решении экономических, политических и социальных задач. Иные формы и методы образования и использования денежных фондов применяются кредитными и страховыми звеньями финансовой системы. Децентрализованные фонды денежных средств образуются из денежных доходов и накоплений самих предприятий.

Несмотря на разграничение сферы деятельности и применение особых способов и форм образования и использования денежных фондов в каждом отдельном звене, финансовая система – единая система, так как базируется на едином источнике ресурсов всех звеньев.

Основной единой финансовой системы служат финансы предприятий, поскольку они непосредственно участвуют в процессе материального производства. Источником централизованных государственных фондов денежных средств выступает национальный доход, создаваемый в сфере материального производства.

Общегосударственным финансам принадлежит ведущая роль: в обеспечении определенных темпов развития всех отраслей народного хозяйства; перераспределении финансовых ресурсов между отраслями экономики и регионами страны, производственной и непроизводственной сферами, а также формами собственности, отдельными группами и слоями населения. Эффективное использование финансовых ресурсов возможно лишь на основе активной финансовой политики государства.

Общегосударственные финансы органически связаны с финансами предприятий. С одной стороны, главным источником доходов бюджета является нацио-

нальный доход, создаваемый в сфере материального производства. С другой стороны, процесс расширенного воспроизводства осуществляется не только за счет собственных средств предприятий, но и с привлечением общегосударственного фонда денежных средств в форме бюджетных ассигнований и использования банковских кредитов. При недостатке собственных средств предприятие может привлекать на акционерной основе средства других предприятий, а также на базе операций с ценными бумагами – заемные средства. Посредством заключения договоров со страховыми компаниями осуществляется страхование предпринимательских рисков.

Взаимосвязь и взаимозависимость составных звеньев финансовой системы обусловлены единой сущностью финансов.

Через финансовую систему государство воздействует на формирование централизованных и децентрализованных денежных фондов, фондов накопления и потребления, используя для этого налоги, расходы государственного бюджета, государственный кредит.

В настоящее время особенно остро проявились недостатки финансовой системы, сдерживающие экономическое и социальное развитие Российской Федерации. К ним относятся:

- догматический (нетворческий) характер финансовой политики, ее неспособность быстро реагировать на изменяющиеся условия развития нашего государства;
- отсутствие стратегических разработок;
- проведение частичных, малообоснованных тактических мероприятий, ориентированных на сиюминутную выгоду;
- отрыв финансовой политики от фактического состояния дел в экономике;
- нарушение сбалансированности государственного бюджета Российской Федерации;
- остаточный подход при определении финансовой базы удовлетворения социальных потребностей граждан.

Финансовая политика в 2007 г. характеризовалась последовательностью достижения намеченных целей и повышением ее роли в обеспечении макроэкономической стабильности.

В целом завершено формирование основных элементов современной налоговой

системы, в большей мере обеспечивающей стимулирование позитивных структурных изменений в экономике и социальной сфере.

Началось внедрение элементов среднесрочного финансового планирования. Определены концептуальные подходы к новым механизмам программно-целевого бюджетирования, предполагающего тесную увязку бюджетных расходов и планируемых результатов.

Законодательно установлены расходные полномочия и меры ответственности за их осуществление на всех уровнях государственной власти и местного самоуправления. Это позволило начать работу по внесению в Бюджетный и Налоговый кодексы Российской Федерации изменений, которые направлены на обеспечение сбалансированности доходов и расходов бюджетов всех уровней публичной власти, закрепление за ними на долгосрочной основе собственных доходных источников, выравнивание исходя из объективных критериев бюджетной обеспеченности регионов и муниципалитетов.

В 2006 г. проведена плановая индексация заработной платы работников организаций бюджетной сферы и государственных служащих. Увеличился реальный размер пенсий. Впервые для работающих пенсионеров проведен перерасчет пенсий по новым правилам, позволяющим увеличивать размер пенсии за счет продолжения трудовой деятельности в пенсионном возрасте.

Обеспечена увязка бюджетного процесса с работой по пересмотру регулируемых тарифов естественных монополий. Законодательно запрещен пересмотр тарифов чаще одного раза в год. Приняты решения о формировании тарифных планов естественных монополий на 3-летний период.

Пройден максимальный цикл платежей по внешнему долгу. Международный кредитный рейтинг России достиг инвестиционного уровня.

Создана правовая база формирования Стабилизационного фонда Российской Федерации. Его объем достиг к началу 2006 г. почти 280 млрд. рублей. Тем самым повышена устойчивость бюджетной системы к колебаниям внешнеэкономической конъюнктуры.

Дальнейшее повышение качества бюджетной системы невозможно без решения ряда проблем.

Бюджетное законодательство пока не в полной мере отвечает современным требованиям. Сложившиеся механизмы и процедуры ограничивают возможности и институциональные стимулы повышения эффективности управления государственными финансами.

Остается низкой экономическая эффективность государственного сектора экономики. Он по-прежнему слишком велик и трудноуправляем. Значительная часть государственного имущества не используется для исполнения публичных полномочий. Сохраняются необоснованные ограничения на приватизацию отдельных видов государственного имущества.

Сложившаяся сеть бюджетополучателей не является оптимальной, что снижает эффективность использования средств федерального бюджета. Бюджетные ассигнования по-прежнему распределяются между бюджетными учреждениями вне зависимости от объема и качества предоставляемых услуг, их общественной полезности. Контроль со стороны государства за внебюджетной деятельностью федеральных учреждений и принимаемыми ими на себя обязательствами носит в основном формальный характер.

При формировании бюджета в малой степени используются программно-целевые методы. Действующие федеральные целевые программы в основной своей массе не являются эффективным инструментом структурных реформ.

Не урегулирована проблема обеспечения выполнения государственных обязательств по инвестиционным проектам и другим программам, продолжительность реализации которых превышает финансовый год. При формировании бюджета перечень таких обязательств каждый раз подвергается ревизии, часто на основе субъективных критериев.

Применяемые механизмы закупки товаров и услуг для государственных нужд зачастую не способствуют рациональному использованию бюджетных средств. Отвечающий современным реалиям закон о государственных закупках не принят.

До сих пор не выработаны эффективные механизмы, обеспечивающие реализацию права на получение доступной и качественной медицинской помощи для всех слоев населения, и в первую очередь для

неработающих граждан. Формирование новой системы обязательного медицинского страхования задерживается.

Хотя общая налоговая нагрузка на предпринимательскую деятельность снизилась, для многих видов экономической деятельности она все еще неоправданно велика. В результате снижаются возможности для модернизации и диверсификации производства, создания новых рабочих мест.

Налоговая реформа пока в малой степени затрагивает вопросы налогового администрирования. Не произошло существенных сдвигов в упрощении налогового учета, улучшении взаимодействия налоговых органов с налогоплательщиками.

Бюджетная политика призвана способствовать эффективному решению важнейших социально-экономических задач. В основу бюджета должны быть положены долгосрочные приоритеты развития страны.

Важнейшей задачей бюджетной политики остается обеспечение общей макроэкономической сбалансированности. Основные параметры бюджета должны обеспечивать:

- гарантированное исполнение заложенных в бюджет обязательств;
- связывание избыточной денежной ликвидности;
- последовательное сокращение расходов на обслуживание государственного долга.

Акценты бюджетного процесса необходимо перенести с управления затратами на управление результатами. Бюджет следует формировать, исходя из целей и планируемых результатов государственной политики, а бюджетные ассигнования должны иметь четкую привязку к государственным функциям.

В этих целях необходимы действия по следующим направлениям.

Первое. Реформа бюджетной классификации и бюджетного учета.

На федеральном уровне должны определяться лишь основные, обязательные для всех уровней бюджетной системы позиции экономической и функциональной классификации. Такой подход обеспечит большую свободу маневра для органов государственной власти в ходе бюджетного процесса.

Второе. Упорядочение процедур составления и рассмотрения бюджета, включая аналитическое разделение действующих и вновь принимаемых расходных обязательств.

Действующие обязательства подлежат безусловному включению в расходную часть бюджета, если не принято решение об их отмене или приостановлении. Новые расходные обязательства могут приниматься лишь при наличии соответствующих финансовых возможностей на весь период их действия и при условии обязательной оценки их ожидаемой эффективности. Это позволит упростить процедуру рассмотрения бюджета, повысит степень прогнозируемости всей системы бюджетирования, обеспечит определенность в финансировании долгосрочных программ и проектов.

Третье. Повышение роли перспективного финансового плана в бюджетном процессе.

В 2006 г. этот документ утвержден Правительством Российской Федерации. Это позволит расширить горизонт планирования, повысить предсказуемость бюджетной политики и качество подготовки бюджета, создать стимулы для оптимизации бюджетных расходов.

Четвертое. Распределение бюджетных ресурсов между администраторами бюджетных средств и (или) реализуемыми ими бюджетными программами в зависимости от планируемого уровня достижения поставленных перед ними целей в соответствии со среднесрочными приоритетами социально-экономической политики и в пределах прогнозируемых на долгосрочную перспективу объемов бюджетных ресурсов.

Это предполагает расширение самостоятельности администраторов бюджетных средств при повышении их ответственности за обеспечение планируемых результатов, которые должны быть описаны с использованием четких критериев и индикаторов оценки достижения этих результатов.

Пятое. Четкое определение показателей результативности деятельности федеральных государственных органов.

Шестое. Ориентация федеральных целевых программ на решение крупных и требующих длительных сроков реализации инвестиционных, научно-технических и структурных проектов межотраслевого характера с четко сформулированными и количественно измеримыми индикаторами результативности.

Необходимо ввести в практику формирование ведомственных целевых программ. В эти программы целесообразно пе-

ренести значительную часть бюджетных расходов, осуществляемых в настоящее время по сметному принципу.

Седьмое. Создание новой нормативной базы и обеспечение четкого соблюдения правил государственных закупок, распространяемых на все осуществляемые в интересах государства закупки (в том числе в сфере обороны и безопасности).

В 2004–2008 гг. предстоит в основном завершить налоговую реформу. Налоговая система должна обеспечивать финансирование бюджетных потребностей, быть при этом необременительной для субъектов экономики и не препятствовать повышению их конкурентоспособности и росту деловой активности.

Условия налогообложения должны быть четкими и не допускать произвольной интерпретации, что позволит разграничить правомерную практику налоговой оптимизации и случаи криминального уклонения от уплаты налогов.

Необходимо добиться, чтобы налоговая система способствовала формированию рынка доступного жилья, развитию образования и здравоохранения.

Реформирование единого социального налога призвано обеспечить повышение экономических стимулов для увеличения заработной платы и легализации ее выплаты при одновременном снижении нагрузки на бизнес. Для этого необходимо снизить эффективную ставку единого социального налога, скорректировать механизм применения регрессии, в том числе снять неоправданные ограничения на доступ к применению регрессии налогоплательщикам.

Необходимо определиться с размерами государственной пошлины и перечнем юридически значимых действий, при которых она взимается. Размер и порядок уплаты государственной пошлины должны быть экономически обоснованными и необременительными для граждан и юридических лиц.

Изменения, которые предполагается внести в лесное и водное законодательство, должны предусматривать установление системы платежей за пользование природными ресурсами, способствующей их рациональному использованию. Размер платежей должен быть адекватен реальной стоимости этих ресурсов.

Актуальной остается проблема налогообложения добычи и экспорта сырьевых

ресурсов в целях экономически обоснованного изъятия в бюджет доходов сырьевых компаний.

Работу налоговых инспекций следует оценивать по таким показателям, как строгое выполнение требований налогового законодательства, качество работы с налогоплательщиками. Необходимо приступить к разработке и применению на практике стандартов деятельности налоговых инспекций, в том числе учитывающих временные издержки налогоплательщиков на сдачу налоговой отчетности.

Проведение выездных налоговых проверок не должно препятствовать предпринимательской деятельности законопослушных налогоплательщиков и не может применяться в качестве карательного инструмента. Недопустимо превышение фактических сроков таких проверок, установленных законом¹.

Без финансов невозможно обеспечить индивидуальный и общественный кругооборот производственных фондов на расширенной основе, регулировать отраслевую и территориальную структуру экономики, стимулировать быстрее внедрение научно-технических достижений, удовлетворять другие общественные потребности.

Совокупность государственных мер по оптимизации и развитию экономических и социальных условий с использованием централизованных денежных ресурсов образует финансовую политику государства.

В качестве важнейших составляющих финансовой политики государства выступают бюджетная, налоговая, инвестиционная, социальная и таможенная политика. Налоговая политика находит свое воплощение в построении той или иной налоговой системы. Инвестиционная политика связана с созданием условий для привлечения отечественных и иностранных инвестиций, прежде всего в реальный сектор экономики. Социальная политика связана с решением задач финансового обеспечения прав граждан России, установленных в Конституции РФ. Таможенная политика представляет собой симбиоз налоговой и ценовой политики, ограничивая или расширяя доступ на внутренний рынок товаров и услуг и поощряя, либо сдерживая экспорт и импорт товаров и услуг из страны.

Целью финансовой политики является, наиболее полная мобилизация финансовых

ресурсов, необходимых для удовлетворения насущных потребностей, развития общества. Изучив теорию и структуру финансов можно прийти к выводу, что в современных условиях, когда вносятся кардинальные изменения во все сферы жизни общества, важно обеспечить своевременное решение законодательных проблем. Неудовлетворительное состояние законодательства сдерживает хозяйственную инициативу, тормозит общественное развитие. Разногласия в правовом регулировании оборачиваются издержками в экономике, негативными социальными и нравственными последствиями.

Коренные изменения внесены в механизм государственных финансов: формирование доходов государственного бюджета переведено на налоговую основу; принципиально изменилась структура расходов бюджета и система бюджетного финансирования; широкое распространение получила система внебюджетных фондов.

Анализируя состояние финансов и их взаимосвязь с финансовой политикой можно сказать, что оздоровлению бюджетов будет способствовать упорядочению бюджетного процесса в регионах: обеспечение «прозрачности» статей бюджета и их соответствия федеральному классификатору, консолидация в бюджет региональных внебюджетных фондов.

Большое внимание при разработке финансов и финансовой политики уделяется определению рациональных форм изъятия доходов предприятий в пользу государства, а также доли участия населения в формировании финансовых ресурсов. Важное значение придается повышению эффективности использования финансовых ресурсов путем их распределения между сферами общественного производства, а также их концентрации на главных направлениях экономического и социального развития.

ЛИТЕРАТУРА:

1. *Большаков С.В.* Финансовая политика и финансовое регулирование экономики // *Финансы.* - 2007. - № 4. - С. 22 - 26.

ВЫБОР И ВНЕДРЕНИЕ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ СИСТЕМ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

© 2008 Р.В. Самолётов, Л.А. Фургина*

В статье исследуется проблема неэффективности автоматизации учётного процесса в некоторых организациях потребительской кооперации, вызванная отсутствием надлежащего контроля над выбором, внедрением и эксплуатацией бухгалтерских программных комплексов. Предлагаются возможные пути решения данной проблемы.

Современная система управления предприятием характеризуется сложной информационно-структурной организацией, что обуславливается циркуляцией большого количества внешних и внутренних потоков информации, а так же разнообразием этой информации. Подготовка бухгалтерской информации для всех групп пользователей возлагается на бухгалтерию организации. Огромный объем данных, обрабатываемых ею, требует применения современных технических и программных средств, способных значительно сократить и облегчить труд работников бухгалтерии. Поэтому в настоящее время уже трудно себе представить работу бухгалтера без использования компьютера и специализированных программ автоматизации бухгалтерского учёта.

Решение о необходимости автоматизации учётной деятельности предприятия может возникнуть благодаря следующим условиям:

– обработка текущего объёма бухгалтерской информации требует значительных затрат времени и труда;

– автоматизированная система учёта, используемая на предприятии, перестала соответствовать уровню и масштабам деятельности организации;

– требуется повышение качества обработки учётной информации;

– имеется потребность управленческого звена организации увеличить оперативность получения учётной информации.

Разнообразие представленных на рынке программных продуктов, предназначенных для решения задач учёта, закономерно ставит вопрос об эффективном выборе программного обеспечения для бухгалтерских автоматизированных систем. Задача выбора усложняется существенными различиями в концепциях построения программных средств, их функциональной полноте, порядке адаптации к потребностям конкретных пользователей, возможности их использования на различных аппаратных платформах, стоимости.

При выборе программных продуктов обычно руководствуются спецификой и масштабами деятельности организации, сложностью бизнес-процессов, наличием необходимых финансовых ресурсов для реализации проекта. В первую очередь автоматизации подлежат наиболее трудоёмкие, массовые, рутинные операции, требующие большой точности, от которых зависит ежедневное функционирование бизнеса, т.е. учёт, в том чис-

Самолётов Роман Валерьевич – старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета Российского университета кооперации.

Фургина Людмила Александровна – кандидат экономических наук, профессор кафедры бухгалтерского учета Российского университета кооперации.

ле оперативный – продажи, закупки, склад. После автоматизации этих участков руководство получает картину происходящего на предприятии в режиме реального времени.

При внедрении автоматизированных систем бухгалтерского учёта могут использоваться два основных подхода:

1) выбор из числа уже существующих программных пакетов, успешно зарекомендовавших себя на рынке программных средств;

2) создание собственной системы автоматизации бухгалтерского учёта, направленной на решение специфических учётных задач, характерных для данного предприятия.

В настоящее время большинство предприятий применяют именно первый вариант автоматизации бухгалтерского учёта. В основном это обуславливается следующими причинами:

– наличие на рынке большого количества программных продуктов и их модификаций, реализующих автоматизацию бухгалтерского учёта по всем разделам учёта для организаций различных отраслей;

– современные программные продукты имеют достаточно большой и успешный опыт применения, что позволяет говорить об их надёжности;

– современные программные фирмы предоставляют своим клиентам полный пакет услуг по сопровождению и обновлению систем;

– большинство современных систем обладают гибкой системой автоматизации, что позволяет пользователям таких программ изменять их типовую конфигурацию под особенности учёта на конкретном предприятии.

Выбор соответствующей системы должен быть возложен на руководителя организации и главного бухгалтера, которые могут создать специальную рабочую группу, основной задачей которой будет оценка существующих программных продуктов, их приспособленность для решения бухгалтерских задач, стоящих перед данной организацией. Неправильный выбор программы, не удовлетворяющей требованиям экономического субъекта, и не учитывающей его специфику, может повлечь за собой дополнительные финансовые потери, связанные с расходами на модификацию разработчиком её типовой конфигурации. А иногда и вовсе может потребоваться её замена на

новую систему автоматизации. Особо следует предостеречь организацию от использования программ, полученных путём нелегального копирования, которые достаточно часто применяются на малых предприятиях. Использование таких программ связано с большим риском, так как защита, установленная производителем, может быть снята некорректно, а как следствие могут возникать ошибки в обработке учётных данных, значительно искажающие результатную информацию. Так же велика вероятность программных сбоев, грозящих безвозвратной потерей данных. Выбор тиражируемых программ руководство организации должно осуществлять на основе определённых критериев, определяющих целесообразность их использования на конкретном предприятии.

Первый критерий – *функциональная полнота программного продукта*. Он показывает, в какой степени программы реализуют основные функции обработки информации, к числу таких функций относятся:

– ведение синтетического и аналитического учёта в денежных и натуральных показателях;

– получение оперативной информации о финансово-хозяйственном состоянии предприятия;

– проведение расчётов с учредителями, поставщиками, покупателями, подотчётными лицами;

– обеспечения разных способов ввода хозяйственных операций в систему;

– совместимость с другими программами [1].

Очевидно, что требования, предъявляемые к системам автоматизации бухгалтерского учёта со стороны различных предприятий, достаточно индивидуальны. Например, одни предприятия, имеющие на балансе незначительное количество объектов основных средств, не нуждается в развитой поддержке функций их учёта. Так же, например, торговым организациям не нужны функциональные средства, осуществляющие производственный учёт. Поэтому выбор программы с соответствующим функциональным наполнением позволит организации облегчить её дальнейшую эксплуатацию и сократить расходы на приобретение и обслуживание. При этом следует отметить, что для многих программных систем отсутствие той или иной функциональнос-

ти в базовой поставке не означает невозможности её достижения при использовании имеющихся адаптационных средств [2].

Ещё одним критерием выбора бухгалтерских программ является *эффективность их сопровождения*. Он характеризует:

- качество разработанной документации;
- наличие демонстрационно-сопровождающей версии программы;
- наличие бесплатных консультаций;
- возможность обучения работы с программой;
- наличие услуг по настройке и поддержке программы;
- возможность обновления и модернизации программы.

Качество обслуживания программы при её внедрении и дальнейшей эксплуатации со стороны фирм-изготовителей чрезвычайно важно для её эффективного использования. Поэтому большинство организаций стремятся пользоваться продуктами известных фирм, успешно зарекомендовавших себя на российском рынке информационных систем. Действительно, заключая договора с подобными организациями, пользователь имеет возможность воспользоваться полным комплектом услуг, связанным с сопровождением программы. Персонал таких фирм, как правило, проходит специальные обучающие курсы, с получением квалификационных дипломов. В свою очередь дипломированные специалисты периодически повышают свою квалификацию на специальных семинарах, с целью изучения новых возможностей программных продуктов, выпускаемых фирмой-изготовителем. Недостаточный уровень сопровождения приводит к возникновению у пользователя программы ряда проблем. Так, отсутствие у программы подробного технического задания, а так же бесплатных консультаций, ведёт к необоснованным расходам пользователя. При этом для решения несложных технических задач приходится прибегать к платным услугам разработчиков или нанимать специалистов по обслуживанию программного обеспечения. В то время как при должном уровне сопровождения они могли бы быть решены силами учётных работников. Отсутствие в договоре, заключаемом с разработчиком пункта, касающегося систематического, бесплатного обновления программы, ведёт к тому, что в условиях постоянно изменяющейся учётной среды,

приобретённый продукт элементарно устаревает. При этом затраты на обновление программы могут быть эквиваленты её первоначальной стоимости.

Решение же сложных задач по изменению первоначальной конфигурации систем должно выполняться специалистами фирмы разработчика. В случае если разработчик не предоставляет подобных услуг, пользователю придётся вносить изменения самостоятельно, что может привести в дальнейшем к некорректной работе программы.

Семинары, проводимые фирмами-разработчиками, направленные на повышение уровня подготовки персонала организаций – пользователей, дают им возможность избежать ошибок, связанных с низкой квалификацией персонала, многие из которых, могут привести к серьёзным негативным последствиям и финансовым потерям. Отсутствие подобных семинаров вынуждает пользователей нести дополнительные расходы на обучение персонала или найму дорогостоящих специалистов.

Таким образом, выбор разработчика с высоким уровнем и качеством обслуживания позволяет значительно сократить затраты по сопровождению программ и избежать финансовых потерь, связанных с низким качеством работы с ней персонала.

Ещё одним критерием оценки бухгалтерских программ является возможность модификации их настроек, что определяет *гибкость системы*. В качестве направлений модернизации проекта могут быть определены:

- пересмотр алгоритмов реализации учётных процедур;
- добавление новых учётных функций;
- изменение технологии ввода информации;
- расширение состава компьютерных форм входной и выходной документации.

Любой проект автоматизации через определенное время требует доработки, иногда – значительной, причём это не всегда объясняется просчётами, допущенными на этапе проектирования. Условия функционирования предприятия меняются динамично и их сложно предусматривать. Поэтому вопросы обеспечения гибкости и адаптируемости разрабатываемых систем, являются исключительно важными [1].

Гибкая система обеспечивает перенастройку её модулей на решение функций,

реализацию разных маршрутов движения информации, разных способов выполнения операций, разработку всех документов внутренней и внешней отчетности. Поэтому при выборе программных продуктов пользователям следует уделить особое внимание их гибкости, что позволит сохранить актуальность системы в условиях постоянно меняющейся учетной среды.

Таким образом, осознав необходимость автоматизации бухгалтерского учета, перед руководством предприятия встает непростая задача, связанная с выбором наиболее эффективной программы, оптимальной для выражения «затраты-результаты», а так же с её безболезненным внедрением в учетный процесс организации. В этой связи все мероприятия по выбору и внедрению автоматизированных систем бухгалтерского учета должны быть четко регламентированы, осуществляться в строгой последовательности в соответствии с ранее разработанным планом. Данный процесс должен быть разбит на этапы, некоторые из которых могут быть разделены во времени, а некоторые выполняться параллельно. Рассмотрим процесс внедрения автоматизированных систем учета на примере организаций, входящих в систему потребительской кооперации.

На наш взгляд, порядок внедрения автоматизированных систем в организациях потребительской кооперации должен состоять из следующих этапов:

1. Предварительная оценка состояния организации. Формирование требований к системе автоматизации.
2. Выбор программного продукта.
3. Функциональная настройка системы на нужды организации.
4. Опытная эксплуатация и тестирование.
5. Подготовка пользователей.
6. Оценка результатов.
7. Ввод в эксплуатацию.
8. Постоянная периодическая подготовка.

На первом этапе от руководства организации требуется оценить необходимость автоматизации учетного процесса, провести анализ имеющейся на предприятии системы бухгалтерского учета, установить квалификацию учетного персонала, определить масштабы автоматизации и выработать требования к автоматизированной системе. На основании проведенного об-

следования определяется перечень программных продуктов, применение которых в данной организации может быть наиболее эффективным.

Анализ системы учета должен осуществляться на предмет того, что может быть изменено для совершенствования бухгалтерского учета. В частности, должны быть изучены и проанализированы:

- Применяемый план счетов бухгалтерского учета;
- Используемый порядок ведения аналитического учета;
- Типовые проводки, применяемые для отражения хозяйственных операций;
- Формы и содержание первичной документации;
- Формы учетных регистров.

Под масштабом автоматизации понимается объем, в котором будет автоматизироваться бухгалтерия и порядок перевода на компьютер различных разделов учета. Проблема выбора масштабов автоматизации наиболее актуальна для крупных хозяйствующих субъектов, с развёрнутой инфраструктурой и большим объемом деятельности. Значительный документооборот, а так же наличие специфических моментов и нюансов в деятельности таких организаций требует последовательного внедрения автоматизированной системы по различным разделам учета. При этом необходимо правильно спланировать последовательность автоматизации разделов, чтобы исключить ситуацию, когда определённый участок автоматизируется, а затем его снова приходится дорабатывать для корректного совмещения с другими разделами учета.

При определении масштабов автоматизации необходимо также установить место и роль бухгалтерского комплекса в общей системе управления организации. Для этого следует провести совещание с руководителями структурных подразделений организации и определить, какая именно информация им необходима, и в каком виде она должна быть представлена. Важность данной работы ещё связана и с тем, что именно с компьютеризации бухгалтерского учета начинается процесс автоматизации всей системы управления организации, что вызвано следующими факторами:

- задачи бухгалтерского учета хорошо структурированы, имеют известный и

несложный алгоритм решения с преобладанием арифметических операций;

– бухгалтерский учёт собирает и регистрирует информацию обо всех хозяйственных операциях, которая необходима и остальным управленческим структурам предприятия;

– автоматизация бухгалтерского учёта стала неотложной задачей, так как внешние пользователи бухгалтерской информации, которым бухгалтерия должна представлять свои отчёты, требуют их в электронной форме, на машиночитаемых носителях.

В настоящее время сложилась такая ситуация, что организации, входящие в структуру одних и тех же районных потребительских обществ и облпотребсоюзов, используют различные программные продукты автоматизации бухгалтерского учёта. При этом отсутствует какая-либо система контроля над внедрением и использованием программных комплексов, что в свою очередь ведёт к ряду негативных последствий. В частности, возникает проблема контроля со стороны потребительских обществ за деятельностью таких предприятий, так как работникам службы внутреннего контроля потребительского общества приходится изучать весь спектр программных продуктов, используемых в таких организациях. В случае если в потребительском обществе используются специализированные программы автоматизации аудиторской деятельности, отсутствие единого подхода при выборе бухгалтерских систем может повлечь проблему несовместимости программ, связанную с невозможностью конвертации данных, в результате чего, проведение автоматизированных аудиторских проверок становится невозможным. Использование же такими организациями «самопальных» или «пиратских» программ может значительно исказить учётную информацию и поставить под сомнение её достоверность. Бессистемное внедрение разнородных, не связанных друг с другом программ ведёт в последствии к отказу предприятий от ранее приобретенного и самостоятельно созданного программного обеспечения, и вынуждает их нести серьёзные финансовые потери. Такая ситуация, сложившаяся в некоторых организациях потребительской кооперации, позволяет говорить о их, так называемой «псевдоавтоматизации», которая заключается в бессмысленности самого факта использования компьютеров, не ведущего к достижению конечных результатов. В

результате бухгалтерия, которая и раньше была перегружена работой, в условиях «псевдоавтоматизации» тратит на выполнения своих обязанностей ещё больше времени. Действительно, ведь в этой ситуации её сотрудникам приходится выполнить большой объём работы на бумаге, а затем, непонятно для чего, заводить всё в компьютер.

Решением данной проблемы может стать разработка со стороны потребительского общества единого подхода к автоматизации учёта на всех предприятиях, входящих в его структуру. Данный подход должен характеризоваться использованием единого программного продукта, осуществлением контроля над внедрением и эксплуатацией автоматизированных систем, проведением мероприятий по повышению квалификации учётных работников. Применение единого подхода к автоматизации учёта на предприятиях, входящих в структуру потребительского общества, позволит:

– сократить расходы организаций на адаптацию программного продукта к отраслевым особенностям потребительской кооперации;

– усилить контроль со стороны руководства потребительского общества за хозяйственной деятельностью организаций;

– повысить уровень подготовки учётных работников;

– облегчить и упростить работу служб внутреннего контроля и аудита.

В связи с тем, что предприятия, входящие в структуру потребительских обществ, могут иметь разнообразную отраслевую направленность и разнообразные масштабы деятельности, внедряемый программный продукт должен удовлетворять следующим требованиям:

– ориентироваться на все разделы бухгалтерского учёта;

– иметь гибкую структуру автоматизации;

– поддерживать многопользовательский режим обработки данных;

– обладать развитой системой поддержки со стороны разработчиков;

– иметь стандартную организацию файловой системы.

Ещё одним перспективным направлением автоматизации бухгалтерского учёта в системе потребительской кооперации является использование облпотребсоюзами

собственной системы автоматизации, созданной силами своей специализированной службы, которая могла бы использоваться во всех организациях, входящих в его структуру. К преимуществам подобного подхода можно отнести:

- учёт всех отраслевых особенностей потребительской кооперации, так как разработка продукта осуществляется с непосредственным участием учётных работников конкретных организаций;

- возможность использования таких программ для целей внутреннего контроля и аудита;

- возможность дальнейшего развития программного продукта в соответствии с перспективными планами потребительского общества.

Данный вариант автоматизации бухгалтерского учёта должен быть нацелен на долгосрочную перспективу и во многом способствовать решению проблемы контроля, остро стоящей перед организациями потребительской кооперации. Однако в настоящее время реализация подобного проекта сталкивается с рядом объективных трудностей, которые значительно уменьшают её перспективность. Главными недостатками самостоятельно разрабатываемых комплексов обычно являются недостаточный опыт разработчиков, высокая стоимость реализации проекта, трудоёмкость и длительность процесса внедрения, низкая надёжность и безопасность программных средств, неполнота программной документации [5].

После выбора и приобретения организациями соответствующего программного комплекса должна быть произведена его функциональная настройка на нужды организации, так как любая даже самая совершенная система не всегда способна обеспечить пользователя полным набором инструментов, обеспечивающих решение всех стоящих перед ним задач. Как правило, необходима их модификация и настройка в соответствии с нуждами конкретной организации. Информационные потоки нельзя проектировать в отрыве от среды их воплощения. В постановке задач автоматизированной системы принимают участие внедряющая фирма, которая хорошо владеет средствами автоматизации, и специалисты внедряемой фирмы. Поэтому перечень изменений, которые должны быть

внесены в готовый продукт, должен быть сформирован работниками бухгалтерии, вырабатывающими требования к системе, необходимые для решения ими своих задач, и разработчиками программы, которые имеют представление о возможностях её типовой конфигурации. В основном изменения типовой конфигурации программы бывают связаны с настройкой и доработкой следующих объектов:

- плана счетов в соответствии с особенностями предприятия;

- справочников, используемых для хранения условно-постоянной информации;

- типовых проводок, используемых на предприятии, в соответствии с проведённой оптимизацией учёта и поставленной задачи;

- форм первичных документов;

- форм бухгалтерской отчётности и расчётов по налогам.

Завершение работ, связанных с предпроектным обследованием и настройкой программы на особенности ведения учёта на данном предприятии, оформляется актом, который является основанием для начала опытной эксплуатации подсистем и системы в целом. Опытная эксплуатация заключается в проверке функционирования системы в реальных производственных условиях с применением соответствующих технических и программных средств, предусмотренных техническим проектом [4].

Безусловно, такой сложный и трудоёмкий процесс как внедрение автоматизированной системы бухгалтерского учёта должен быть чётко систематизирован, структурирован и осуществляться под постоянным контролем со стороны руководства организации. На наш взгляд, данный процесс и контроль над ним на предприятиях, входящих в систему общепотребсоюза, должен быть возложен на службу внутреннего аудита. Для этого в её структуре может быть выделено специальное подразделение, ответственное за процесс внедрения автоматизированной системы бухгалтерского учёта. На рис. 1 представлена структура данного подразделения, которая должна включать в себя три уровня:

1. Организационная комиссия;
2. Рабочая группа проекта;
3. Рабочие группы предприятий.

Организационная комиссия является главным, планирующим и контролирующим

органом внедрения проекта, функционирующим в течение всего периода его реализации. В состав данного органа должны входить представители высшего руководства предприятия, руководители финансово-экономических служб, внешние консультанты. Организационной комиссией должна быть выработана единая стратегия автоматизации, определена очерёдность внедрения подсистем программного комплекса, осуществляться контроль над соблюдением сроков выполнения проекта, производить распределение обязанностей между исполнителями, осуществляться формирование и контроль за бюджетом внедрения проекта.

В состав рабочей группы проекта входят сотрудники функциональных подразделений предприятия, работники службы внутреннего аудита, плановики, экономисты, специалисты внедренческой фирмы, специалисты в области администрирования сетей. Рабочая группа проекта является основным функциональным звеном его реализации. Она включает в себя не только специалистов в области информационных технологий и программного обеспечения, но и квалифицированных специалистов по бухгалтерскому учёту и аудиту. Подобный подход к формированию рабочей группы позволяет исключить ошибки связанные с тем, что сотрудники многих внедряющих фирм, прекрасно разбирающиеся в программных продуктах, бывают недостаточно подкованы в вопросах бухгалтерского учёта. В результате чего, бухгалтерия автоматизируется в том виде, в котором есть, не используются возможности для её улучшения, и довольно часто остаются прежние ошибки. Перед данным органом стоят задачи по проведению предпроектного обследования предприятия, установки программного обеспечения, контролю над процессом опытной эксплуатации программного про-

дукта, обучению персонала. Так же к функциям рабочей группы проекта может быть отнесена разработка тестов, по которым проводится тестирование системы на функциональную полноту и соответствие требованиям ведения учёта. После выполнения тестирования членами группы должен выполняться анализ его результатов.

В состав рабочей группы предприятия включаются учётные работники, на которых возложены обязанности по заполнению электронных справочников, тестированию программы, контролю правильности сформированных данных путём сравнения результатов компьютерной обработки тестовых примеров с результатами их ручной обработки [3]. Так же данным органом должны разрабатываться и направляться в виде заявок в рабочую группу проекта предложения по изменению, улучшению и расширению системы. Этап опытной эксплуатации программного комплекса играет огромную роль в успешной реализации всего проекта внедрения, а тестирование – одной из важнейших процедур внутрипроцессного контроля.

Если для решения учётных задач на предприятии ранее уже использовались какие-либо другие программные средства, то необходимо на период освоения новой программы вести работу параллельно, используя одновременно новые и ранее применявшиеся средства. При этом производится постоянная сверка результатов для подтверждения их идентичности. Расхождения, полученные в результате данной работы, должны быть проанализированы и выявлены их причины [5].

При положительных результатах опытной эксплуатации составляется двухсторонний акт о сдаче системы в промышленную эксплуатацию. После приёмки системы в эксплуатацию ответственность за её

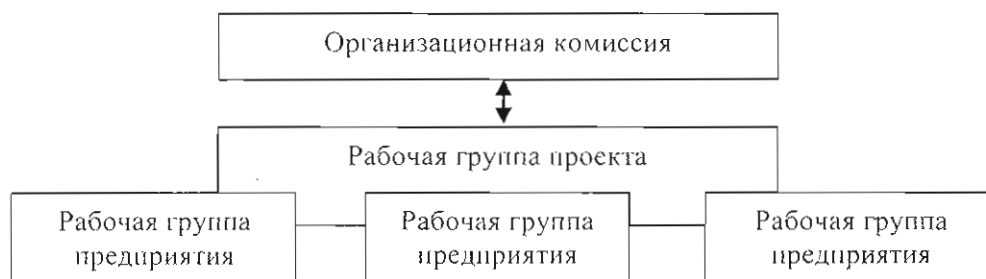


Рисунок 1 – Структура подразделения, осуществляющего внедрение автоматизированной системы

использование возлагается на руководство предприятия [4]. В свою очередь служба внутреннего аудита должна производить контроль над эксплуатацией программного комплекса, осуществлять периодические проверки правильности его функционирования, проводить переподготовку персонала, вырабатывать стратегии совершенствования компьютерного учёта на предприятии.

Задачи учета и управления могут существенно отличаться в зависимости от рода деятельности предприятия, отрасли, специфики продукции или оказываемых услуг, размера и структуры предприятия, требуемого уровня автоматизации. При этом руководителю, с одной стороны, необходимо решение, соответствующее специфике именно его предприятия, но, с другой стороны, он понимает преимущества применения массового проверенного тиражируемого продукта. Сочетание этих потребностей обеспечивает разработка фирмы «1С» – система программ «1С:Предприятие».

Использование этой системы в качестве инструмента автоматизации бухгалтерского учета обеспечивает по своим функциональным возможностям требования подавляющего большинства организаций потребительской кооперации, что обусловлено следующими причинами:

- программа является универсальной бухгалтерской программой и позволяет автоматизировать ведение всех разделов бухгалтерского учета: операции по банку и кассе; основные средства и нематериальные активы; учет материалов, товаров и услуг, выполнения работ; учет расчетов с поставщиками (подрядчиками), покупателями (заказчиками); учет расчетов с подотчетными лицами; учет расчетов с персоналом по оплате труда; расчеты с бюджетом и другие разделы учета;

- программа обладает гибкими возможностями организации учета: синтетический учет по многоуровневому плану счетов; учет по нескольким планам счетов; многоуровневый аналитический учет по любым объектам аналитического учета (товарам, персоналу, дебиторам, кредиторам и т.д.);

- ввод информации может быть организован с разной степенью автоматичности: режим ручного ввода операций; режим типовых операций; режим автоматического формирования операций по документам;

- программа позволяет автоматизировать подготовку любых первичных документов: платежные поручения; счета на оплату и счета-фактуры; приходные и расходные кассовые ордера; акты, накладные, требования, доверенности и другие документы.

Средства работы с документами позволяют организовать ввод документов, их произвольное распределение по журналам и поиск любого документа по различным критериям: номеру, дате, сумме, контрагенту;

- включает набор стандартных отчетов, позволяющих бухгалтеру получить информацию за произвольный период, в различных разрезах и с необходимой степенью детализации. Все создаваемые отчеты могут быть выведены на печать;

- программа формирует всю внешнюю отчетность, включая финансовую и налоговую. В автоматическом режиме программа заполняет отчеты на основании введенных за период хозяйственных операций. Перед формированием отчетов система проверяет состояние учета и выявляет ошибки бухгалтера, не позволяющие правильно составить отчетность. Программа допускает заполнять отчеты и в ручном режиме, тогда бухгалтер вводит основные показатели, а программа рассчитывает все итоговые и производные показатели;

- для отражения специфики учета конкретного предприятия типовую конфигурацию программы можно изменить в соответствии с требованиями учета.

Таким образом, система «1С: Предприятие» обеспечивает решение практически всех задач, стоящих перед бухгалтерской службой, с ее помощью могут быть автоматизированы все участки бухгалтерского учета, как производственных, так и торговых предприятий потребительской кооперации.

В настоящее время, с выходом новой версии программы для автоматизации бухгалтерского и налогового учета в коммерческих организациях «1С:Предприятие 8.1» пользователям предлагается такой набор функциональных возможностей, который обеспечивает качественно новый уровень автоматизации учета. Неслучайно большинство предприятий, использующих систему «1С: Предприятие» переходят на новую версию.

«1С: Предприятие 8.1» – мощная универсальная система нового поколения, представляющая собой совокупность платфор-

мы «1С: Предприятие 8.0» и конфигурации «Бухгалтерия предприятия». Это готовое решение для ведения учета в хозяйственных организациях по любым видам деятельности (производство, оптовая и розничная торговля, оказание услуг и т.д.) и может самостоятельно осваиваться пользователем в процессе работы.

Эта система имеет ряд существенных преимуществ по сравнению с предыдущей версией «1С: Предприятие 7.7»:

1. Программа создана на технологической платформе нового поколения, обеспечивающей высокую гибкость и настраиваемость, производительность и эргономичность прикладных решений. Она вобрала в себя все лучшее, что было реализовано в предыдущих версиях, и то новое, что создано с учетом опыта совместной работы с многочисленными пользователями и партнерами фирмы «1С».

2. «1С: Бухгалтерия 8.» сохраняет преемственность с бухгалтерской программой «1С: Бухгалтерия 7.7» и переход на новую версию программы осуществляется автоматически.

3. Современный эргономичный интерфейс программы делает доступными сервисные возможности «1С: Предприятия 8.0» даже для небольших организаций.

4. В состав конфигурации включен план счетов бухгалтерского учета, настроенный в соответствии с Приказом Минфина РФ «Об утверждении плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкции по его применению» от 31 октября 2000 г. № 94 н. Состав счетов, настройки аналитического, валютного, количественного учета позволяют учесть требования законодательства. Пользователь может также самостоятельно управлять методикой учета в рамках настройки учетной политики, создать новые субсчета и разрезы аналитического учета. Для этого не требуется специальных знаний и навыков конфигурирования.

5. Реализована возможность ведения учета нескольких организаций в единой информационной базе. Организации могут использовать общие списки товаров, статей затрат, контрагентов и т.д. При этом каждая организация может вести учет по общей или упрощенной системе налогообложения в рамках одной и той же информационной базы.

6. За счет введения отдельного плана счетов налогового учета упрощена сопоставимость данных бухгалтерского и налогового учета, что важно для обеспечения требований ПБУ 18/02 «Расчеты по налогу на прибыль».

7. В новой версии «1С:Бухгалтерия 8.0» расширены возможности настройки типовых операций – средства группового ввода часто используемых бухгалтерских проводок. Этот простой, но эффективный инструмент автоматизации теперь может легко и быстро настраиваться пользователем.

8. Реализован аналитический учет по местам хранения: количественный и количественно-суммовой.

9. Реализован развитый учет торговых операций, включая оптовую, комиссионную и розничную торговлю, что немаловажно для торговых организаций потребительской кооперации. Порядок учета комиссионной торговли выстроен с минимальным набором отличий от оптовой или розничной торговли, что облегчает его освоение для пользователя.

10. Все операции по оптовой и комиссионной торговле учитываются в разрезе договоров с покупателями и поставщиками. Способ ведения расчетов определяется отдельно для каждого договора. При оформлении документов на поступление и реализацию можно использовать как общие цены для всех контрагентов, так и индивидуальные для конкретного договора. При продаже товаров выписываются счета на оплату, оформляются накладные и счета-фактуры. Для импортных товаров учитываются данные о стране происхождения и номере грузовой таможенной декларации.

В целом, «1С: Бухгалтерия 8» отличается удобство работы и легкость освоения программы, а также оптимизация средств сервиса и контроля: чтобы свести к минимуму ошибки и неточности при ведении бухгалтерского и налогового учета был реализован ряд новых контрольных и сервисных функций:

– Режим проверки соотношений показателей налоговых деклараций позволяет выявить методические и арифметические ошибки при составлении отчетов. При этом контролируется взаимная увязка данных как между разделами одной отчетной формы, так и между различными формами отчетности.

– Экспресс-проверка ведения учета обеспечивает анализ данных на соответствие заложенной в программе методологии учета и законодательству, помогает выявить ошибки в ведении учета и возможные причины возникновения, а также предлагает способы их исправления.

Не менее важным фактором является повышенное удобство и комфортность работы. Хорошая эргономика и удобный интерфейс делают работу с программой простой и комфортной как для опытных, так и для начинающих пользователей. При этом программа может быть настроена в соответствии с индивидуальными предпочтениями каждого пользователя: бухгалтер может по своему выбору настроить содержание документов, справочников, стандартные и регламентированные отчеты, последовательность колонок в отчете, правила сортировки с учетом особенностей хозяйственной деятельности предприятия.

Изменения в законодательной и нормативной базе бухгалтерского учета требует пересмотра типовой конфигурации и приведения ее в соответствии с изменившимися условиями. Типовые конфигурации постоянно поддерживаются фирмой «1С», что выражается в периодическом выпуске новых релизов конфигураций, содержащих различные обновления и доработки.

Таким образом, конфигурация «1С:Бухгалтерия 8.1», сочетая в себе традиционный для системы программ «1С:Предприятие» высокий уровень автоматизации бухгалтерского и налогового учета и подготовки регламентированной отчетности, и возможности новой программной платформы, обеспечивает решение всех задач, стоящих перед бухгалтерской службой предприятия. Это полностью готовое решение для ведения учета и не требует дополнительных усилий для освоения по сравнению с предыдущей редакцией. Конфигурация является универсальной и поддерживает любые виды деятельности – от оптовой и розничной торговли до производства и оказания услуг.

Особо следует отметить использование системы «1С:Предприятие 8.1» для управления торговлей. В декабре 2007 г. фирмой выпущена специальная конфигурация «Управление торговлей», которая успешно внедряется на предприятиях различного

масштаба в различных областях деятельности, начиная от мелких предприятий до крупных. В начале 2008 г. выпущена пилотная версия конфигурации «Управление розничной торговлей», предназначенная для небольших розничных магазинов.

Рассмотрим основные возможности системы «Управление торговлей» на примере отделов оптовой и розничной продажи.

Основной задачей **отдела оптовой продажи** является привлечение новых клиентов. Одним из способов привлечения является система скидок: по дисконтным картам и бонусам. В программе реализованы алгоритмы фиксированных и накопительных скидок. При использовании накопительных дисконтных карт система обеспечивает следующие операции:

– Автоматическое изменение процента скидки. При покупке с использованием дисконтной карты после достижения определенного порога суммы продажи автоматически изменяется процент скидки и клиент получает более крупную скидку;

– Замена дисконтной карты. При достижении определенного порога суммы продажи, программа сообщает о возможности замены данной дисконтной карты на более выгодную – с более высоким процентом скидки, клиенту выдается новая карта.

Скидки могут быть установлены не на все, а на определенные группы товаров. При этом система формирует отчет «Продажи по дисконтным картам», в котором детально расписаны сведения о предоставленных скидках.

При использовании бонусных скидок в системе содержится информация о товарах, покупка которых сопровождается бонусом, и при оформлении покупки автоматически выполняется эта операция. Контроль над выданными бонусами производится по отчету «Предоставленные скидки».

Работа с клиентами включает две схемы: продажа по предоплате и торговля в кредит. Первая схема используется в случае, если фирма имеет дело с новым клиентом. Вторая – с постоянными покупателями.

При предоплате используется следующая схема работы с клиентом: после получения оплаты (100 %) менеджер по продажам передаст информацию оператору по сборке заказа о разрешении на выполнение заказа, тот собирает заказ и отправляет

ет сообщение менеджеру по продажам, что товар готов к отгрузке, он оформляет необходимые первичные документы, на основании которых кладовщик отпускает их со склада. Система поддерживает все перечисленные этапы:

- производится занесение информации о клиенте (после ввода основных сведений система автоматически создает договор с параметрами взаиморасчетов, принятыми для данного клиента);

- регистрируется заказ клиента и резервирование товаров на складе (с контролем оплаты по каждой накладной);

- выполняется сборка заказа. Сборка использует сведения, хранящиеся в системе о распределении товаров по местам хранения (стеллаж, полка, ячейка и т.п.) и для кладовщика заказ распечатывается с указанием адресов и мест хранения, что существенно облегчает поиск товаров;

- с помощью сканера штрих-кодов товаров проверяется правильность сбора заказа и передача его в отдел доставки;

- оформляется отгрузка. Распечатываются документы (товарная накладная, счет-фактура и др.), их можно получить автоматически на основании данных заказа в пакетном режиме, воспользовавшись режимом «оформление реализации». Существует режим «быстрая продажа», который позволяет настроить список выводимых для печати документов (выбрать из перечня: накладная по форме ТОРГ-12, счет-фактура, приходный кассовый ордер и др.).

При работе с постоянными клиентами на условиях **продажи в кредит** особое значение имеет контроль взаиморасчетов. В системе предусмотрен учет ведения взаиморасчетов по отдельным заказам, документам, договору в целом. Для этого оператор может указать прямую связь между документами, влияющими на расчеты, например, между документами отгрузки и оплаты. Тогда после поступления оплаты в документах отгрузки происходит автоматическое указание, что оплата произведена с заполнением реквизитов платежных документов, по которым она поступила. Имеется возможность отслеживания взаиморасчетов в рамках договоров в разрезе расчетных документов согласно кредитной линии, зарегистрированной в системе для данного клиента. Кредитная линия уста-

навливает допустимую сумму задолженности и срок погашения задолженности. Все сведения о кредитных линиях содержатся в отчете «Контроль кредитных линий», который можно детализировать по отдельному (группе) контрагенту(ов), договорам, расчетным документам и т.п. Для сверки взаиморасчетов имеется специальный документ «Акт сверки взаиморасчетов».

В отделе розничной торговли в качестве основной задачи можно выделить учет товара в розничных ценах (с возможностью отслеживать цены поставщика). Он предполагает процесс ценообразования: расчет розничных цен для всех товаров (номенклатурных единиц, групп и т.д.). В системе используется следующая схема работы.

Товар поступает на розничный склад (напрямую от поставщика или путем перемещения с оптового склада). Устанавливаются те розничные цены, по которым товар должен быть продан. Для этой цели используется специализированный документ «Переоценка товаров в рознице». Расчет цен производится на основании данных отдела маркетинга или уполномоченного лица (подразделения) в соответствии заданным вариантом расчета (наценки внутри ценовой группы товаров, дискретные цены, скидки, бонусы и т.п.). Продажа и оценка остатков товаров ведутся по установленным розничным ценам. Анализ информации о продажах ведется на основании разнообразных системных отчетов, которые позволяют оценить остатки товаров в розничных ценах, сравнить розничную выручку от продажи в разных торговых залах и точках и т.п.

Оплата товаров может включать все виды: наличную, платежными картами, оплату в кредит.

В системе реализовано взаимодействие между конфигурацией «Управление торговлей» и «1С: Бухгалтерия 8.1». Все данные о движении товаров, продажах циркулируют практически в одной базе, к которой имеют доступ и менеджеры, и бухгалтера. Обмен данными производится в автоматическом режиме, периодически передаются только изменения. Все документы, переданные в модуль «1С: Бухгалтерия 8.1», автоматически проводятся, в результате формируются данные на счетах бухгалтерского учета с последующим отраже-

нием торговых операций в бухгалтерской и налоговой отчетности.

Существенным достоинством системы является поддержка разных систем налогообложения:

– Общая система налогообложения (в соответствии с гл.25 НК РФ);

– Упрощенная система налогообложения (в соответствии с гл.26.2 НК РФ);

– Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности (в соответствии с гл.26.3 НК РФ).

Все перечисленные выше функциональные возможности системы «1С: Предприятие» позволили ей занять лидирующее положение на рынке бухгалтерских систем (более 60%). Её основные характеристики позволяют говорить о ней, как о системе, наиболее соответствующей требованиям организаций потребительской кооперации, среди всех тиражируемых продуктов. Использование системы «1С: Предприятие» позволит решить большинство проблем учёта и контроля, стоящих перед организациями кооперативного сектора экономики.

ЛИТЕРАТУРА:

- 1) *Патрушина С.М.* Информационные системы в бухгалтерском учёте. Учебное пособие. – Ростов н/Д, 2003. – 368 с.
- 2) *Подольский В.И.* Информационные системы бухгалтерского учёта: учебник для студентов вузов / Подольский В.И., Уривцов А.И., Щербаков П.С. – М., 2005. – 255 с.
- 3) *Шуремов Е.Л., Улюова Э.А.* Автоматизированные информационные системы бухгалтерского учёта, анализа, аудита. Учебное пособие. – М., 2001. – 363 с.
- 4) *Фёдорова Г.В.* Информационные технологии бухгалтерского учёта, анализа и аудита: учебное пособие. – М., 2006. – 303 с.
- 5) *Кузнецова Е.В., Сотникова Л.В.* Аудит системы внутреннего контроля в среде компьютерной обработки данных. Практическое пособие. – М., 2004. – 112 с.

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

© 2008 И.С. Санду, Е.А. Маслов*

Рассматриваются вопросы инвестирования инновационных проектов, требуемых выработки особых подходов к оценке их эффективности.

Развитие наукоемких производств не возможно без серьезных финансовых вложений, которые, как показывает опыт развития многих зарубежных фирм, являются наиболее прибыльным видом инвестиций. Но привлечение инвестиций на развитие научных исследований требует разработки особых методов оценки их эффективности. Следовательно, разработка схемы и механизма определения экономической эффективности инновационной деятельности является важной задачей, которая требует отдельного решения.

В настоящее время при оценке эффективности инновационных проектов (далее ИП) руководствуются «Методическими рекомендациями по оценке эффективности инвестиционных проектов». Однако, они не в полной мере подходят для оценки эффективности инноваций. Это обусловлено тем, что в создании и использовании инноваций, как правило, задействован более широкий круг участников по сравнению с инвестиционным проектом. В инновационном процессе участвуют инвесторы, научно-исследовательские, опытно-конструкторские, проектные организации, заводы-изготовители новой продукции и ее потребители. В осуществлении ИП заинтересованы финансирующие его инвесторы и предприятия, занимающиеся реализацией проекта.

Период, в пределах которого осуществляются единовременные затраты и обеспечиваются доходы, обусловленные созданием (научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими работами), производством и эксплуатацией нововведений, во

многих случаях занимает значительно больший промежуток времени, чем соответствующий период реализации (создания и эксплуатации) ИП. Особенно это проявляется при внедрении новых конструктивных материалов, сельхозмашин и т. п.

Наряду с этим реализация нововведений имеет конечной целью достижение лучших результатов в сравнении с аналогом.

Цена на новую продукцию должна найти признание у потребителя, в то время как цена на продукцию, выпуск которой предусмотрен инвестиционным проектом, уже получила свое подтверждение на рынке.

Воздействие перечисленных факторов обуславливает особенности определения экономической эффективности инноваций. Эти особенности должны состоять в следующем.

1. При оценке эффективности инноваций необходимо учитывать не только общую массу дохода (полезного результата), который возможно получить за весь срок полезного использования нововведения, но и его прирост в сравнении с аналогом. Выполнение этого требования означает, что при технико-экономическом обосновании выбора наилучшего варианта инноваций следует исходить как из теории сравнительной оценки эффективности, так и из теории абсолютной эффективности. Базируясь на теории сравнительной эффективности, отбирают наилучший вариант из числа возможных, а затем производят расчет оценочных показателей абсолютной эффективности инноваций. Сравнительная оценка эффективности нововведения необходима не только для отбора наилучшего варианта из числа возможных, но и для определения его вли-

С а н д у Иван Степанович – доктор экономических наук, профессор, декан факультета бухгалтерского учета и прикладной информатики Российского университета кооперации.

М а с л о в Евгений Александрович – аспирант кафедры экономики кооперации и предпринимательства Российского университета кооперации.

яния на экономические показатели хозяйственной деятельности предприятия.

2. При оценке эффективности инноваций рекомендуется различать: расчетный год внедрения, первый год после окончания нормативного срока освоения нововведения, начальный год срока полезного использования инноваций, срок полезного использования нововведения, последний год срока полезного использования инноваций.

В качестве расчетного года принимается второй или третий календарный год серийного выпуска новой продукции или второй год использования новой технологии, новых методов организации управления, производства, труда.

В качестве начального года срока полезного использования ИП принимается год начала финансирования работ по его реализации. Такой подход не всегда приемлем для оценки эффективности нововведения, потому что единовременные затраты на его реализацию могут осуществляться в течение многих лет. При этом одновременно может получаться полезный результат, например, при крупномасштабных инновационных проектах и участии в их реализации заинтересованных государственных и коммерческих структур.

Исходя из этого, при оценке эффективности инноваций все затраты (текущие и единовременные), а также результаты приводятся к расчетному году при помощи как коэффициентов дисконтирования, так и коэффициентов наращивания.

3. При оценке эффективности инноваций отбор наилучшего проекта производится с учетом существенно большего числа факторов, чем при отборе инвестиционного проекта:

- на этапе формирования портфеля НИОКР, при принятии решения о постановке на производство нововведения – показатели лучшей техники, спроектированной в России или за рубежом, которая может быть закуплена в необходимом количестве или разработана и произведена на основе лицензий в России. В случае отсутствия аналогов для сравнения и невозможности использования данных о зарубежных аналогах в качестве базы для сравнения принимаются показатели лучшей техники, производимой в России;

- на этапе формирования планов по освоению нововведения – показатели заменяемой техники (аналога):

- на этапе технико-экономического обоснования выбора лучшего варианта дол-

жен соблюдаться как государственный подход, так и подход, учитывающий интересы производителей и инвесторов, что в свою очередь предполагает:

- оценку эффективности с учетом сопутствующих позитивных и негативных результатов в других сферах народного хозяйства, включая социальную, экологическую и внешнеэкономическую сферы;

- проведение расчетов экономической эффективности по всему циклу разработки и реализации инноваций, включая НИ-ОКР, освоение, серийное производство, а также период ее использования;

- применение в расчете системы экономических нормативов (затрат, налогообложения, платы за землю, отчислений единого социального налога и страхования профессиональных рисков; правил и нормативных расчетов с банками за кредиты; нормативов пересчета валютной выручки);

- расчет показателей эффективности, отражающих влияние инноваций на государственный интерес (через систему налогов), интересы производителя и потребителя.

- оценка эффективности инноваций оценивается на теоретическом уровне как сравнительной, так и абсолютной эффективности капитальных вложений. Для этого необходим одновременный расчет уровней и приростных показателей эффективности нововведения. Причем прирост эффективности определяется как в сравнении с аналогом, так и с уровнем эффективности, достигнутым предприятием в период, предшествующий реализации инновации.

4. Метод оценки эффективности инноваций должен базироваться на системе оценочных показателей, учитывающих государственные интересы, интересы создателей, производителей, потребителей и бюджета.

5. Методы оценки эффективности нововведений должны включать показатели, отражающие интегральный (общий) эффект от создания, производства и эксплуатации нововведений. Такой подход позволяет не только дать обобщающую (комплексную) оценку эффективности нововведения, но и определить вклад каждого из участников инвестиционной деятельности в эту эффективность.

6. Для оценки эффективности нововведений целесообразно применять не только методы дисконтирования, но и методы компаундинга и аннуитета. В этом случае появляется возможность рассчитать экономический эффект по каждому году полезного использования нововведения и в большей степени увязать показатели эффективности с

реальными хозяйственными процессами, которые будут происходить в экономике.

7. Достижение конечного результата инновационного процесса связано с более высокими рисками по сравнению с осуществлением инвестиционного проекта. Следовательно, инвестор, как правило, предъявляет более высокие требования к его эффективности. Учет этих требований может быть отражен в расчетах путем соответствующего увеличения нормы дисконта – включения в нее нормы премии за риск.

Наиболее известный метод установления премии за риск – пофакторный. Его суть состоит в классификации повышенных факторов риска инноваций и оценка каждого из них в процентах к безрисковой норме дисконта. Считается, что каждый фактор увеличивает безрисковую норму дисконта на определенную величину. Общая премия (дополнительная норма дисконта, включающая поправку на риск), рассчитывается путем сложения премий, ус-

тановленных по каждому фактору в отдельности, и умножения полученного результата на безрисковую норму дисконта.

8. При оценке эффективности нововведений следует исходить из возможности использования двух норм дохода на капитал. Одну из них целесообразно использовать для приведения единовременных затрат к расчетному году. По своему значению она должна соответствовать норме прибыли, которую гарантирует банк собственнику денежных средств, положенных на депозитный счет. Вторая норма дохода на капитал используется для согласования интересов инвесторов и производителей нововведения.

С учетом вышесказанного, для оценки эффективности инноваций должна использоваться система показателей, отражающих конечные результаты реализации, а также соотношение результатов и затрат, обусловленных разработкой, производством и эксплуатацией инновационного продукта.

Факторы риска и неопределенности инновационного проекта

| № п/п | Факторы и их градация | Прирост премии за риск, % |
|-------|--|---------------------------|
| 1. | Необходимость проведения НИОКР (с неизвестными заранее результатами) силами специализированных научно-исследовательских и (или) проектных организаций: | |
| 1. 1. | Продолжительность НИОКР менее 1 года | 3 – 6 |
| 1. 2. | Продолжительность НИОКР свыше 1 года, выполняется силами одной специализированной организации | 7 – 15 |
| 1. 3. | Продолжительность НИОКР свыше 1 года, она носит комплексный характер и выполняется силами нескольких специализированных организаций | 11 – 20 |
| 2. | Характеристика применяемой технологии: | |
| 2. 1. | - традиционная | 0 |
| 2. 2. | - новая, требующая применения ресурсов, имеющихся на свободном рынке | 2 – 4 |
| 2. 3. | - новая, требующая в отличие от существующей применения монополизированных ресурсов | 5 – 10 |
| 2. 4. | - новая, исключая в отличие от существующей применение монополизированных ресурсов | 1 – 3 |
| 3. 1. | Неопределенность объемов спроса и цен на производимую продукцию – существующую | 0 – 5 |
| 3. 2. | Неопределенность объемов спроса и цен на производимую продукцию – новую | 5 – 10 |
| 4. | Нестабильность (цикличность) спроса на продукцию | 0 – 3 |
| 5. | Неопределенность внешней среды при реализации проекта (климатические и иные природные условия, агрессивность внешней среды и т. п.) | 0 – 5 |
| 6. | Неопределенность процесса освоения применяемой техники или технологии | 0 – 3 |

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И ПРИНЦИПЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МИКРОКРЕДИТОВАНИЯ МУХАММАДА ЮНУСА

© 2008 М.В. Жариков*

Анализируется система кредитного обслуживания, ориентированная на бедных сельских жителей. Система микрокредитования проф. Мухаммада Юнуса базируется на принципе, в соответствии с которым бедные обладают опытом и навыками, но они не находят применения либо используются в недостаточной степени.

История Грамин-Банка (Grameen Bank) началась в 1976 году, когда профессор Читтагонгского университета Мухаммад Юнус, руководитель Экономической программы села, разработал исследовательский проект для установления возможности формирования системы кредитного обслуживания, ориентированной на бедных сельских жителей. Проект Grameen Bank (на языке бангла «Грамеен» означает «сельский», «деревенский») первоначально преследовал следующие цели:

1) расширить сферу предоставления банковских услуг, ориентируясь на бедных представителей села;

2) ликвидировать эксплуатацию ростовщиками бедного населения;

3) создать возможности для занятости огромного количества безработных в селах Республики Бангладеш;

4) изменить устаревшую модель экономической деятельности «низкий доход – низкий уровень сбережений – низкий уровень инвестиций» на модель «низкий доход – обеспечение кредитом – инвестирование – более высокий уровень дохода – более высокий уровень сбережений – более высокий уровень инвестиций – ещё более высокий доход».

Действие исследовательского проекта продемонстрировало свою эффектив-

ность в Джобре (деревне неподалёку от Читтагонгского университета) и некоторых близлежащих деревнях в течение 1976–1979 гг. Финансовая поддержка центрального банка страны и национализированных коммерческих банков способствовала в 1979 г. расширению проекта на территорию Тангейл (район, расположенный на севере Дакки, столицы Республики Бангладеш). После успеха в Тангейле проект был распространён на несколько других районов страны. В октябре 1983 г. на законодательном уровне Проект Grameen Bank был преобразован в независимый банк. В настоящее время Grameen Bank принадлежит сельским беднякам, которых он обслуживает. Заёмщикам этого банка принадлежит 90% его акций, остальные 10% являются собственностью государства¹.

С целью укрепления деятельности Grameen Bank потребовалась разработка национальной идеи на селе, предполагающей воспитание его жителей, которое базируется на «шестнадцати принципах»²:

1) мы должны следовать четырём установкам Grameen Bank: Дисциплина – Единство – Мужество – Трудолюбие во всех сферах нашей жизни;

2) мы должны принести в нашу семью процветание;

3) мы не будем жить в полуразрушенных домах: мы должны отремонтировать

Ж а р и к о в Михаил Вячеславович – аспирант кафедры мировой экономики Российского университета кооперации.

наши дома и работать на строительство новых домов в кратчайшие сроки;

4) мы должны выращивать овощи круглый год; мы будем есть большое их количество и продавать излишки;

5) на протяжении сезонов посадки мы должны осуществлять как можно больше посевов;

6) мы должны планировать семьи с малой численностью; мы должны минимизировать наши расходы; мы должны следить за нашим здоровьем;

7) мы должны давать нашим детям образование и добиваться того, чтобы они могли зарабатывать деньги для платы за своё образование;

8) мы всегда должны содержать наших детей и окружающую среду в чистоте;

9) мы должны строить и пользоваться туалетами;

10) мы должны пить воду из колодцев; а если ключевая вода недоступна, мы должны кипятить грунтовую воду и использовать хлорирование;

11) мы не должны предоставлять приданое для наших сыновей, ровно как и приданое для наших дочерей; мы не должны допускать браки между несовершеннолетними детьми;

12) мы не должны совершать несправедливость по отношению к кому-либо, ровно как мы не допустим совершение подобных действий со стороны других людей;

13) мы должны коллективно осуществлять больше инвестиций для получения больших доходов;

14) мы всегда должны быть готовы помогать друг другу; если кто-то попадает в трудную ситуацию, мы все должны помогать ему или ей;

15) если мы узнаём, что в некотором кругу людей произошло нарушение дисциплины, мы все должны пойти туда и помочь восстановить дисциплину;

16) мы должны принимать коллективное участие во всех социальных видах деятельности.

Категории «микрокредит»³ не было в обращении до семидесятых годов. В настоящее время она стала часто употребляемой среди практиков стратегий развития. С течением времени под этой категорией стали понимать широкий спектр видов кредито-

вания. Некоторые используют термин «микрокредит», имея в виду сельскохозяйственный, сельский, кооперативный или потребительский кредит, кредит от сберегательных и ссудных ассоциаций, кредитных союзов, ростовщиков. Когда говорят, что микрокредит имеет тысячелетнюю историю или столетнюю историю, никто не считает это сенсационной исторической информацией.

По мнению Мохаммада Юнуса, такая ситуация создаёт полное непонимание понятия микрокредит. В связи с этим он предлагает дать названия различным типам микрокредита для того, чтобы пояснить, о каком микрокредите идёт речь в практике Grameen Bank. Предлагается следующая широкая классификация видов микрокредита⁴:

1) традиционный неформальный микрокредит (например, ростовщический кредит, ломбардный кредит, займы у друзей и родственников, потребительский кредит на неформальном рынке);

2) микрокредит, основанный на традиционных неформальных группах (например, мелкие однородные группы заёмщиков);

3) микрокредит, предоставляемый для осуществления определённых видов деятельности традиционными или специализированными банками (например, сельскохозяйственный кредит, животноводческий кредит, рыболовный кредит и т.д.);

4) сельский кредит, предоставляемый специализированными банками;

5) кооперативный микрокредит (кооперативный кредит, кредитное объединение, сберегательные и ссудные ассоциации, сберегательные банки и т.д.);

6) потребительский микрокредит;

7) партнёрство банка и негосударственной организации, основанное на микрокредите;

8) Грамин-кредит, т.е. тип микрокредита, предоставляемый банком Grameen;

9) другие типы микрокредита негосударственных организаций;

10) другие типы беззалогового микрокредита, не относящегося к негосударственным организациям.

Под термином «микрокредит» Мохаммад Юнус понимает тип микрокредита, предоставляемого банком Grameen. Методология Банка Grameen почти полнос-

тью противоположна методологии традиционной банковской деятельности. Традиционный банк основан на принципе, в соответствии с которым чем больше средств вы имеете, тем больше вы можете получить. Другими словами, если у вас мало средств или вообще их нет, то вы ничего не получите. В результате более половины населения мира лишены финансовых услуг традиционных банков⁵. Отличительные черты Грамин-кредита:

1) он придаёт кредиту статус права человека и основан на системе, в которой человек, не имеющий ничего, получает высший приоритет при предоставлении займа; методология Grameen не базируется на оценке материальных ценностей человека – она основана на потенциале человека; Grameen полагает, что все люди, включая самых бедных, обладают неограниченным потенциалом; традиционные банки занимаются оценкой того, чем обладает человек – Grameen Bank отслеживает потенциал, который ожидает момента, чтобы раскрыться в человеке;

2) его целью является помощь бедным семьям, которые сами смогут помочь себе выйти из состояния бедности; он нацелен на бедных, в особенности бедных женщин; традиционные банки принадлежат богатым мужчинам – Grameen Bank принадлежит бедным женщинам; 97% заёмщиков⁶ Grameen Bank представлены женщинами; Grameen Bank работает над повышением статуса бедных женщин в их семьях посредством передачи им собственности в виде активов; Grameen Bank добивается того, чтобы собственность на дома, построенные с помощью его кредитов, закреплялась за заёмщиками, т.е. женщинами;

3) наиболее яркой отличительной чертой Грамин-кредита является то, что он не предполагает внесения залога и не основан на юридически подтверждаемых контрактах; он основан на доверии, а не на юридических процедурах и правовой системе; судебные учреждения при возникновении конфликтной ситуации не могут принудить клиента к выплате займа, если к сроку погашения займа у него нет средств, в отличие от традиционной банковской системы, в которой такие конфликты регламентируют арбитражные суды; методология Grameen Bank позволяет таким заёмщикам

отложить срок выплаты кредита, не заставляя их чувствовать, что они поступают неправильно; в случае смерти заёмщика система Grameen не требует от её семьи погашения задолженности, поскольку создана специальная встроенная автоматическая страховая программа, на основе которой возмещается весь непоплаченный долг с процентом, и никакая ответственность на семью не перекладывается;

4) Грамин-кредит предоставляется для создания собственной занятости (самозанятости) для осуществления деятельности, которая приносит доход, и обеспечения бедных жильём в противоположность его использованию на потребление товаров;

5) Грамин-кредит был инициирован в противоположность традиционному банковскому кредиту, в котором отказывают бедному населению, классифицируя его представителей в качестве «некредитоспособных»; в результате он отверг основополагающую методологию традиционного банковского кредита и создал свою собственную методологию;

6) филиалы Grameen Bank располагаются в сельской местности, в отличие от традиционных банков, которые размещают свои филиалы как можно ближе к бизнес-районам и урбанизированным центрам; Grameen Bank обслуживает бедняков на месте их проживания, основываясь на принципе, что людям не нужно идти в банк, а банк должен идти к людям; Grameen Bank имеет 2499 филиалов; персонал Grameen банка насчитывает 25211 работников, которые обслуживают 7,34 миллионов заёмщиков в 81334 деревнях, расположенных на всей территории Бангладеша⁷;

7) чтобы получить ссуду, заёмщик должен вступить в группу заёмщиков;

8) займы можно получать в продолжительной последовательности; новый займ становится доступным для заёмщика, если он погасил предыдущую ссуду;

9) все ссуды должны выплачиваться частями (каждую неделю или каждые две недели);

10) заёмщик может получить одновременно более одной ссуды;

11) Грамин-кредит предполагает для заёмщиков и обязательную, и добровольную программы сбережений;

12) обычно эти ссуды выдаются некоммерческими организациями или институтами, первоначально принадлежащими заёмщикам; если кредит предоставляется коммерческими институтами, не принадлежащими заёмщикам, делаются попытки удержать ставку процента на уровне, близком к значению, при котором не нарушается стабильность программы, вместо обеспечения инвесторам привлекательной прибыли; традиционным правилом Грамин-кредита является политика удержания ставки процента на уровне, близком к рыночной ставке, которая действует в секторе коммерческих банков, не подрывая способности Грамин-кредита к самодостаточности; при установлении процентной ставки рыночная процентная ставка берётся в качестве ориентировочной ставки, нежели в качестве ставки кредитования; охват бедняков – его непосредственная миссия; достижение сбалансированности – это директивная цель; Грамин-кредит должен достичь сбалансированности как можно быстрее, чтобы сфера его охвата расширялась без финансовых ограничений; Правительство Республики Бангладеш устанавливает фиксированную процентную ставку по государственным микрокредитам в размере 11%, которая достигает 22% на убывающей основе; процентная ставка Grameen Bank ниже государственной; существует четыре вида процентных ставок по Грамин-кредитам: 20% (на убывающей основе) по кредитам на формирование доходов, 8% по кредитам на строительство жилья, 5% по кредитам на обучение студентов и 0% по кредитам для лиц, занимающихся попрошайничеством⁸; все процентные ставки рассчитываются на основе убывающего базисного метода; это означает, если заёмщик берёт кредит в размере 1000 така (на 1000 така, т.е. базовая сумма плюс 10% к ⁹;

13) Грамин-кредит устанавливает высокий приоритет при создании социального капитала; этому способствует: а) формирование групп и центров по управлению кредитными средствами на селе; б) повышение качества лидерства посредством ежегодных выборов лидеров групп; в) выборы

членов совета директоров в случае, если кредитный институт принадлежит заёмщикам; для развития социальной программы, направленной на заёмщиков, Грамин-кредит предполагает процесс интенсивного обсуждения возникающих в среде заёмщиков проблем и стимулирует решать их с помощью строгого следования «шестнадцати принципам» Grameen Bank; Грамин-кредит делает особый акцент на формирование человеческого капитала и защиту окружающей среды; он отслеживает процесс получения образования детьми, предоставляет стипендии и студенческие займы для получения высшего образования; к февралю 2008 г. 51762 студента получили стипендии на общую сумму в 870000 USD, в течение 2008 г. 26000 студентов получают в качестве стипендий 700000 USD¹⁰; к февралю 2008 г. кредиты на высшее образование были предоставлены 21952 студентам, из которых учатся: 20641 – в различных университетах; 252 – в медицинских школах, 432 – на инженеров, 627 – в других профессиональных институтах¹¹; с целью формирования человеческого капитала Грамин-кредит делает попытки по обеспечению людей технологическими достижениями, например, мобильными телефонами, солнечной энергией и по замене выработки физической энергии механической.

Для реализации работы Grameen Bank на селе была создана особая система кредитного обслуживания, которая так же, как и Грамин-кредит, обладает рядом специфических черт и принципов организации¹²:

1. Особое внимание Банка Grameen уделяется группе самых бедных людей села. Данная ориентация обеспечивается:

а) чётким выделением соответствующих критериев при выборе целевой клиентуры и принятием практических мер по поиску лиц, жизненный уровень которых не удовлетворяет этим критериям;

б) при доставке кредита до клиента приоритет отдаётся женщинам;

в) система кредитования направлена на достижение разнообразных социально-экономических потребностей бедняков.

2. Заёмщики организуются в небольшие однородные группы. При этом предыдущие три критерия способствуют развитию солидарности в рамках социальных

групп, а также взаимодействию всех субъектов этих групп. Фундаментом системы Банка Grameen стала организация первичных групп, состоящих из пяти членов, и превращение их в центры Банка на местах. С самого начала деятельности Банка Grameen акцент делался на организационное укрепление клиентуры Банка, для того чтобы клиенты Банка могли приобрести способность планировать свою деятельность на селе и реализовывать решения для развития на микроуровне. Центры Банка на местах функционально связаны с Grameen Bank, сотрудники которого должны присутствовать на заседаниях этих центров каждую неделю.

3. Устанавливаются специальные условия кредитования, которые в особенности подходят бедному населению. Данные условия включают:

а) очень маленькие займы, выдаваемые без залога;

б) займы выплачиваются еженедельными платежами, распределяемыми на целый год;

в) право на получение последующего займа зависит от выплаты первого;

г) субъект самостоятельно выбирает виды деятельности, которые быстро приносят доход и обеспечивают занятость опыта и навыков, которыми заёмщик уже обладает;

д) полный контроль за кредитом осуществляется группой заёмщиков, а также персоналом банка;

е) особое внимание уделяется кредитной дисциплине и коллективной ответственности заёмщиков;

ж) минимизация рисков, с которыми сталкивается бедное население, осуществляется за счёт принудительного и добровольного сбережения;

з) транспарентность во всех банковских транзакциях, большая часть из которых осуществляется на заседаниях Центров Grameen Bank на местах.

4. Одновременно в действие вводится программа социального развития, направленная на удовлетворение базовых потребностей клиентов. Это отражается в «шестнадцати принципах», принятых заёмщиками Грэм-кредита, и способствует:

а) повышение социальной и политической активности образуемых групп;

б) сосредоточению на женщинах из самых бедных домохозяйств, выживание которых имеет огромное значение для развития семьи;

в) проведению мониторинга по координации проектов социальной инфраструктуры: жилищные, санитарные условия, питьевая вода, образование, планирование семьи и т.д.

5. Формирование и развитие организационных и управленческих систем, способных направлять кредитные ресурсы на целевых клиентов. Данная система постепенно эволюционирует посредством процесса структурного обучения, который предполагает поиск и анализ допущенных ошибок и постоянные поправки и дополнения. Главное требование для работы системы – это специальное обучение, необходимое для организации высоко мотивированного персонала сотрудников, в результате которого происходит постепенная децентрализация процесса принятия решений и осуществляется делегирование административных функций на местные уровни кредитных учреждений.

6. Расширение портфельного кредитования для удовлетворения разнообразных потребностей бедного населения. Как только универсальная кредитная программа достигает высшей точки развития и заёмщики начинают подчиняться кредитной дисциплине, внедряются другие программы кредитования для удовлетворения растущих социально-экономических потребностей развития клиентов. Кроме жилищных условий, такие программы включают:

а) кредит для строительства канализационной инфраструктуры;

б) кредит для строительства колодезев, которые поставляют питьевую воду и служат для ирригации сельскохозяйственных угодий;

в) кредит на сезонную посадку сельскохозяйственных культур;

г) кредит на лизинг оборудования;

д) проекты финансирования, предпринимаемые семьёй сезонного заёмщика.

Работа Grameen Bank организуется следующим образом. Открывается филиал банка во главе с менеджером, в подчинении которого находятся менеджеры центров банка на местах. Этот филиал обслуживает территорию, на которой рас-

положено от 15 до 22 деревень. Менеджер и его подчинённые начинают работу с посещения деревень, чтобы познакомиться с местными жителями и идентифицировать потенциальную группу клиентов, а также они объясняют сельским жителям цель, функции и принципы функционирования банка. Формируются группы из пяти потенциальных заёмщиков. На первом этапе только двое из них получают право на пользование займом. Наблюдения за группой осуществляются в течение месяца, когда выясняется, могут ли её члены следовать правилам банка. Только когда первые два заёмщика начинают выплачивать базовую сумму плюс процент по прошествии шести недель, право на получение займов гарантируется остальным членам этой группы. Вследствие таких ограничений в рамках группы возникает серьёзное напряжение, которое заставляет первых двух субъектов формировать положительную кредитную историю. В этом смысле коллективная ответственность группы служит в качестве поручительства или залога при предоставлении кредита.

Осуществление контроля за выдаваемыми кредитными ресурсами производится с помощью особого метода реагирования Grameen Bank. Метод реагирования базируется на следующих десяти принципах¹³:

1) начинать необходимо с проблемы, а не с её решения: кредитная система должна быть основана на анализе фактического состояния социального развития на селе, а не на установленных заранее стандартах банковского контроля;

2) установление прогрессивных взаимоотношений: развитие – это долгосрочный процесс, который зависит от настроения и чувства причастности экономических субъектов к общему делу;

3) необходимо добиться того, чтобы кредитная система служила бедному населению, а не наоборот;

4) приоритеты осуществления конкретных видов деятельности устанавливаются в зависимости от целевой группы клиентов: в первую очередь кредитные ресурсы предоставляются самым бедным жителям, которые не имеют доступа к финансовым средствам;

5) с самого начала необходимо ограничивать предоставление кредитов, целью которых является накопление доходов, поскольку эту цель преследует большинство бедных жителей; необходимо создать условия, чтобы заёмщик выплачивал займные средства;

6) необходимо делать упор на солидарность небольших неформальных групп, которые состоят из кооперирующихся друг с другом членов, имеющих одно и то же социальное происхождение и доверяющие друг другу;

7) связь между сбережениями и кредитом должна быть такой, чтобы сбережения не обязательно служили правом, по которому предоставляются кредиты;

8) необходимо комбинировать детальный мониторинг заёмщиков с процедурами, которые являются как можно более простыми и стандартизированными;

9) необходимо делать всё возможное, чтобы обеспечивалась сбалансированность финансовой системы;

10) необходимо инвестировать в человеческие ресурсы: обучение лидеров обеспечивает их умением пользоваться правилами деловой этики, основанной на дисциплине, творчестве, понимании и уважении к жителям сельской местности.

Таким образом, Грамин-кредит базируется на причине, в соответствии с которой бедные обладают опытом и навыками, которые не находят применения либо используются в недостаточной степени. Не недостаток опыта и навыков делает бедных людей таковыми. Грамин считает, что бедность создаётся не бедными, она создаётся институтами и политикой, которые их окружают. Для ликвидации бедности всё, что нам нужно сделать, это – внести соответствующие изменения в устройство институтов и в проводимую политику и/или создать новые институты и разработать новую политику. Грамин утверждает, что благотворительность – это не решение проблемы бедности. Она лишь способствует продолжению бедности. Она создаёт зависимость и отнимает у человека шанс вырваться за пределы бедности. Отсутствие энергии и творчества в любом человеке – это причина бедности. К 2008 г. в результате деятельности Grameen Bank уже 65% семей-

заёмщиков Грамин-кредита преодолели порог бедности¹⁴.

Грамин обеспечил кредитом бедняков, женщин, безграмотных, людей, которые глубоко верили, что они не знают, как инвестировать деньги и зарабатывать доход.

Грамин создал методологию и институт, основанные на финансовых нуждах бедных, и предоставил доступ к кредиту на разумных условиях, позволив бедным, используя имеющиеся навыки, получать больше доходов в каждом цикле займов.

Показатели функционирования и сравнительный анализ Grameen Bank

| | | 2002 г. | 2003 г. | 2004 г. | 2005 г. |
|----|--|---------|---------|---------|---------|
| | Институциональные характеристики: | | | | |
| 1 | Общая величина активов (млн USD) | 391 | 467 | 558 | 678 |
| 2 | Количество офисов | 1,332 | 1,357 | 1,525 | 1,944 |
| | Количество сотрудников | 11,699 | 11,846 | 13,038 | 16,142 |
| | Охват деятельностью: | | | | |
| 3 | Количество филиалов | 1,178 | 1,195 | 1,358 | 1,735 |
| 4 | Число членов (миллионов) | 2.48 | 3.12 | 4.06 | 5.58 |
| 5 | Число активных заёмщиков (млн) | 2.08 | 2.87 | 3.70 | 5.05 |
| 6 | Число активных заёмщиков на каждый филиал (на конец года) | 1.766 | 2.402 | 2,722 | 2,912 |
| 7 | Число кредитных менеджеров | 7,448 | 7,495 | 7,925 | 9,166 |
| 8 | Доля женщин | 95.20% | 95.44% | 95.66% | 96.27% |
| 9 | Средний кредитный баланс на одного заёмщика (USD) | 106 | 96 | 90 | 85 |
| | Кредитный портфель: | | | | |
| 10 | Величина базовой суммы выданных займов (млн USD) | 274 | 369 | 435 | 612 |
| 11 | Количество выданных займов (млн USD) | 2.13 | 3.19 | 3.81 | 5.09 |
| 12 | Валовой объем непогашенного кредита (млн USD) | 220 | 276 | 334 | 427 |
| 13 | Объем текущих (функционирующих) кредитов (млн USD) | 216 | 268 | 324 | 416 |
| 14 | Кредиты, по которым наступил срок погашения (млн USD) | 2.00 | 6.35 | 6.11 | 7.28 |
| 15 | Темп роста кредитного портфеля (%) | 1.99% | 26.48% | 24.72% | 39.66% |
| | Показатели устойчивости/прибыльности: | | | | |
| 16 | Прибыльность на вложенный капитал | 2.93% | 10.63% | 8.98% | 21.22% |
| 17 | Операционная самодостаточность | 102.00% | 111.10% | 109.88% | 115.65% |
| 18 | Финансовая самодостаточность | 99.60% | 107.88% | 105.70% | 110.40% |
| | Показатели управления активами: | | | | |
| 19 | Прибыль от валовой величины портфеля активов (номинальная) | 17.98% | 18.51% | 18.89% | 19.24% |
| 20 | Показатель затратности финансовых ресурсов | 5.19% | 6.18% | 7.15% | 7.38% |
| | Качество портфеля активов: | | | | |
| 21 | Рискованность активов портфеля | 1.77% | 2.84% | 2.94% | 2.57% |
| | Показатели производительности: | | | | |
| 22 | Производительность труда на одного менеджера по предоставлению кредита | 291 | 399 | 487 | 579 |
| 23 | Показатель операционных затрат | 11.19% | 10.52% | 9.22% | 9.87% |
| 24 | Затраты на персонал | 8.70% | 8.12% | 6.88% | 6.92% |

Продолжение таблицы

| | | | | | |
|------------------------------|---|-------|--------|--------|--------|
| 25 | Затраты на одного заёмщика (USD) | 12 | 11 | 8 | 8.27 |
| 26 | Портфель активов на одного кредитного менеджера (млн USD) | 0.031 | 0.038 | 0.044 | 0.049 |
| Финансовая структура: | | | | | |
| 27 | Показатель капиталотдачи | 9.70% | 19.30% | 16.51% | 13.41% |

Примечание: Таблица составлена на основе данных ежегодных отчётов Grameen Bank, а именно: Annual Report 2003, Annual Report 2004, Annual Report 2005 и Annual Report 2006. Годовые отчёты Grameen Bank представлены на сайте: <http://www.grameen.com/annualreport/commonElements/htmls/index.html>.

¹ A Short History of Grameen Bank: <http://www.grameen-info.org/bank/hist.html>.

² The 16 decisions of Grameen Bank: <http://www.grameen-info.org/bank/the16.html>.

³ What is Microcredit? Muhammad Yunus. February, 2008: <http://www.grameen-info.org/bank/WhatisMicrocredit.htm>.

⁴ What is Microcredit? Muhammad Yunus. February, 2008: <http://www.grameen-info.org/bank/WhatisMicrocredit.htm>.

⁵ Is Grameen Bank Different From Conventional Banks? Muhammad Yunus. February, 2008: What is Microcredit? Muhammad Yunus. February, 2008: <http://www.grameen-info.org/bank/ataglance/GBdifferent.htm>.

⁶ Is Grameen Bank Different From Conventional Banks? Muhammad Yunus. February, 2008: What is Microcredit? Muhammad Yunus. February, 2008: <http://www.grameen-info.org/bank/ataglance/GBdifferent.htm>.

⁷ Grameen Bank at a Glance. Muhammad Yunus. February, 2008: <http://www.grameen-info.org/bank/ataglance/GBglance.htm>.

⁸ Grameen Bank at a Glance. Muhammad Yunus. February, 2008: <http://www.grameen-info.org/bank/ataglance/GBglance.htm>.

⁹ Grameen Bank at a Glance. Muhammad Yunus. February, 2008: <http://www.grameen-info.org/bank/ataglance/GBglance.htm>.

¹⁰ Ibid.

¹¹ Ibid.

¹² Credit delivery system: <http://www.grameen-info.org/bank/cds.htm>.

¹³ Method of action: <http://www.grameen-info.org/bank/moa.html>.

¹⁴ Grameen Bank at a Glance. Muhammad Yunus. February, 2008: <http://www.grameen-info.org/bank/ataglance/GBglance.htm>.

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ



МОДЕЛЬ СИСТЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ СФЕРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

© 2008 С.Л. Блау, М.В.Туровец*

В статье уточнено понятие «продовольственная сфера потребительской кооперации», рассмотрен финансовый механизм ее инвестирования. Определены методические подходы к формированию системы финансовых ресурсов с учетом интересов различных групп инвесторов и направлений развития продовольственной сферы потребительской кооперации региона. Обоснована модель системы финансирования продовольственной сферы потребительской кооперации, учитывающая особенности формирования финансовых ресурсов в потребительской кооперации.

С переходом страны к рыночным условиям хозяйствования особое значение как для социально-экономического развития страны в целом, так и для деятельности потребительской кооперации приобрели инвестиции. На современном этапе развития отечественной экономики проблема привлечения инвестиций и подъема на этой основе производительного сектора является одной из центральных для большинства регионов Российской Федерации. Решение проблемы привлечения инвестиций в развитие продовольственной сферы деятельности потребительской кооперации на продовольственном рынке в условиях невысокой инвестиционной привлекательности требует разработки и внедрения специальных эффективных технологий управления и механизмов организации инвестиционных процессов, обеспечивающих достижение стратегических целей инвестиционного развития регионов.

Учитывая важность решения продовольственной проблемы, целесообразно из всего многообразия выделить то, что имеет непосредственное отношение к процессу воспроизводства продовольствия.

Деятельность потребительской кооперации включает всю технологическую цепочку воспроизводства продовольствия «от поля до магазина: сельскохозяйственное производство, закупочную деятельность, пищевую промышленность, торговлю продовольственными товарами, общественное питание». Эту систему обозначим термином «продовольственная сфера потребительской кооперации».

Инвестиционный сектор продовольственной сферы потребительской кооперации находится в стадии развития. Анализ проблем сложившегося инвестиционного климата позволил сделать очень важный вывод об отсутствии адекватного рыночным условиям финансового механизма инвестирования.

Блау Светлана Леонидовна – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой математики и экономико-статистического моделирования Российского университета кооперации.

Туровец Марина Валерьевна – старший преподаватель кафедры финансов, инвестиций и банковского дела Российского университета кооперации.

При характерном для потребительской кооперации недостатке в инвестиционных ресурсах сегодня необходимо уделить особое внимание поиску рациональных источников финансирования, созданию эффективного механизма инвестирования.

В процессе становления рыночных отношений в российской экономике развиваются рыночные элементы и в инвестиционной сфере. Сравнительный анализ механизма инвестирования в странах с развитым рынком и в российской экономике показывает, что модель инвестирования в России характеризуется существенными отличиями. Это выражается в том, что сбережения населения, являющиеся в рыночной экономике важнейшим инвестиционным ресурсом, в нашей стране практически не вовлечены в инвестиционный процесс. В результате финансовый рынок как механизм перераспределения сбережений в инвестиции отличается крайне низкой эффективностью.

Финансовый механизм инвестирования предназначен, в том числе, для вовлечения сбережений и других финансовых средств в инвестиционный процесс для реализации целей потребительской кооперации на региональном продовольственном рынке.

Глобальная цель деятельности потребительской кооперации на продовольственном рынке региона – достижение продовольственной безопасности. В среднесрочной перспективе – улучшение качества жизни населения обслуживаемого потребительской кооперацией. Необходима мобилизация и оптимальное размещение инвестиционных ресурсов для решения этих проблем.

Под оптимизацией следует понимать не наращивание инвестиционного потенциала по всем направлениям, а соответствие поставленным целям, выполнению миссии потребительской кооперации на продовольственном рынке.

Методология формирования финансового механизма продовольственной сферы потребительской кооперации должна основываться на применении следующих научных подходов, каждый из которых характеризует определенный аспект менеджмента продовольственной сферы: системный, комплексный, маркетинговый, технологический, эволюционный, динамический подходы. В соответствии с этим методология формирования инвестиционного механиз-

ма продовольственной сферы потребительской кооперации основывается на следующих принципах:

- государственности;
- ориентации на глобальные конечные цели;
- стратегической согласованности;
- частной автономии субъектов рынка;
- мотивации и стимулирования;
- многовариантности при выборе стратегии;
- адаптации к изменениям внутренней и внешней среды;
- активности воздействия на рынок;
- ситуационного управления;
- непрерывности сбора и обработки информации;
- устойчивости и мобильности системы управления.

В качестве основных методов мобилизации финансовых ресурсов необходимо рассмотреть:

- повышение инвестиционной привлекательности продовольственной сферы потребительской кооперации;
- мотивацию и стимулирование потенциальных инвесторов с учетом имманентных интересов.

Совокупность социально-экономических целей, принципов и методов мобилизации инвестиционных ресурсов позволяет сформировать модель финансового механизма инвестирования продовольственной сферы потребительской кооперации (рис.1).

Формирование финансового механизма инвестирования применительно к рыночной системе хозяйствования должно строиться на прочном методологическом и теоретическом фундаменте, а именно теории эволюционной экономики, программно-целевом подходе и маркетинговой стратегии, в соответствии с принципом частной автономии субъектов рынка.

Методические подходы к разработке финансового механизма инвестирования должны формироваться с учетом интересов различных групп инвесторов. В частности, к потенциальным инвесторам продовольственной сферы потребительской кооперации можно отнести перерабатывающие предприятия, которые заинтересованы вкладывать средства в развитие своей сырьевой базы.

Другим активным участником инвестиционного процесса продовольственной сфе-



Рисунок 1 – Модель финансового механизма инвестирования продовольственной сферы потребительской кооперации

ры потребительской кооперации могут быть заказчики, к которым можно отнести государство, кредитные кооперативы и т.д. При этом они не вмешиваются в деятельность других субъектов инвестиционной деятельности, если иное не предусмотрено договором между ними. Участниками инвестиционного процесса продовольственной сферы потребительской кооперации региона могут выступать и подрядчики. Подрядчик – это сторона в договоре подряда; специализированное предприятие (перерабатывающее, промышленное и т.д.), которое обязуется под свою ответственность за определенную плату выполнить по заданию заказчика определенную работу с использованием собственных материалов или материалов заказчика. Участниками инвестиционного процесса в продовольственной сфере потребительской кооперации могут быть также пользователи объектов инвестиционной деятельности, то есть потребительские общества.

Финансовая деятельность потребительской кооперации прозрачна, что способствует повышению её инвестиционной привлекательности, поскольку приводит к снижению рисков, экономическому стимулированию через процентные ставки.

В целях учета интересов всех участников инвестиционного процесса, сегодня необходимо уделить особое внимание поиску рациональных источников финансирования, созданию рыночного эффективного механизма инвестирования.

Учитывая специфические особенности организаций потребительской кооперации, предлагаем наряду с уже существующими видами инвестиций использовать для развития продовольственной сферы уточненную классификацию (рис. 2), которая отражает их многообразие и многогранность.

Данная классификация позволяет с научной и практической точки зрения изучить механизм инвестиционной деятельности. Источники финансирования развития продовольственной сферы потребительской кооперации должны складываться из инвестиций членов потребительских обществ, внешних инвестиций, а также собственных средств.

К прочим внешним финансовым ресурсам, приемлемым для развития потребительской кооперации, можно отнести кредиты банков, финансовый лизинг.

Для оценки инвестиционной привлекательности продовольственной сферы потребительской кооперации конкретного ре-



Рисунок 2 – Классификация инвестиций системы потребительской кооперации

региона предлагаем использовать показатель (ИП_о), включающий оценку таких факторов, как численность занятых в данной сфере (Ч_о), общий объем реализованной продукции (Прод_о), обеспеченность собственными (СР_о) и кредитными ресурсами (КР), степень интенсификации производства (И_о) и его эффективность (Э_о), спрос на продовольственную продукцию в регионе и стране, определяемый его эластичностью (ЭС_о)

$$\begin{aligned}
 ИП_o = & \kappa_1 \frac{Ч_o}{\sum Ч} + \kappa_2 \frac{Прод_o}{\sum Прод} + \kappa_3 \frac{СР_o}{\sum СР} + \\
 & + \kappa_4 \frac{КР_o}{\sum КР} + \kappa_5 И_o + \kappa_6 ЭС_o, \quad (1)
 \end{aligned}$$

где $\sum Ч$; $\sum Прод$; $\sum СР$; $\sum КР$ – совокупные показатели, определяющие общую численность занятых в продовольственной сфере, совокупный объем продукции, стоимость собственных средств и кредитных ресурсов, имеющих и используемых в продовольственной сфере региона;

$\kappa_1 \dots \kappa_6$ – весовые коэффициенты, определяющие значимость данного показателя в общей сумме показателей продовольственной сферы потребительской кооперации. В сумме весовые коэффициенты составляют единицу и определяются методом экспертных оценок в зависимости от значимости данного показателя для каждого конкретного инвестора или финансового аналитика;

Интегральный показатель инвестиционной привлекательности региона (ИПР) с учетом показателей инвестиционной привлекательности продовольственной сферы потребительской кооперации:

$$\text{ИПР} = (M_i) \times (\sum \text{ИП}_{oi}) : m, \quad (2)$$

где m - общее число сфер экономики в регионе;

ИП_{oi} - уровень инвестиционной привлекательности продовольственной сферы потребительской кооперации региона;

(M_i) - интегральный показатель инвестиционной привлекательности i -го региона, сопоставимый со среднероссийским уровнем, принятым за 1,0 и откорректированный с поправкой (с учетом) показателей, характеризующих степень комплексной интенсификации продовольственной сферы региона.

На базе исследования существующих подходов к трактовке различных понятий и планированию инвестиций в развитие продовольственной сферы потребительской кооперации региона предлагается схема формирования инвестиционного климата, которая отражает и конкретизирует понятия, последовательность и взаимосвязи инвестиционного процесса (рис. 3).

В методике оценки инвестиционной привлекательности продовольственной сферы потребительской кооперации важно разработать специальную систему ранжирования, в которой каждому показателю соответствует свое значение рейтинга, а сумма рейтингов по каждому конкретному исследуемому предприятию относит его к конкретному инвестиционному классу.

Для повышения инвестиционной привлекательности региональная потребительская кооперация может использовать стратегию бенчмаркинга как инструмента оценки выполненной работы в целях передачи передового опыта. Применение маркетинговой стратегия, базирующейся на бенчмаркинге позволит:

- оценить уровень инвестиционной привлекательности и выявить резервы её повышения;

- привлечь членов-пайщиков к инвестированию развития продовольственной сферы потребительской кооперации;

- с целью кардинального повышения инвестиционной привлекательности продо-

вольственной сферы потребительской кооперации создать бренд, основанный на идее производства потребительской кооперативной экологически чистой продукции;

- выявить эффективные приемы и методы управления инвестиционным процессом;

- разработать инновационные подходы совершенствования процесса управления инвестиционной привлекательностью продовольственной сферы потребительской кооперации;

- разработать программу активизации инвесторов.

Сопоставление ряда показателей и, прежде всего, финансовых, позволяет определить слабые и сильные стороны продовольственной сферы потребительской кооперации региона, обозначить направления её развития, которые должны учитываться при разработке модели системы финансирования инвестиций.

Целевые ориентиры позволяют выявить основные направления развития продовольственной сферы потребительской кооперации и на этой основе обосновать потребность в определенных видах инвестиций. Выбор конкретных источников финансирования инвестиций из совокупности альтернативных вариантов осуществляется на основе их оценки по критерию стоимости капитала, с учетом ряда других факторов.

Основные направления развития продовольственной сферы потребительской кооперации региона позволяют разработать модель системы финансирования инвестиций (рис. 4).

На основе модели системы финансирования продовольственной сферы потребительской кооперации региона разработана программа оптимизации источников финансирования, которая включает следующие положения.

Для ускорения процесса обновления основных средств необходимо оптимизировать внутренние источники инвестиций, такие как, чистая прибыль и амортизационные отчисления, а также заемные средства от пайщиков. Мы предлагаем для этого отказаться от традиционного включения амортизационных отчислений в себестоимость сельхозпродукции, как это делается в настоящее время, и включить их в состав оптово-отпускной цены отдельной статьей расходов. Это позволит извлекать из вы-

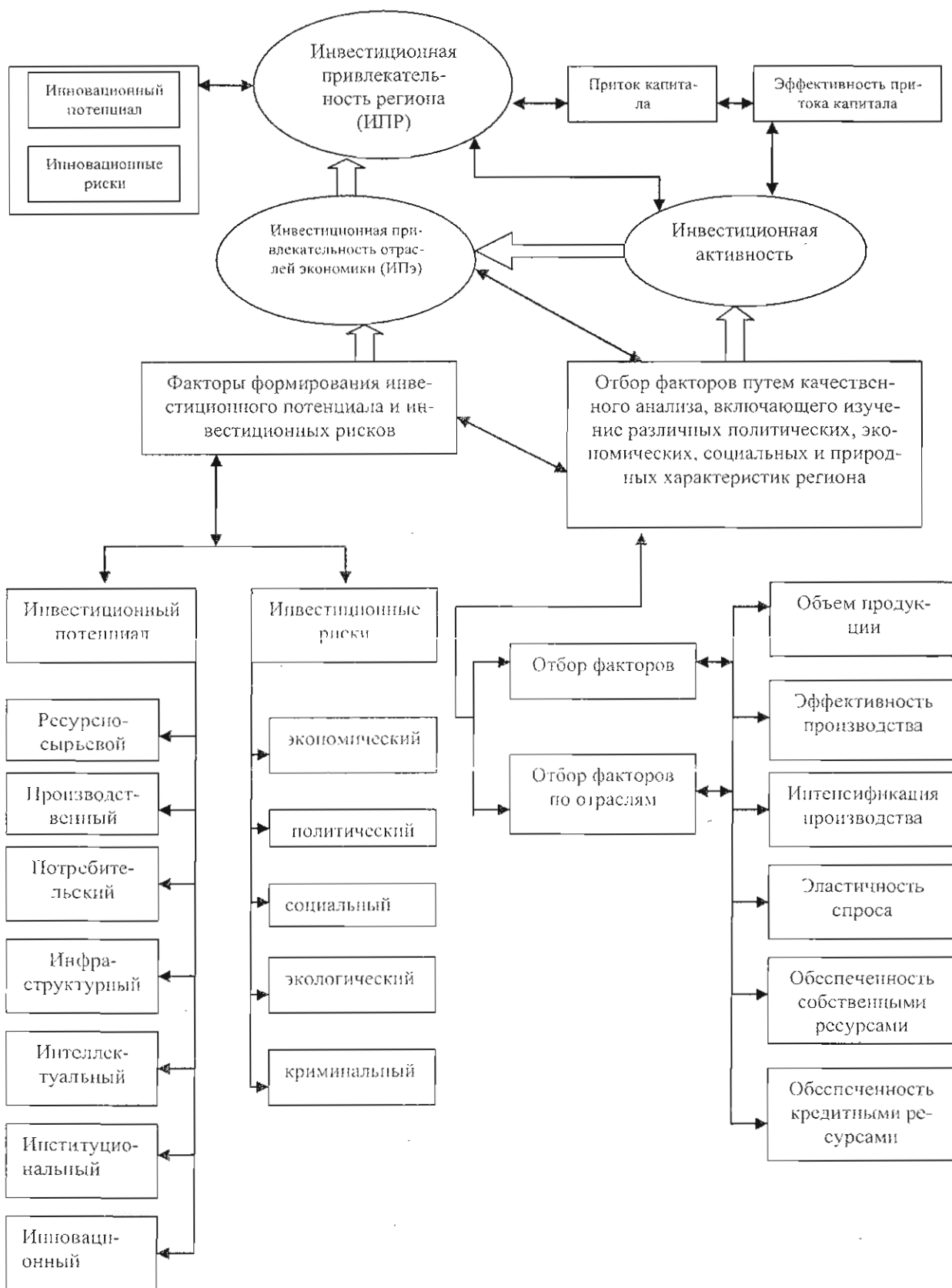
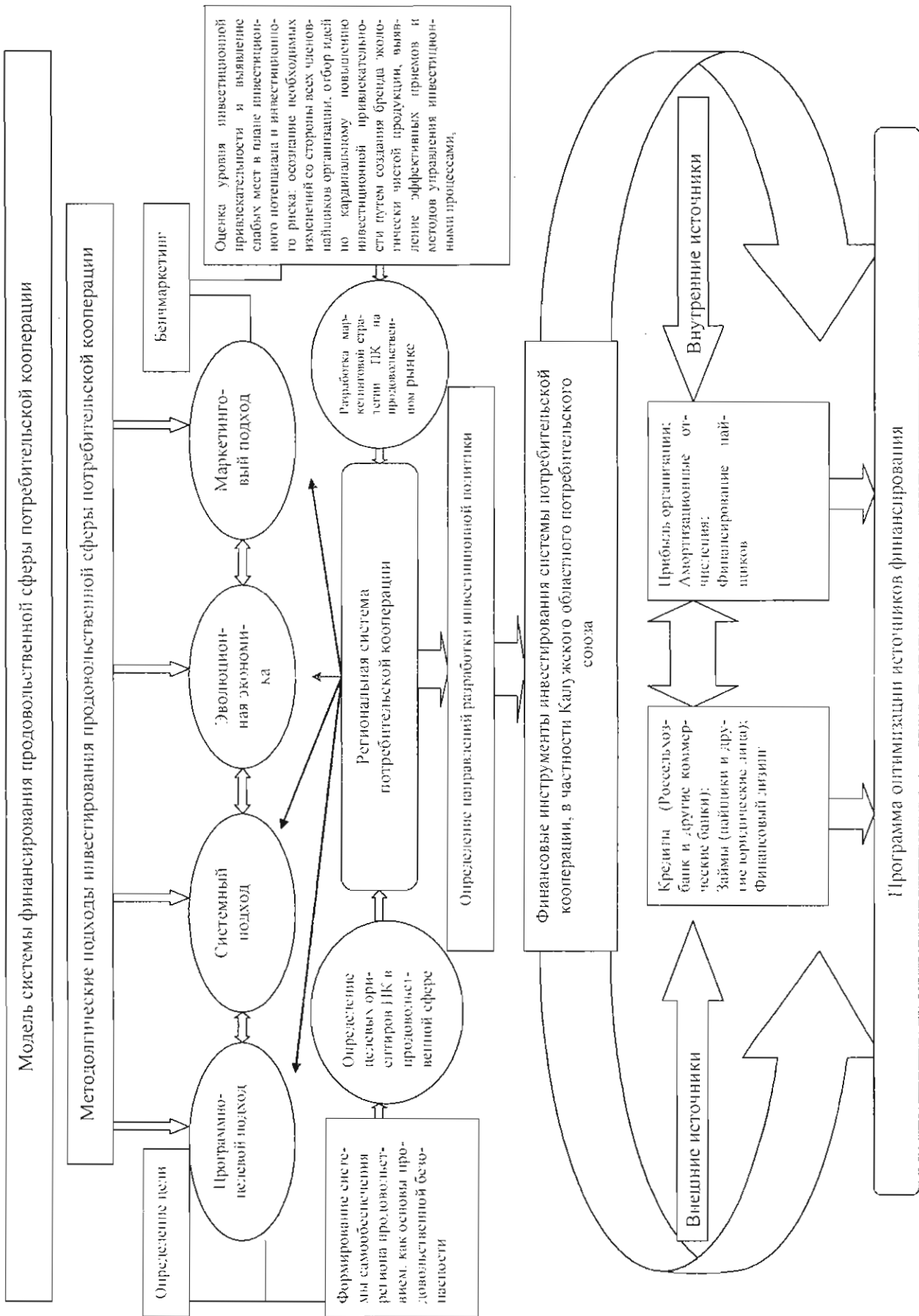


Рисунок 3 – Схема формирования инвестиционного климата региона

ручки денежные средства в размере амортизационных отчислений и прямо направлять их в амортизационный фонд организации, где они будут аккумулироваться, а

затем по мере накопления направляться на покупку основных средств.

В целях роста воспроизводства основного капитала за счет амортизационного



фонда в потребительской кооперации необходимо начислять амортизацию по вновь приобретенным основным средствам способом уменьшенного остатка с использованием коэффициента ускорения (применять данный коэффициент можно только для основных средств, которые являются предметом лизинга) и по сумме чисел лет срока полезного использования. Предложенная схема амортизационных отчислений позволит потребительской кооперации существенно улучшить материально-техническую базу за счет самофинансирования.

Для решения данной проблемы целесообразно внести поправки в действующее налоговое законодательство, касающиеся возможности для организаций самостоятельно выбрать способы и применять коэффициенты ускорения амортизации, формировать амортизационный фонд. Это позволит потребительской кооперации в условиях дефицита финансовых ресурсов за счет собственных источников обновлять основные средства и в конечном итоге решить проблему старения материально-технической базы в аграрном секторе экономики.

Альтернативным внутренним источником финансирования хозяйственной деятельности системы потребительской кооперации является привлечение средств или сбережений населения.

Для того, чтобы заинтересовать население (пайщиков) необходимо проводить непрерывную работу по их активизации. Главная цель работы с пайщиками или социального управления – вернуть пайщикам чувство хозяина в потребительской кооперации, пробудить экономический интерес к результатам хозяйственной деятельности своей кооперативной организации и всей кооперации в целом.

Другое направление работы с пайщиками – активизация сбора паевых взносов, которые в настоящее время составляют незаметную долю в оборотных средствах. Направить политику не столько на увеличение количества пайщиков, сколько на увеличение суммы паевого взноса.

Эффективной работой для привлечения средств может стать практика привлечения заемных средств пайщиков под проценты не ниже ставки рефинансирования Центрального банка РФ, поскольку заемные операции, в отличие от кредитных опе-

раций, не относятся к банковским операциям и не подлежат лицензированию. В связи с этим, потребительские общества могут осуществлять привлечение заемных средств своих членов и обслуживаемого населения, не имея статуса кредитной организации. Для установления более тесных связей с населением и эффективного решения социальных вопросов на селе можно рекомендовать создание небольших кооперативов с дальнейшим включением их в состав районных потребительских обществ. Целесообразно сформировать круг «состоятельных» пайщиков, которые могут внести займы по 10–30 тыс. рублей.

Для эффективного функционирования общего собрания пайщиков предлагается провести их перерегистрацию. Необходимо назначить общее собрание, заранее выслать заказные приглашения и таким образом не явившихся общим решением провести как выбывших из числа пайщиков.

С Министерством сельского хозяйства и продовольствия необходимо согласовать совместные действия по реализации национального проекта «Развитие АПК», и определению конкретного участия потребительских обществ и их структур в развитии аграрного сектора экономики.

В развитии банковского кредитования особого внимания заслуживает ОАО «Россельхозбанк», который на протяжении последних лет набирает большие обороты в оказании помощи сельскому населению. В постановлениях Правительства Российской Федерации, определяющих правила предоставления субсидий, предусмотрено, что субсидирование процентных ставок по кредитам и займам, привлеченным в российских кредитных организациях и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативах личными подсобными и крестьянскими (фермерскими) хозяйствами, будет осуществляться в размере 95% ставки рефинансирования Центрального Банка России, но не выше 95% фактических затрат на уплату процентов. Причем с условием софинансирования из бюджета субъекта на уровне 5% ставки рефинансирования Центрального Банка России. Кроме того, в постановлениях Правительства Российской Федерации, регламентирующих предоставление субсидий малым формам хозяйствования в АПК, предусмотрена возможность привлечения бан-

ков к формированию пакета документов, необходимых для получения субсидий. Для подробного информирования потенциальных участников кредитных кооперативов и оказания им помощи при создании, регистрации и начале функционирования кооперативов ОАО «Россельхозбанк» образует сеть консультационных пунктов на базе 66 региональных филиалов и 320 дополнительных офисов. Займы могут быть выданы на цели, установленные постановлением Правительства № 70 от 04.02.2006 года на закупку отечественного сельскохозяйственного сырья для промышленной переработки, ГСМ, запасных частей и материалов для ремонта сельскохозяйственной техники, минеральных удобрений, средств защиты растений, кор-

мов, ветеринарных препаратов и других материальных ресурсов для проведения сезонных работ, перечень которых утверждается Министерством сельского хозяйства Российской Федерации, на покупку молодняка скота и птицы, а также на уплату страховых взносов при страховании урожая сельскохозяйственных культур.

Реализация программы оптимизации источников финансирования, разработанной на основе предложенной модели системы финансирования продовольственной сферы потребительской кооперации, позволит привлечь дополнительные финансовые средства в инвестиционный процесс для реализации целей потребительской кооперации на региональном продовольственном рынке.

НОВЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В НАЛОГООБЛОЖЕНИИ И ИХ ОСВОЕНИЕ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

© 2008 Л.Е. Суркова*

В статье затронута проблема внедрения новых информационных технологий в налоговые органы и, как следствие, необходимость подготовки квалифицированных специалистов для этой области. Проведен анализ информатизации налоговых органов, выделены основные задачи, рассмотрены приоритетные направления развития.

Сегодня особенно актуально повышение эффективности работы налоговых органов Российской Федерации. С этой целью в практику работы налоговых органов широко внедряются новые информационные технологии (ИТ). И как следствие, возникает необходимость в высококвалифицированных кадрах. Каков сегодняшний уровень информатизации налоговых органов и перспективы дальнейшего совершенствования, а также особенности подготовки будущих специалистов в области налогообложения, умеющих применять ИТ, рассмотрим далее.

Объемы собираемой и обрабатываемой информации в налоговой сфере возрастают с каждым годом, и справиться с этими объемами без использования современных информационных технологий невозможно. Эффективность работы налоговых органов зависит от скорости обработки информации, организации ее хранения, доступа к ней налогоплательщиков и других факторов, связанных с использованием информационных технологий.

Для решения crucialной научно-технической проблемы – создания, развития и сопровождения автоматизированной информационно-технической системы налоговых органов Российской Федерации (АИС-«Налог») в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 11 декабря

1991 г. №119-рп образован ФГУП «ГНИВЦ ФНС России» (государственный научно-исследовательский вычислительный центр). В 1999 г. ФГУП «ГНИВЦ ФНС России» получил статус государственного унитарного предприятия, а в 2002 г. – федерального государственного унитарного предприятия [1].

Являясь головной организацией в области разработки и создания информационной системы Федеральной налоговой службы ФГУП «ГНИВЦ ФНС России» обеспечивает решение задач по следующим основным направлениям:

- формирование научно-технической политики в области информатизации налоговых органов;

- разработка, модернизация, сопровождение и внедрение автоматизированных информационных систем для налоговых органов;

- формирование и ведение информационных ресурсов ФНС России в установленном законодательством порядке, обеспечение взаимодействия с внешними организациями;

- обучение сотрудников центрального аппарата ФНС России, территориальных налоговых органов и других организаций работе с созданными программными средствами;

- сертификация программных средств на соответствие действующему законодательству и нормативным документам;

Суркова Людмила Евгеньевна – кандидат технических наук, доцент кафедры информационных технологий Российского университета кооперации.

– разработка, проектирование, создание и монтаж телекоммуникационных систем и комплексов, телефонии, локальных вычислительных и электрических сетей и др.;

– организация юридически значимого электронного документооборота между налоговыми органами и налогоплательщиками, а также между налоговыми органами и другими министерствами и ведомствами;

– системно-техническое обслуживание аппаратно-программных средств АИС «Налог» и др.

Уровень использования информационных технологий в налогообложении на сегодняшний день существенно возрос и продолжает совершенствоваться. Отметим основные моменты внедрения информационных технологий в налогообложение, и рассмотрим приоритетные направления развития информатизации в данной области.

Среди задач автоматизации особое место занимает сдача налоговой отчетности в электронном виде, так как ряд основных функций АИС ИФНС основан на функционировании системы электронной обработки данных. Входной информацией для нее является налоговая отчетность предприятий, а увеличение численности предприятий и расширение состава учитываемых показателей их деятельности требует обработки больших объемов информации в ИФНС.

Для автоматизации сдачи и принятия отчетности в электронном виде разрабатываются:

– форматы электронных образов для каждого из отчетных документов;

– программные средства, позволяющие формировать отчетные документы в электронном и бумажном форматах;

– программы тестирования электронных отчетов на предмет отсутствия в них бухгалтерских ошибок и соответствия их принятым форматам отчетов и нормативно справочной базе;

– также принимаются соответствующие законодательные акты, регламентирующие сдачу отчетности в электронном виде.

В настоящее время отчетность в электронном виде представлена по следующим разделам:

– индивидуальные сведения по страховым и накопительным частям трудовой пенсии в ПФ (персонифицированный учет);

– сдача отчетности по подоходному налогу 2-НДФЛ в ИФНС;

– сдача квартальной и годовой отчетности по основным декларациям и формам в ИФНС.

Появилась возможность передачи налоговой и бухгалтерской отчетности по электронной почте с использованием Интернета, когда файл-документ содержит электронную цифровую подпись.

Для создания единого информационного пространства, большей информированности юридических и физических лиц о работе налоговой службы активно используется Интернет, единый сайт, на котором размещаются различные методические материалы налоговой службы. Кроме того, осуществляется более активное оснащение территориальных налоговых органов каналами доступа в Интернет и создание региональными управлениями собственных страниц в Интернете.

Важным направлением информатизации является обмен информацией между налоговыми органами различных уровней и сторонними организациями, т.е. необходимо организовать обмен информацией в электронном виде между поставщиками и потребителями информации на всей территории страны, чтобы иметь возможность системно и регулярно обрабатывать эту информацию.

Сегодня ЦИВЦ ФНС России осуществляет свои разработки по следующим направлениям [1]:

– общесистемные разработки и системное проектирование комплекса средств автоматизации, обеспечивающих функционирование АИС «Налог» на основе Концепции развития АИС «Налог» в соответствии с существующим налоговым законодательством;

– разработка и модернизация программных средств, обеспечивающих функционирование АИС «Налог» и организация их совместного функционирования для различных программно-аппаратных комплексов;

– совершенствование комплекса средств автоматизации АИС «Налог», внедрение современных технологических ре-

шений, повышающих эффективность использования, управляемость и безопасность информационных ресурсов ФИС России;

– тестирование и сопровождение программного обеспечения, разработанного в ФГУП ГНИВЦ России и его филиалах, а также сертификационные испытания программных продуктов, разработанных коммерческими организациями для различных областей налогообложения;

– разработка функциональных моделей деятельности Федеральной налоговой службы РФ в соответствии с Проектом модернизации налоговой системы Российской Федерации, представленных в виде единых консалтинговых документов.

В соответствии с Концепцией использования информационных технологий в деятельности федеральных органов государственной власти до 2010 г. [2], разработанной Министерством информационных технологий и связи РФ во исполнение решения Правительства Российской Федерации (протокол заседания Правительства РФ от 11 сентября 2003 г. № 33, разд. II, п. 2), и одобренной распоряжением Правительства РФ (от 27 сентября 2004 г. № 1244-р), определены следующие приоритеты использования информационных технологий в налоговой сфере:

– повышение эффективности механизмов налогового администрирования;

– упрощение выполнения налоговых обязанностей;

– сокращение размеров потерь бюджетов всех уровней, связанных с уклонением налогоплательщиков от выполнения ими налоговых обязанностей;

– улучшение обслуживания налогоплательщиков на основе создания комплексной системы учета налогоплательщиков и мониторинга их деятельности, системы информационно-аналитического обеспечения налоговых проверок;

– формирования и представления налоговых деклараций в электронном виде в соответствии с государственными программами развития и модернизации налоговых органов.

Результатами автоматизации являются не только принципиально новые возможности для решения задач, стоящих перед налоговой службой, но и изменения в характере труда специалистов в сторону его

интеллектуализации. Поэтому особое внимание следует уделять подготовке будущих специалистов для налоговой системы. Освоение информационных технологий и овладение навыками работы на ПЭВМ особенно актуальны.

При подготовке будущих специалистов по специальности «Налоги и налогообложение» в образовательном стандарте предусмотрена дисциплина «Информационные технологии в налогообложении» (федеральный компонент) [3].

Основной целью дисциплины является изучение теоретических основ информатизации в налоговой системе РФ. В рамках поставленной цели изучаются принципы информатизации налоговой системы РФ [4], раскрываются возможности применения вычислительной техники в налоговых органах и на предприятиях. Студенты получают теоретические знания по основным разделам:

– принципы применения автоматизированных информационных систем (АИС) в налоговых органах РФ;

– структура автоматизированной информационной системы налоговых органов;

– особенности информационного обеспечения АИС налоговой службы;

– автоматизированные рабочие места внутри налоговой инспекции;

– проблемы и перспективы развития налоговых информационных систем.

Наряду с теоретическим лекционным материалом необходимо уделить особое место практическим занятиям, где будущий специалист может получить практические навыки работы с конкретными программными продуктами.

Это программные продукты, предоставляемые налоговыми органами бесплатно через Интернет для подготовки и сдачи налоговой отчетности предприятиями, демо-версии коммерческих программ, в частности для передачи отчетности через Интернет, комплексные бухгалтерские коммерческие программы, а также справочно-поисковые системы, в частности «Консультант+».

Работа с этими программными продуктами позволяет студентам:

– получить умения и навыки поиска необходимой законодательной информации с использованием Интернет-ресурсов и

справочно-поисковых систем и работы с законодательными документами;

– ознакомиться с возможностями программ по формированию отчетности в электронном виде;

– получить умения и навыки работы с программой по формированию налоговой отчетности по Форме-2НДФЛ – Подготовка справок о доходах физических лиц.

– получить умения и навыки работы с программой подготовки сведений по страховым и накопительным взносам в пенсионный фонд (ПФ) в электронном и бумажном виде.

– получить умения и навыки работы с базовым вариантом программы «Баланс-2» по формированию налоговой отчетности.

– получить первоначальные умения и навыки представления отчетности через Интернет с помощью технологии компании «Такском».

Изучение данных программных продуктов в большей степени сопряжено с деятельностью налоговых инспекций и их работой с налогоплательщиками. Изучить изнутри работу всех уровней налоговых органов в рамках учебного курса не представляется возможным, поэтому также целесообразно на практических занятиях освоение методик анализа налоговых поступлений, основных принципов обработки налоговой информации, а также возможностей их реализации с помощью специализированных пакетов программ и программ общего назначения MS Office [5–7].

Такой подход позволяет студентам:

– закрепить знания по применению информационных технологий для решения задач в налоговых информационных системах и получить первоначальные умения и навыки по обработке налоговой информации при решении задач в налоговых информационных системах на примере баз данных Access.

– закрепить знания по применению технологий «Excel», «Mathcad», «Stadia» и «Stanistica 6.0» для выполнения расчетов, обработки налоговой информации и прогнозирования, а также закрепить знания по применению технологий «Microsoft Project» для разработки финансовых планов (смет предприятий) и учёта налогов при анализе и оценке проектов;

– получить первоначальные умения и навыки по выполнению прогнозных расчётов, разработке пользовательских функций, автоматизированной обработке налоговой информации, а также по разработке финансовых планов (смет предприятий) и учёта налогов.

Таким образом, на практических занятиях изучаются современные методы обработки налоговой информации с использованием персонального компьютера, специальных прикладных программ, справочно-поисковых систем, пакета MS Office. Такой подход позволяет будущим специалистам получить теоретические знания и практические навыки работы как с прикладными программами по формированию налоговой отчетности, так и со специализированными пакетами, изучить основы автоматизированной обработки налоговой информации.

В результате изучения дисциплины «Информационные технологии в налогообложении» студент должен: знать структуру, назначение, возможности, направления развития автоматизированных информационных систем (АИС) налоговых органов: состав, назначение программных средств, используемых инспекциями ФНС; состав, содержание информационного обеспечения АИС ФНС; состав, возможности программных средств для формирования налоговой отчетности в электронном виде на предприятиях; уметь использовать информационно-справочные системы для получения сведений о налогах; решать налоговые задачи с помощью специальных прикладных программ.

Сегодняшнее состояние методического и программного обеспечения освоения дисциплины в Российском университете кооперации включает в себя учебную и рабочие программы, лекционный курс и практикум, а также программный комплекс. Однако, прикладные программные продукты, работа которых базируется на законодательстве в области налогообложения, постоянно обновляется (приблизительно один раз в год). Поэтому эти программные продукты требуют ежегодного обновления в учебных классах.

В связи с этим в практикуме лабораторные работы, связанные с изменяющимся программным обеспечением, имеют об-

щие принципиальные указания к выполнению работы, а лабораторные работы, отражающие методику обработки налоговых данных с использованием пакета MS Office, имеют конкретные примеры.

Таким образом, представленный совокупный подход – теоретический курс, практические задания, регулярное отсле-

живание законодательной базы и обновление в соответствии с ним программных продуктов с целью изучения и освоения дисциплины – позволяет подготовить квалифицированных специалистов, способных работать с новыми информационными технологиями в области налогообложения.

ЛИТЕРАТУРА И ИСТОЧНИКИ:

1. Материалы сайтов:
- www.Gnivs.ru (сайт ГНИВЦ)
- www.nalog.ru (сайт ФНС)
2. Концепция использования информационных технологий в деятельности федеральных органов государственной власти до 2010 года.
3. *Суркова Л.Е.* Информационные технологии в налогообложении: Учебная программа. – М.: Российский университет кооперации, 2006. – 12 с.
4. Автоматизированные информационные технологии в экономике: Учебник / Под ред. проф. Г.А.Титоренко. – М.: ЮНИТИ, 2005.
5. *Вдовин В.М., Суркова Л.Е.* Прогнозирование налогового потенциала предприятия (хозяйствующего субъекта) на основе модели Альтмана. Электронный журнал «Исследовано в России», 18, 184-192, 2007. <http://zhurnal.gpi.ru/articles/2007/018.pdf>.
6. *Вдовин В.М., Суркова Л.Е.* Автоматизированная оценка статистических характеристик налоговых поступлений с использованием «EXCEL». Электронный журнал «Исследовано в России», 60, 640-650, 2007. <http://zhurnal.gpi.ru/articles/2007/060.pdf>.
7. *Вдовин В.М., Суркова Л.Е.* Информационные технологии в налогообложении: Практикум. – М: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2008. – 248 с.

ПРИМЕНЕНИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ПРИКЛАДНЫХ ПРОГРАММ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

© 2008 Л.Г. Кудрявцева*

*Одним из направлений внедрения информационных технологий в вузовское образование является применение специализированных прикладных программ в учебном процессе. В статье рассмотрены некоторые программы отечественных фирм, поставляющие свои разработки в вузы для обучения студентов. Подробно рассмотрен программный продукт **NetOp School** компании «Аксис Проекты», используемый для полного контроля над учебным процессом.*

Создание новых информационных технологий (ИТ), их развитие и воплощение в различного рода продуктах – процесс непрерывный и закономерный. Без появления новых технологий остановился бы технический прогресс.

В последнее время отечественные разработчики ИТ и представители некоторых зарубежных фирм все чаще поставляют свои разработки в вузы для обучения студентов.

Компания Консультант Плюс – разработчик первой российской справочно-правовой системы, сертифицированной Microsoft на совместимость с Windows NT, Windows 98, Windows 2000, Windows XP и Windows Vista. Система легка и проста в работе, предоставляет широкие и удобные возможности для поиска, анализа и применения правовой информации, является мощным правовым обеспечением для бухгалтеров, финансовых специалистов, юристов, управленцев различного звена, а также и для инженерного состава, специалистов строительной отрасли, сметчиков, расчетчиков, нормировщиков [1].

Компания проводит бесплатное обучение преподавателей вузов и студентов с последующей выдачей сертификата, также бесплатно поставляется в вузы Москвы и сама справочно-правовая система Консультант Плюс вместе с методическими разработками.

В 90-х гг. XX в. наиболее успешной областью внедрения ИТ на отечественных предприятиях стал бухгалтерский учет.

Большую популярность приобрели такие информационные системы бухгалтерского учета, как «1С:Бухгалтерия», «БЭСТ», «Инфо-бухгалтер». Убедившись в выгоде применения ИТ, предприятия переходили к внедрению автоматизации в управлении складами и в отделах кадров. Появились полнофункциональные информационные системы, ориентированные на автоматизацию процессов управления на всех уровнях.

Например, корпорация «Галактика» является разработчиком и поставщиком своих решений – систем комплексной автоматизации управления предприятием.

Система Галактика [2] предоставляет пользователям возможность ведения учета хозяйственной деятельности корпорации (холдинга), в состав которой входят несколько юридических лиц (филиалов), в одной базе данных. При этом обеспечивается возможность получения консолидированной отчетности по корпорации в целом с группировкой и фильтрацией данных в разрезе филиалов. Важнейшими функциональными контурами системы являются: «Управление персоналом», «Логистика», «Бухгалтерский учет», «Управление производством». Корпорация «Галактика», также как и компания Консультант Плюс проводит бесплатное обучение преподавателей вузов, а также бесплатно предоставляет свою систему в вузы Москвы.

Из собственных разработок фирмы «1С» наиболее известны программы сис-

Кудрявцева Людмила Георгиевна – кандидат технических наук, доцент кафедры информационных технологий Российского университета кооперации.

темы «1С: Предприятие», а также продукты для домашних компьютеров и образовательной сферы [2; 3].

Система «1С:Предприятие» предназначена для автоматизации управления и учета на предприятиях различных отраслей, видов деятельности и типов финансирования, и включает в себя решения для производственных предприятий (комплексное решение «1С:Управление производственным предприятием 8»), торговых предприятий, программные продукты для ведения бухгалтерского учета («1С:Бухгалтерия»), для учета в бюджетных организациях расчета зарплаты и управления кадрами, разнообразные отраслевые и специализированные решения, разработанные как самой фирмой «1С», так и ее партнерами.

«1С» уделяет большое внимание программам для домашних компьютеров и образовательной сферы. Среди наиболее известных собственных разработок – серии обучающих программ «1С:Репетитор», «1С:Школа», «1С:Мир компьютера», «1С:Образовательная коллекция». «1С:Познавательная коллекция», серия «1С:Аудиокниги» и др.

«1С» предоставляет свою продукцию в вузы по льготным ценам, а обновление производит бесплатно.

Компания «БЭСТ» [2] предлагает и развивает следующие программы:

1) Система управления предприятием «БЭСТ-4+» Это программное решение для автоматизации оперативного, бухгалтерского и налогового учета на предприятиях различного профиля. Программный продукт решает задачи учета кассовых и банковских операций, логистики, учета имущества, расчета зарплаты, многомерного анализа данных о финансово-хозяйственной деятельности, подготовки бухгалтерской и налоговой отчетности.

2) Бесплатная система управления для малого бизнеса «БЭСТ-ОФИС» (FreeWare). Это программный продукт для малых предприятий. Договоры, взаиморасчеты, финансы. Контроль товарных потоков. Учет основных средств, зарплата и кадры, бухгалтерский и налоговый учет. Информационно-аналитический блок для директора. Учет по упрощенной системе налогообложения. Программа создана для управления малыми предприятиями сферы торговли и услуг с локальной сетью, объединяющей до 5 рабочих мест.

3) Программная система «БЭСТ-Маркетинг» представляет собой удобный и эффективный инструмент, позволяющий

оценить рыночные позиции предприятия в условиях конкуренции. Система может использоваться на предприятиях производства, торговли и сферы услуг. Бесспорным достоинством данной программы является предельная простота терминологии интерфейса, которая рассчитана на самого обычного пользователя, не имеющего специального образования в области маркетинга.

Компания «БЭСТ» предлагает бесплатную установку своих систем в вузы.

Финансовая академия при Правительстве РФ для студентов последнего года обучения, специализирующихся в области страхования, получила от компании «ИНЭК» программный комплекс «ИНЭК-Страховщик» для проведения практических занятий по дисциплине «Автоматизация учета в страховых организациях» [4].

Для технических вузов в рамках определенных программ по заниженным ценам предлагается новейшее системное обеспечение и инструментальные средства разработки программ (системы программирования).

Для полного контроля над учебным процессом компания «Аксис Проекты» предлагает мощный программный продукт **NetOp School** [5], позволяющий транслировать экраны преподавательского (или любого студенческого) компьютера одновременно на все компьютеры класса. NetOp School также подходит и для виртуальных классов, в которых преподаватель и студенты находятся в разных помещениях, но их компьютеры подключены к сети. Кроме того, программа обладает интуитивно-понятным интерфейсом, и ею легко пользоваться.

Благодаря патентованной технологии удаленного управления NetOp School позволяет преподавателям вести процесс обучения с применением компьютеров также естественно, как и в традиционном классе, повышая одновременно качество обучения за счет большей наглядности и индивидуального подхода к каждому слушателю.

Пользуясь NetOp School преподаватель получает возможность обучать, демонстрировать и помогать студентам не отрываясь от своего компьютера. Студенты получают возможность следить за действиями преподавателя, как будто находясь на первом ряду. Ни один мультимедийный проектор не сможет обеспечить такого же качества демонстраций, как система NetOp School, «проецирующая» необходимос изображение прямо

на монитор слушателя. Программа хорошо зарекомендовала себя в различных учебных центрах и на сегодняшний день используется в более 50 странах. Архитектура NetOp School позволяет активно использовать программу в организации удаленного обучения.

Основные возможности NetOp School:

– Демонстрация изображения любого из компьютеров класса всем студентам.

– Широкие возможности проведения демонстраций студентам и удаленного оказания помощи.

– Возможность легко демонстрировать текст или аудио-записи.

– Студенты могут запрашивать помощь у преподавателя нажатием нескольких кнопок.

– Студенты получают возможность приобрести реальный опыт работы с предметом обучения.

– Организация обучения в отсутствие реального компьютерного класса (удаленное обучение).

– Интуитивно-понятный интерфейс.

– Не требует дополнительных вложений в аппаратное обеспечение.

Функция Demonstrate позволяет преподавателю проводить обучение одного, нескольких или всех студентов одновременно. Возможна демонстрация в полноэкранный режим на компьютерах студентов или в окне, что позволит им одновременно с просмотром выполнять задания. Также возможно транслировать изображение экрана одного из студентов на весь класс. Программа также позволяет демонстрировать не весь рабочий стол, а лишь часть его; кроме того, та же функция дает возможность транслировать видеоролики на компьютеры студентов.

Программа позволяет вести беседу с одним, несколькими или со всеми студентами пользуясь обычным текстовым наборщиком (чатом) или звуковой системой компьютера для передачи голоса. Преподаватель управляет обсуждением и может давать слово (передать доступ к микрофону) каждому из сту-

дентов по очереди. Студенты с другой стороны могут обращаться с просьбой о предоставлении доступа к микрофону, пользуясь одной из функций программы. Все текстовые записи могут быть сохранены в обычный файл.

Преподаватель может запускать приложения на компьютерах студентов удаленно, не отрываясь от своего компьютера. Это позволяет использовать NetOp School в обучении, предусматривающем частый запуск различных программ. Кроме того, NetOp School дает возможность копировать необходимые файлы с компьютера преподавателя на компьютеры студентов в заданные папки. После выполнения заданий инструктор может также забрать необходимые файлы из конкретных папок компьютеров студентов.

Для удобства ведения учебного процесса класс может быть представлен списком студентов, мозаичным видом и условной картой класса. Кроме этого, преподаватель может разбивать класс на группы и легко перемещать студентов из одной группы в другую. В режиме наблюдения на экране компьютера преподавателя отображаются экраны студентов в миниатюре. В случае необходимости преподаватель может легко переключиться на работу с одним из студентов, например, для оказания консультации.

Преподаватель может ограничить запуск тех или иных приложений студентам на определенных компьютерах. Для компьютеров, подключенных к Интернет, актуальной является функция NetOp School по ограничению доступа студентов к определенным веб-ресурсам.

Пакет NetOp School активно используется на кафедре информационных технологий Российского университета кооперации в процессе проведения лекций, практических и лабораторных занятий по множеству дисциплин кафедры, таких как, Информатика. Информационные технологии (по различным специальностям), Электронная коммерция, Компьютерные технологии в рекламе и др.

ИСТОЧНИКИ:

1. www.cons-plus.ru
2. www.analitikv.ru
3. www.firma1c.ru
4. www.pcweek.ru
5. www.cybercontrol.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА И НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

ПРИМЕНЕНИЕ ПЛАСТИКОВЫХ КАРТ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ (опыт потребительского общества «Красные ткачи» Ярославского облпотребсоюза)

© 2008 Д.И. Валигурский, Э.А. Арустамов, А.Н. Пахомкин

Представлен опыт кооперативного потребительского общества «Красные ткачи» Ярославского облпотребсоюза по применению пластиковых карт в розничной торговле. Эффективное использование дисконтных инструментов подразумевает тщательную проработку каждого из этапов их осуществления, в число которых входят планирование, реализация, контроль и оценка результативности.

В современных условиях возрастает роль дисконтных программ и скидок в борьбе за покупателя. Необходимо отметить, что применение дисконтных программ влияет на лояльность потребителя. Русским аналогом заимствованного из западной бизнес-практики термина «лояльность» является слово «верность» (в рыночных условиях в основном имеется в виду верность работника своей компании или клиента магазину). Лояльность предполагает приверженность покупателя выбранной торговой сети, в том числе и в сложных условиях, например, готовность проделать долгий путь к любимому магазину, даже если поблизости есть другая торговая точка с аналогичным ассортиментом.

Программы лояльности, включающие в себя предоставление постоянным клиентам скидок, возможности накопления бонусов, формирование специальных услуг и выстраивание механизма обратной связи, несмотря на свое название, служат лишь дополнительным инструментом поддержания лояльности и контроля активности постоянных клиентов. Сформировать лояльность при помощи искусственно выстроенных программ нельзя, но, например, предоставив клиенту карту постоянного покупателя, сеть может время от времени «напоминать» ему о возможности совершения покупок в своих магазинах, что становится актуальным на фоне активного продвижения конкурентов. Необходимость

В а л и г у р с к и й Дмитрий Иванович – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой коммерции и технологии торговли Российского университета кооперации.

А р у с т а м о в Эдуард Александрович – доктор экономических наук, профессор кафедры коммерции и технологии торговли Российского университета кооперации, Заслуженный деятель науки Российской Федерации.

П а х о м к и н Андрей Николаевич – кандидат экономических наук, профессор кафедры математики и экономико-статистического моделирования Российского университета кооперации.

в программах лояльности возникает, в первую очередь, в тех сферах, где рынок насыщен (либо близок к насыщению), то есть существует реальная конкуренция. Наиболее популярным типом программ лояльности является ввод карт постоянных клиентов, гарантирующих получение скидки.

С января 2002 г. решением Совета потребительского общества «Красные Ткачи» Ярославского облпотребсоюза были введены дисконтные карты для тех пайщиков, у которых пай соответствовал решению Собрания уполномоченных о его размере. В 2007 г. он составил 200 руб.

Дисконтная карта представляет 5%-ную фиксированную скидку на все продовольственные товары, за исключением алкогольной продукции, во всех 8-ми продовольственных магазинах потребительского общества «Красные Ткачи». Общество обслуживает свыше 5 тыс. жителей. В 2006 г. общий объем его оборота составил 90 млн. руб., или в среднем на душу населения было продано товаров на 17 тыс. руб.

К 1 января 2007 г. в потребительском обществе «Красные Ткачи» 1420 пайщиков (67,0%) состояли в нем более 20 лет, вновь привлеченные за последние 2 года – 7,5%. 50,9% вступили в потребительское общество по традиции семьи, а 17,0% для того, чтобы получать товары и услуги со скидками.

На обороте дисконтных карт проставлены фамилия пайщика, номер паевой книжки, штамп потребительского общества; фотографии нет, поэтому по карте могут приобрести товары все члены семьи. В потребительском обществе последнему обстоятельству не препятствуют. Карты выдаются пайщикам по ведомости под роспись.

Благодаря дисконтным картам, потребительское общество «Красные Ткачи» сохранило для своих торговых заведений постоянных покупателей. Это немаловажно в условиях все возрастающей конкуренции, да еще с учетом географии расположения предприятий общества – 20 минут езды до областного центра с интервалом движения автобуса 20–25 минут.

У пайщиков введение дисконтной карты нашло самый положительный отклик. Дисконтная карта выдается не только членам-пайщикам потребительского общества «Красные Ткачи», но и осуществляется свободная продажа карт в магазинах обще-

ства, стоимость которых составляет 250 руб. Это на 25% больше, чем сумма паевого взноса пайщика в паевой фонд потребительского общества. Кроме того, в потребительском обществе эти скидки расцениваются как кооперативные выплаты. Участвуя своими покупками в кооперативной жизни потребительского общества, пайщик за большее участие в экономической жизни получает больше кооперативных выплат «здесь и сейчас» и без налоговых вычетов.

На 1 января 2007 г. обладателями дисконтной карты являлось 1420 пайщиков, или 80,0% от их общего количества. За 2006 г. ими получено дисконтных скидок на сумму 1,5 млн. руб., или 11 руб. на 1 руб. ная, т.е. 1100% годовых. Из всего количества выданных дисконтных карт, фактически «работали» 1100 штук (77,5%).

Помимо дисконтных скидок, каждый пайщик, пришедший на участковое собрание, получал продовольственный набор, что, безусловно, способствовало сравнительно высокой явке пайщиков (75–85%).

До введения дисконтных карт ежегодно вступало в кооперативное потребительское общество «Красные Ткачи» примерно 15–20 человек. С 2002 г. ряды пайщиков стали увеличиваться уже на 80–90 человек. В основном это работающая часть населения, умеющая считать свою выгоду и совершающая покупки на крупные суммы.

В потребительских обществах рекомендуется применять дисконтные карты, которые могут предоставлять фиксированную скидку (как правило, не выше 10%, чаще – 5–7%), или накопительную (в этом случае активные покупатели могут увеличить скидку по карте до 20–30%). Несмотря на то, что применение накопительной системы считается более эффективным (так как позволяет выстраивать долгосрочные отношения, удерживая клиента), использование такой структуры предоставления скидок требует большего внимания от маркетологов потребительского общества. Прежде всего, это касается определения порогов перехода размера скидки максимального значения. Неправильная оценка приводит к тому, что многие клиенты быстро приобретают возможность получения значительной скидки и торговая точка терпит убытки. Можно применять дифференцированный подход к дисконтной политике, что

вернет интерес к дисконтным картам. В отличие от фиксированной скидки, покупатель получит возможность увеличивать свой бонус, продолжая отношения с продавцом. Это может положительно влиять на лояльность до тех пор, пока подобные условия не предложат конкуренты.

Выделяется несколько способов формирования клиентской базы за счет выдачи дисконтных карт:

1. Выдача при совершении покупки на определенную сумму (например, дисконтную карту клиент получает при совершении покупки на сумму свыше 1000 руб.).

2. Выдача при предъявлении нескольких чеков или чеков на определенную сумму (например, для получения карты следует предъявить 5 чеков на покупки в течение месяца на сумму 1000 руб.).

3. Выдача карт при первой покупке вне зависимости от суммы покупки.

4. Продажа дисконтных карт (в магазинах п/о «Красные Ткачи» дисконтную карту можно приобрести за 250 руб.).

Несмотря на популярность дисконтных программ, большинство экспертов настаивают на том, что дисконт не может быть залогом выстраивания длительных взаимоотношений между клиентом и магазином. В сегодняшних условиях введение дисконтных карт – это не способ «отстройки» от конкурентов, а скорее следование обязательным требованиям игры на розничном рынке. Скидка не предоставляет конкурентных преимуществ, она просто не дает «отставать» от конкурентов, также предлагающих клиентам участие в дисконтных программах. Кроме того, необходимо учитывать, что дисконтные программы, пусть они и не способствуют увеличению уровня лояльности, выполняют ряд дополнительных функций. Так, направления программы лояльности потребительской кооперации ориентированы на членов-пайщиков. Обеспечение представителей указанных слоев населения льготными условиями совершения покупок позволяет одновременно решать несколько задач: привлечение в магазины дополнительных покупателей и выполнение социальных функций. Второй фактор не только положительно влияет на имидж потребительской кооперации, но в ряде случаев позволяет установить хорошие отношения с городскими властями, –

например, применение социальных карт, обладатели которых получают скидки не только в магазинах потребительского общества, но и в ряде сети аптек, парикмахерских, химчисток при предоставлении различных иных бытовых услуг (ремонт обуви, одежды и т.п.). Целесообразно ввести специальные маркетинговые программы, например, «Ветеран», суть которой заключается в предоставлении дополнительной скидки на некоторые социально-значимые категории товаров, еженедельные распродажи новых товаров, «Специальные предложения месяца» (распродажи сезонных товаров) и т.п.

Кроме того, применение дисконтных карт (при использовании информационных систем) позволяет отслеживать динамику совершения покупок, а также (в случае введения персонализированной программы) оценивать реакцию отдельных групп покупателей на проведение рекламных акций, контролировать состав покупок и изменения суммы чека, частоту посещения или величину средней покупки и т. д. Отсутствие анализа и корректировки условий программы лояльности является одной из частых причин «провала» применяемой программы. Рабочая модель строится, исходя из особенностей деятельности потребительской кооперации, т.е. осуществления в первую очередь социальной функции и представляет собой гибкую, чутко реагирующую на все изменения среды пайщиков, систему. Сами по себе программы лояльности работать не будут, необходимо точно понимать, как на них реагируют клиенты. Применение дисконтных карт позволяет создавать достаточно подробные клиентские базы, информацию из которых можно использовать, применяя методы direct marketing (телефонные опросы, адресная почтовая и e-mail-рассылка с сообщением о рекламных акциях, специальных предложениях и т.д.). Использование данных о своих покупателях необходимо для того, чтобы иметь возможность устанавливать более тесные отношения, например, посылая им поздравления с праздником, днем рождения, юбилеем и пр. Выстраивание отношений с покупателем помогает налаживать обратную связь, получать от покупателей советы о возможностях улучшения дизайна или обслуживания в конкретной торговой точке.

Инвестиции в создание дисконтной или бонусной системы в первую очередь предполагают расход на изготовление самих карт. Бланки дисконтной карты потребительского общества «Красные Ткачи» были заказаны в фирме «Стам» (г. Ярославль, ул. Чкалова, 2, офис 909 «а»). Стоимость 1 бланка при минимальном количестве заказа составила 1,5 руб.

Введение более дорогих карт имеет смысл в том случае, если сеть собирается заниматься анализом поведения и предпочтений клиента, в противном случае лучше сэкономить. Покрыть расходы на изготовление карт возможно при их продаже, однако такая практика может оказаться неэффективной, так как потребители будут не готовы платить за получение скидок в будущем. Сделать точные выводы об эффективности программы лояльности достаточно сложно, потому что оценке поддается только «материальный» ответ покупателей, а сама субъективная лояльность (или верность сети) неизмерима. Для материальной оценки программы могут использоваться способы, аналогичные применяемым при оценке «отдачи» от рекламных акций, когда расходы сравнивают с доходами, полученными благодаря увеличению объема продаж. Отличием будет являться только тот факт, что оценка лояльности требует измерений в течение более длительного периода (или постоянно). Таким образом, один из алгоритмов оценки выглядит как: **размер среднего увеличения объема покупки одного лояльного покупателя, умноженный на число клиентов, вовлеченных в программу лояльности.**

Один из вариантов экономии на дисконтных программах – предоставление скидок только на ряд товаров: таким образом решается проблема продвижения отдельных наименований продукции, как и в случае проведения промоакций или распродаж, однако выделяет постоянных покупателей, предназначая эксклюзивные предложения именно им. Основная проблема в этом случае – заставить систему работать, сделав правильные предложения. Эффективной является политика формирования эксклюзивных предложений совместно с оказанием дополнительных услуг. Например, обладание картой постоянного покупателя не только гарантирует возможность приобре-

тения ряда товаров из разных групп со скидкой, но и позволяет воспользоваться дополнительными услугами (доставка кружогобаритных товаров на дом и т.п.).

Эффективное использование дисконтных инструментов подразумевает тщательную проработку каждого из этапов их осуществления, в число которых входят планирование, реализация, контроль и оценка результативности.

Механизм большинства систем лояльности основан на персонализации покупателей. В зависимости от маркетинговых целей дисконтной или бонусной программы персонализация может быть точной (например, именные дисконтные карточки) или групповой (например, предоставление скидок по пенсионным удостоверениям). Наиболее интересным представляется первый способ: именные дисконтные карточки позволяют сохранять в компьютерной системе целый список данных о клиенте: пол, возраст, сведения о семейном положении, номер мобильного телефона и многое другое – именно эти данные, как правило, содержатся в анкете, обязательной для заполнения при выдаче карточки. С одной стороны, эти данные позволяют розничному оператору лучше понять своего потребителя, проведя анализ продаж по клиентам и получив статистические данные об их предпочтениях. С другой стороны (что наиболее перспективно), собранные данные позволяют организовывать избирательный маркетинг: например, за неделю до торжества пригласить именинников на распродажу в магазин посредством SMS-сообщения, сообщений по почте.

Следующий шаг после определения целевой аудитории разрабатываемой схемы – задание условий, при которых система лояльности вступит в действие. Пользователь определяет один из предоставляемых дисконтов или бонусов: это может быть сиюминутная скидка, какой-либо подарок из существующего ассортимента или иное. Точно так же действуют механизмы подарочных сертификатов. Исходя из позиции торгового предприятия, добавляются-оговариваются выкуп, продажа, активация, авторизация, списание, действия в случае возврата товара.

Самый важный этап – анализ эффективности использования предложенной системы лояльности. На основании данных

информационной системы строятся аналитические отчеты, которые позволяют определить, достигнута ли поставленная цель, насколько эффективно решена задача. Методику оценки эффективности определяют маркетологи, которые должны четко поставить задачу – за изменением каких параметров должно вестись наблюдение. Например, если дисконтная программа направлена на стимуляцию продажи определенного товара, необходимо проверить, насколько изменился объем его реализации, складских остатков и др. В некоторых случаях для оценки эффективности следует построить целую серию аналитических отчетов, внимательно изучить их и только после этого делать окончательные выводы. Маркетологи и аналитики потребительского общества должны принять решение продолжить действие дисконтной схемы без изменений, отменить схему целиком или перенастроить какие-либо ее параметры.

Так, в магазинах потребительского общества «Красные Ткачи» продавец на кассовом аппарате пробивает чек с указанием полной стоимости покупаемого наименования товара, затем работает на клавише «Промежуточный итог» и на клавиатуре «Скидка» (скидка на клавише запрограммирована на 5%). Окончательный фискальный итог совпадает с суммой, которая берется с покупателя.

При снятии в конце рабочего дня итога с кассы – на суммирующем счетчике определяется сумма скидки за день. Затем, заведующим магазином эта сумма отражается в товарном отчете в расходе – как сумма скидки или сумма уценки и относится на счет 14 «Резервы под снижение стоимости материалов».

В работе со скидками была опробована различная контрольно-кассовая техника. Сначала были приобретены контрольно-кассовые аппараты «Самсунг». У

них на чеке покупателя видна сумма 5% скидки и общий итог за минусом этой скидки. В настоящий момент более приемлемым аппаратом для работы со скидками считается «АМС-110К».

В некоторых решениях должна присутствовать «изюминка»: какая-либо интересная возможность, отсутствующая у конкурентов. Например, сейчас многие магазины предлагают покупателю подарок при выполнении определенного условия (покупка определенного набора товаров или услуг, предъявление дисконтной карточки или разового купона). При этом покупателю интересен не какой-то конкретный подарок, а возможность самостоятельно выбрать нужную ему вещь из списка доступных. Магазины важно максимально автоматизировать эту операцию, чтобы она была правильно отражена в товарном и бухгалтерском учете и чтобы исключить злоупотребления кассовых работников. Хорошая дисконтная система – это всегда что-то новое, нестандартное. Очень трудно рассчитывать на успех бонусной программы, бездумно скопированной у конкурентов. В этом контексте основная задача типового программного продукта – обеспечить возможность «базового функционала», который может быть гибко настроен и развит при установке продукта. Есть мнение, что самый продуктивный способ реализации маркетинговой политики розничного торгового предприятия – это разработка системы лояльности в два этапа. На первом этапе маркетологи предлагают различные варианты возможных систем лояльности, на втором – программисты в рамках индивидуальных проектов реализуют необходимый функционал в программном обеспечении. В любом случае выбор системы обеспечения программ лояльности – за торговым оператором, а решения на рынке найдутся.

АНАЛИЗ УРОВНЯ БЕЗОПАСНОСТИ ПИЩЕВОГО СЫРЬЯ И ПРОДУКТОВ, СОДЕРЖАЩИХ ГЕНЕТИЧЕСКИ МОДИФИЦИРОВАННЫЕ ОРГАНИЗМЫ

© 2008 Е.Д. Амбросьева*

В статье анализируются пищевые риски, возникающие при возделывании и потреблении генетически модифицированных организмов, являющихся компонентами продуктов питания современного человека.

Биотехнология в настоящее время из разряда проектов перешла в объективную реальность не только в промышленно-коммерческой сфере нашей жизни, но и обычном быту, и стала столь же обыденным явлением как, например, компьютеризация или мобильная телефонная связь.

Одна из сфер современной биотехнологии касается создания, выращивания и использования генетически модифицированных организмов (ГМО). Генетически модифицированный организм – это живой организм любого уровня сложности (от одноклеточных до многоклеточных высших организмов), содержащий генно-инженерный материал (гены, их фрагменты, или комбинацию генов) других организмов, способный к воспроизводству или передаче наследственного генетического материала. Поскольку методически ГМО создают при помощи переноса генетического материала от одного организма к другому, они получили название трансгенных. В настоящее время на промышленной основе выращиваются трансгенные растения и микроорганизмы, однако при существующих темпах развития биотехнологии в будущем можно ожидать и появление в этом ряду представителей животного мира. Встраивание в геном хозяина новых генетических конструкций преследует цель получить новый признак, несвойственный организму-реципиенту, например: устойчивость к

болезням и химическим веществам, губительно действующих на организм; повышенный синтез определенных химических соединений; получение новых потребительских свойств и др.

Повышенный интерес к трансгенным растениям с социальной точки зрения обусловлен тем, что традиционные сельскохозяйственные культуры не обеспечивают питанием все население планеты. Примерно 13 % населения планеты страдает от недоедания и голода, а в свете прогнозов международных экспертов численность населения на Земле неуклонно растет, причем в основном за счет развивающихся стран [19], где сельское хозяйство находится на низком уровне и не в состоянии обеспечить население своих стран продовольствием даже в настоящее время.

Возможно, что за счет культивирования трансгенных растений и можно будет решить проблему голода, однако насколько это безопасно для человечества в настоящее время не может ответить ни одна группа ученых-экспертов, поскольку вместе с новым генетическим материалом организм приобретает не только желаемый признак, но целый набор новых качеств, которые определяются, как свойствами самой встроеной конструкции, так и плейотропным действием нового гена. Все негативные явления и события, происходящие при возделывании и потреблении ГМО, пред-

Амбросьева Елена Дмитриевна – доктор биологических наук, профессор кафедры товароведения, товарного консалтинга и аудита Российского университета кооперации.

ставляют собой потенциальные риски, которые можно объединить в три группы: пищевые, экологические и агротехнические. Поскольку в данной работе нас интересует пищевое сырье и товары, то подробнее остановимся именно на этой группе рисков.

В классификации пищевых рисков выделяют четыре основных направления [3]:

1. Непосредственное действие токсичных и аллергенных трансгенных белков ГМО.

2. Риски, опосредованные плейотропным действием трансгенных белков на метаболизм растений.

3. Риски, опосредованные накоплением гербицидов и их метаболитов в устойчивых сортах и видах сельскохозяйственных растений.

4. Риски горизонтального переноса трансгенных конструкций, в первую очередь в геном симбиотных для человека и животных бактерий (*E.coli*, *Lactobacillus* (*acidophilus*, *bifidus*, *bulgaricus*, *caucasicus*), *Streptococcus thermophilus*, *Bifidobacterium* и др.).

В настоящее время результаты исследования безопасности ГМ пищевого сырья и продуктов нельзя назвать однозначными. Ряд ученых: В.Лебедев [4], Д.Гейтхаус, Ф.Дали, Р.Д.Браун [11], Б. Часси, В. Мозес, А. Макхьюен, В. Гиддингс [16] и другие полагают, что ГМ пищевое сырье и продукты не представляют никакой опасности для здоровья людей, а в некоторых случаях даже полезны. Однако, большая часть ученого мира, основываясь на своих научных исследованиях, придерживается другой точки зрения. А. Пуштан с соавторами, Е. Дриш и Т.Бег-Хансен, Х.С.Мэйсон с соавт. И.В.Ермакова и целый ряд других ученых год за годом публикуют свои результаты исследований, которые не подтверждают столь радужных выводов, а доказывают наличие реальной угрозы ГМО для живых организмов.

Приведем лишь некоторые примеры работ, свидетельствующих о реальной биологической опасности ГМО и ГМ-продуктов питания.

Достоверно установлено, что трансгенная соя, содержащая ген белка 2S альбумина бразильского ореха, обладает повышенным аллергическим потенциалом [12].

Выявлены значимые сдвиги показателей крови (уровень эритроцитов, гемоглобина, гематокрита, ретикулоцитов, лимфоцитов, базофилов; средняя концентрация гемо-

лобина в эритроците; значение протромбинового времени) у крыс, получавших диету с 33 %-ным содержанием ГМ-кукурузы [9].

Трансгенная бактерия – продуцент аминокислоты триптофана, наряду с обычным триптофаном синтезирует в незначительных количествах 1-12-этилен-бис-триптофан, который, попадая в пищу в виде пищевой добавки вместе с обычным триптофаном. Измененная форма триптофана вызывает у потребителей тяжелое заболевание синдромом эозинофилии-миалгии [10].

ГМ-кукуруза марки Starlink не разрешена к употреблению, поскольку вызывает у человека сильнейшие аллергии [14].

При кормлении крыс соевой мукой, полученной из ГМ-сои (линия 40.3.2. устойчивая к гербициду раундапу, трансген CP4 EPSPS) смертность потомков (F_1) превышала 50 %, а выжившие особи, достигшие репродуктивного возраста, страдали бесплодием [2].

ГМ-горох вызывает воспаление легких и изменение состояния иммунной системы у мышей (V. Prescott с соавт. – Австралия, 2005); ГМ-картофель вызывает: а) угнетение иммунной системы, уменьшение веса и патологические изменения во внутренних органах у крыс: разрушение печени, изменения зубной железы и селезенки (А. Pusztai – Великобритания, 1998); б) изменения в желудочно-кишечном тракте крыс: быструю пролиферацию клеток слизистой оболочки (Ewen S.W., Pusztai A. – Великобритания, 1999); в) морфологические изменения в печени, почках, толстой кишке; понижение гемоглобина; усиление диуреза; изменение массы сердца, предстательной железы у крыс (Институт питания РАМН, Россия, 1998) [18].

Исходя из вышесказанного, весьма актуальной является, ставшая уже крылатой, фраза канадского микробиолога профессора Д. Фейгана: «Использовать сегодня трансгенные продукты в пищу все равно, что играть всем миром в «русскую рулетку» [17].

Потенциальные и реальные риски, связанные с ГМО, заставляет правительства государств регламентировать выпуск, импорт и использование пищевого сырья и продуктов с использованием ДНК-технологий. В Российской Федерации вопросы, связанные с использованием ГМО, регулируют более

100 законодательных актов, основополагающими из которых являются: Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», Федеральный закон от 5 июля 1996 г. № 86-ФЗ «О государственном регулировании в области генно-инженерной деятельности» и Федеральные законы о внесении изменений в вышеуказанные законы (соответственно от 25.10.2007 № 234-ФЗ и от 12.07.2000 № 96-ФЗ). Пороговым уровнем содержания ГМО в пищевых продуктах в России, как и в странах ЕС, является 0,9% [8], содержание ГМО в количествах превышающих это значение должно быть отражено на этикетке продукта. При этом следует отметить, что в разных странах нет единого мнения о безопасной концентрации ГМО в пищевых продуктах, например, в странах ЕС пороговое значение, подлежащее маркировке является 0,9%, в Австралии и Японии – 5% (как было в нашей стране до 2007 г.), в США, Канаде, Аргентине – продукты, содержащие ГМО, не маркируются.

По официальным данным, в Российской Федерации в настоящее время не выращиваются трансгенные культуры в коммерческих целях, при этом 14 из них – 6 сортов кукурузы, 3 сорта сои, 3 сорта картофеля, 1 сорт сахарной свеклы, 1 сорт риса – прошли полный цикл всех необходимых исследований и разрешены к использованию в производстве пищевой продукции [7]. Учитывая тот факт, что в настоящее время в разных странах к использованию разрешено более 120 видов трансгенных растений, а импортное пищевое сырье и продукты по-прежнему является значимой частью российского рынка, в нашей стране утвержден список пищевых продуктов, подлежащих маркировке на предмет содержания ГМО [1] (табл. 1).

ГМО можно разделить на следующие категории:

1. Продукты, содержащие ГМ-ингредиенты (как правило, это пищевые добавки).

2. Продукты переработки трансгенного сырья.

3. Трансгенные растения (овощи и фрукты в натуральном виде).

Все они в той или иной степени содержат генетически модифицированные компоненты и должны подвергаться экспертизе. Анализ сырья и пищевых продуктов в

нашей стране возложен на ФГУЗ «Центры гигиены и эпидемиологии», в состав которых должны входить лаборатории по качественному и количественному исследованию пищевых продуктов на наличие ГМО. Систематические исследования пищевого сырья и продуктов, содержащих ГМО, проводятся в нашей стране с 2003 г. (табл.2).

Данные по анализу импортируемого сырья и продуктов в современных источниках весьма ограничены, однако можно привести следующие цифры: в 2003 г. было выявлено 15,0% проб, содержащих ГМО, в 2004 г. – 14,5% [7].

Несмотря на ежегодное увеличение количества исследованных образцов (табл. 2), следует отметить, что общее число анализов даже в 2006 – 2007 гг. является весьма недостаточным для такой страны как Российская Федерация, поскольку в оборот пищевого рынка ежегодно поступают сотни тысяч партий различных наименований пищевых продуктов. Одна лаборатория по исследованию пищевых продуктов на наличие ГМО может исследовать около 2000 образцов в год (в расчете на 2–3 сотрудника) и если хотя бы каждый десятый «Центр гигиены и эпидемиологии» был оснащен для количественного и качественного определения рекомбинантной (генетически модифицированной) ДНК, и работал бы на полную мощность, этого было бы достаточно для объективной оценки потребительского рынка пищевых продуктов. В связи с таким положением дел Главный санитарный врач РФ постановил: «Считать осуществление надзора за пищевыми продуктами, полученными из ГМО, приоритетным направлением деятельности на 2008 г.; Усилить государственный надзор за производством и оборотом пищевых продуктов, содержащих ГМО; Обеспечить выполнение необходимых лабораторных исследований по исследованию пищевых продуктов, содержащих ГМО; Осуществлять в средствах массовой информации и среди населения разъяснительную работу по вопросам безопасности пищевых продуктов, полученных из ГМО, и прав потребителей на получение полной и достоверной информации» [8].

Наибольший удельный вес пищевых продуктов, содержащих компоненты ГМО, приходится на Уральский, Приволжский и Центральный Федеральные округа (табл. 3).

Таблица 1 – Пищевые продукты, полученные из генетически модифицированных источников (ГМИ)

| Сырье | Этикетирование пищевых продуктов | |
|-----------------|--|--------------------------------------|
| | требуется 2 | не требуется 3 |
| 1 | | |
| Соя | бобы | Масло рафинированное |
| | проростки | Лецитин |
| | Концентрат белка* и его текстуриров. формы | Фруктоза |
| | Изолят белка* | |
| | Гидролизат белка* | |
| | Мука* и ее текстурированные формы | |
| | Соевое молоко* | |
| | Сухое соевое молоко* | |
| | Консервированная соя | |
| | Вареные бобы | |
| | Жареные бобы | |
| | Жареная мука | |
| | Ферментированные соевые продукты | |
| | Паста и продукты из нее | |
| Соус | | |
| Кукуруза | Кукуруза (мука, крупа и др.) | Масло рафинированное |
| | Замороженная и консервированная | Крахмал |
| | Попкорн | Мальтодекстрины |
| | Чипсы | Сироп из крахмала |
| | Мука, содержащая кукурузную муку > 5% | Глюкоза |
| | | Фруктоза Патока и др. олигосахара |
| Картофель | Картофель для прямого потребления | Крахмал |
| | Полуфабрикаты быстрозамороженные | Глюкоза |
| | Пюре сухое | Патока и др. олигосахара |
| | Хлопья | |
| | Чипсы | |
| | Крекеры (полуфабрикаты) | |
| | Продукты обжаренные | |
| | Хворост, в ломтиках, соломкой | |
| | Концентрат из картофеля: мука, пюре картофельное, не требующее варки | |
| | Продукты быстрого приготовления | |
| | Картофель сушеный | |
| | Консервы из картофеля | |
| | Меласса | |
| Томаты | Томаты (натуральные, консервированные) | |
| | Паста | |
| | Пюре | |
| | Сок, напитки | |
| | Соусы, кетчупы. | |
| Кабачки | Кабачки в натуральном виде | |
| Дыня | Дыня в натуральном виде | |
| Папайя | Папайя в натуральном виде | |
| Цикорий | Продукты содержащие цикорий | |
| Пищевые добавки | Произведенные из ГМИ | |
| БАДы | Содержащие ГМИ-компоненты | |
| Рапс | | Масло** |
| Лен | | Масло** |
| Хлопок | | Масло** |

* - и продукты, полученные с (или из) использованием данного пищевого сырья или продукта.
** - и продукты его содержащие.

Таблица 2 – Наличие в пищевых продуктах компонентов, полученных с применением ГМО

| Год исследования | Количество исследований | | |
|------------------|-------------------------|---------------------|------|
| | всего образцов | из них содержат ГМО | |
| | | образцов | % |
| 2003 | 4300 | 511 | 11,9 |
| 2004 | 12956 | 1552 | 12,0 |
| 2005 | 18872 | 1443 | 7,6 |
| 2006 | 37879 | 1452 | 2,7 |
| 2007 (9мес.) | 29816 | 652 | 2,2 |

Таблица 3 – Удельный вес пищевых продуктов, содержащих ГМО, в отдельных федеральных округах РФ

| Федеральный округ | Доля продуктов, содержащих ГМО, % | | |
|-------------------|-----------------------------------|---------|---------|
| | отечественные продукты | | импорт |
| | 2004 г. | 2005 г. | 2004 г. |
| Уральский | 22,51 | 11,2 | 22,37 |
| Приволжский | 15,61 | 8,4 | 26,78 |
| Центральный | 13,94 | 8,2 | 24,11 |
| Сев.-Западный | - | 11,7 | - |
| Сибирский | - | 8,0 | - |

Таблица 4 – Распространение ГМО в пищевых продуктах

| Продукт | Доля продуктов, содержащих ГМО, % | | | | |
|-------------------------|-----------------------------------|------|------|------|------|
| | Год исследования | | | | |
| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
| Мясные продукты | 14,8 | 20,5 | 15,8 | 6,6 | 3,8 |
| Птицеводческие продукты | 29,5 | 15,4 | 9,1 | 3,8 | 5,6 |
| Молочные продукты | - | - | - | 1,3 | 5,1 |
| Прочие* | 16,4 | 16,7 | 10,8 | 3,9 | 3,3 |

* - в основном растительные белки

Таблица 5 – Площади пахотных земель в мире, занятые трансгенными растениями

| Год | Площадь*, млн. га | Доля от всех пахотных земель, % | Прирост к предыдущему году, % |
|------|-------------------|---------------------------------|-------------------------------|
| 1996 | 1,7 | 0,2 | - |
| 1997 | 11,0 | 1,1 | 547 |
| 1998 | 27,8 | 2,8 | 153 |
| 1999 | 39,8 | 4,0 | 43 |
| 2000 | 44,2 | 4,4 | 11 |
| 2001 | 52,6 | 5,3 | 19 |
| 2002 | 58,7 | 5,9 | 12 |
| 2003 | 70,0 | 7,0 | 19 |
| 2004 | 81,0 | 8,1 | 16 |
| 2005 | 90,0 | 9,0 | 11 |
| 2006 | 102,0 | 10,2 | 13 |
| 2007 | 114,3 | 11,4 | 12 |

* - цитировано по [15]

При этом следует отметить, что в ряде округов проводились лишь единичные анализы по обследованию пищевого сырья и продуктов на наличие ГМО – в Республике Алтай, Владимирской, Свердловской, Томской, Сахалинской областях, а в некоторых регионах исследования не проводились вовсе – Ингушетии, Республике Саха (Якутия), Северной Осетии, Тамбовской, Мурманской, Ульяновской, Кировской областях, Ненецком, Коми-Пермяцком, Ханты-Мансийском, Таймырском, Эвенкийском, Усть-Ордынском, Агинском Бурятском, Чукотском, Корякском автономных округах, Еврейской автономной Республике [6, 13]. Эта информация соответствует 2005 г. и хочется надеяться, что за последние 2,5 года она существенно изменилась в лучшую сторону.

Из официальных данных, представленных в табл. 4, видно, что содержание ГМО в пищевых продуктах разной технологической направленности в 2007 г. колебалась в пределах 3,3–5,6%, причем в наибольшей степени ГМО попадают в птицеводческие и молочные продукты [8].

Анализируя вышеприведенные данные, следует отметить, что с одной стороны динамика увеличения за 5 лет примерно в 10 раз количества исследованных образцов (табл. 2) свидетельствует о реальном участии государственных структур в контроле безопасности пищевого рынка, а снижение количества пищевого сырья и продуктов, содержащих ГМО за 5 лет почти в 5 раз – о

снижении на потребительском рынке продуктов, имеющих отношение к трансгенным технологиям. С другой стороны, подобное снижение на потребительском рынке доли продуктов, содержащих ГМО, вряд ли соответствует действительности. Эти сомнения имеют под собой достаточно серьезную почву. Дело в том, что посевные площади в мире, занятые трансгенными культурами, растут от года к году (табл.5) и за последние 12 лет засеянные площади возросли в 67 раз. А если учесть тот факт, что реальный мировой резерв пахотнопригодных земель составляет около 1 млрд. гектаров [5], то в 2007 г. уже каждый десятый гектар сельскохозяйственных угодий (в среднем) был засеян трансгенными растениями.

Отсюда следует, что и урожай, полученный с этих полей возрастал от года к году, а продуктовый рынок должен был насыщаться товарами, в состав которых в той или иной степени входили трансгенные растения.

Более того, существенно изменилась география выращивания трансгенных растений. В 2002 г. основными «поставщиками» ГМ-растений были четыре страны – США, Аргентина, Канада и Китай, на долю которых приходилось более 99% всех засеянных трансгенными культурами площадей (рис 1). К 2007 г. сельскохозяйственные угодья, занятые трансгенными растениями увеличились вдвое, причем к производителям добавились Бразилия – 12% пашни, занятой трансгенными растениями; Индия – 5%; Па-

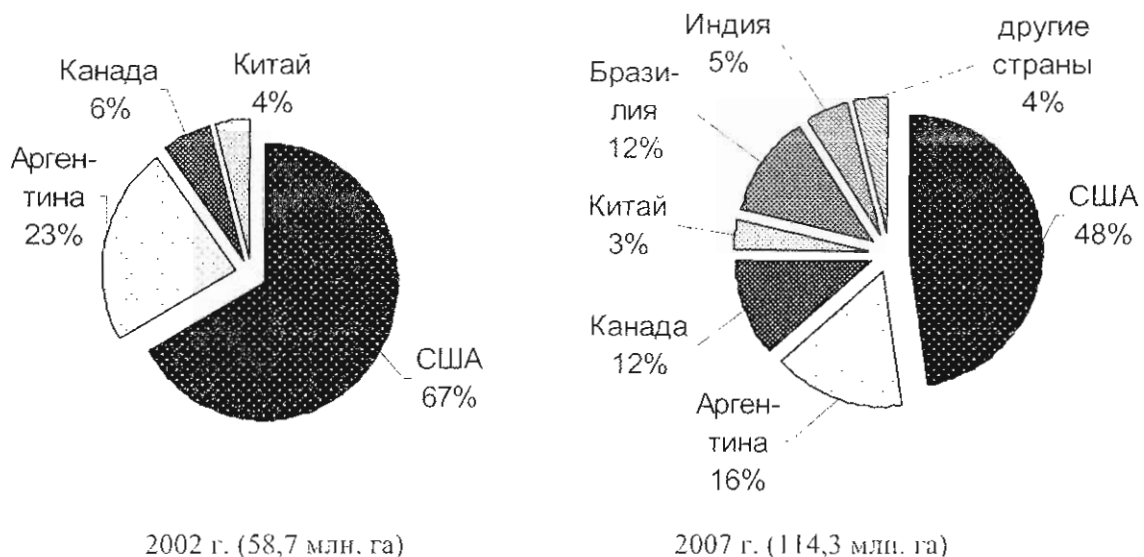


Рисунок 1 – Относительные площади возделывания трансгенных культур

рагвай – 2,1%; ЮАР – 1,5%; Уругвай – 0,4%; Филиппины – 0,2%; Австралия – 0,1%; Испания – 0,1%; Мексика – 0,1%; Чили, Франция, Гондурас, Чехия, Португалия, Германия, Словения – в каждой стране менее 0,1% [15].

Такое распространение сельскохозяйственных ГМ-растений непременно повлечет за собой увеличение не только притока в количественном отношении продуктов, содержащих генетически модифицирован-

ный материал, но и в значительной степени разнообразит источники импорта в нашу страну данного пищевого сырья и товаров. В связи с этим рядовому потребителю остается рассчитывать только на то, что государство возьмет на себя реальный контроль за потоками ГМО содержащих продуктов, а производители и реализаторы пищевых товаров будут в строгости исполнять законы и постановления государства.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов. СанПиН 2.3.4.1078-01. – М., 2002. – 215 с.
2. Ермакова И.В. Влияние ГМО на млекопитающих и их потомство // www.oagb.ru
3. Куликов А.М. ГМО и риски их использования. 2005 // www.oagb.ru
4. Лебедев В. Миф о трансгенной угрозе // Наука и жизнь. – 2003. – № 11. – С.66 – 72; № 12. – С.74 – 79.
5. Максаковский В.П. Географическая картина мира. Региональная характеристика мира. Изд. 3-е. – М.: Дрофа, 2007. Т. 2. – 480 с.
6. Письмо Роспотребнадзора от 03.06.2005 № 0100 / 4232-05-32 «Об усилении надзора за пищевыми продуктами, содержащими ГМО».
7. Письмо Роспотребнадзора от 14.11.2005 № 0100 / 9868-05-32 «Об усилении надзора за пищевыми продуктами, содержащими ГМО».
8. Постановление Главного Государственного врача РФ от 30.11.2007 № 80 «О надзоре за оборотом пищевых продуктов, содержащих ГМО».
9. Пуштан А. Кормление крыс генетически модифицированной кукурузой // Аграрная Россия. 2005. № 1. С. 45 – 48.
10. Bernard R., Glick Jack, Pasternak J. Molecular Biotechnology. Principles and Applications of Recombinant DNA. ASM PRESS, Washington, D.C., 1998. 589 p.
11. BINAS Monitor, in BINAS News, 1999, vol.5, Iss.1&2, pp. 12 – 19 // www.binas.unido.org
12. Nordlee J.A., Taylor S.E., Townsend J.A., Thomas E.A., Bush R.K. Identification of Brazil nut allergen in transgenic soybeans. N. Engl. J. Med. - 1996. - vol.334, № 11, pp. 666 – 692.
13. www.cbio.ru
14. www.ecopravo.scu.ru
15. www.isaaa.org
16. www.gmo.ru
17. www.moscvichka.ru
18. www.oagb.ru
19. www.stra.teg.ru

СЛУЖБА КОНТРОЛЛИНГА В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РОССИИ

© 2008 Е.П. Чирков, Н.В. Шерпаев*

В статье рассматриваются пути совершенствования информационных ресурсов в организациях потребительской кооперации, в основе которых лежит схема контроллинга с автоматизацией рабочего места специалиста, направленная на улучшение оперативного управления.

Концепция развития потребительской кооперации Российской Федерации до 2015 года, принятая 134 Общим собранием представителей потребительских обществ, предусматривает модернизацию структуры управления с ориентацией на экономический рост и повышение эффективности работы в целом. Анализ современного состояния управления в потребительской кооперации позволил выявить ряд проблем, мешающих эффективному развитию потребительской кооперации как единой системы.

Одной из наиболее важных задач построения системы управления в потребительской кооперации является создание единой информационной системы, позволяющей принимать управленческие решения по уровням и включающей:

- полные и достоверные сведения о пайщиках: их количестве, размерах взносов, деятельности в потребительском обществе, возможностях по участию в заготовительной деятельности, приобретению товаров в торговых точках потребительской кооперации, личных материальных потребностях и т.п.;

- полные и достоверные сведения по управлению;

- данные о производстве товаров и услуг, возможностях организаций потребительской кооперации по распределению и перераспределению товаров и услуг.

Эффективное управление различными производственными и коммерческими системами основано на рациональном использовании информации. Управление в своей сущности есть подготовка, принятие и осуществление цели последовательных решений управляющей системы на основе информации, отражающей состояние управляемого объекта и окружающей среды, а также степень исполнения (или невыполнения) принятых управленческих решений. Информационный процесс представляет собой здесь процесс передачи сообщений между передающей и принимающей системами. В результате управляющих воздействий происходит изменение разнообразия состояний принимающей системы.

В деятельности организаций потребительской кооперации, также как и в деятельности производственных систем, представляющих собой комплексы большого числа повседневно связанных и взаимодействующих ее подразделений, расположенных разрозненно, передача информации является непрерывным и первостепенным фактором нормального их функционирования. При этом особое значение приобретает обеспечение оперативности и достоверности сведений.

Информационные потоки – это физическое перемещение информации от одного сотрудника организации к другому или одного подразделения организаций потреби-

Чирков Евгений Павлович – доктор экономических наук, профессор Брянского филиала Российского университета кооперации, Заслуженный экономист Российской Федерации.

Шерпаев Николай Васильевич – кандидат педагогических наук, доцент Брянского филиала Российского университета кооперации.

тельской кооперации к другому. Наиболее остро проблема оптимизации информационных потоков стоит в крупных организациях потребительской кооперации, так как они оперируют большими объемами информации. В таких организациях имеется сложная структура документооборота, что затрудняет ведение оперативного учета и быстрое принятие управленческих решений.

Получение необходимых материалов для анализа информационных потоков весьма трудоёмкий процесс и требует для обеспечения этих работ использования информационных систем (ИС). Однако, ввиду специфики отрасли, в которой действует та или иная организация потребительской кооперации, сложно спроектировать и проанализировать систему взаимодействия подразделений и организаций.

В конце XX в. при разработке ИС достаточно широко применялась структурная методология, предоставляющая в распоряжение разработчиков строгие формализованные методы описания ИС и принимаемых технических решений. Она основана на наглядной графической технике: для описания моделей ИС используются схемы и диаграммы. Наглядность и строгость средств структурного анализа позволяла разработчикам и будущим пользователям системы с самого начала неформально участвовать в ее создании, обсуждать и закреплять понимание основных технических решений. Однако широкое применение этой методологии и следование ее рекомендациям при разработке конкретных ИС встречалось достаточно редко, поскольку при неавтоматизированной (ручной) разработке это практически невозможно. Ручная разработка обычно порождала следующие проблемы:

- неадекватная спецификация требований;
- неспособность обнаруживать ошибки в проектных решениях;
- низкое качество документации, снижающее эксплуатационные качества;
- затяжной цикл и неудовлетворительные результаты тестирования.

Отмеченные факторы способствовали появлению программно-технологических средств специального класса – CASE-средств, реализующих CASE-технологии создания и сопровождения ИС.

Под термином CASE (Computer Aided Software Engineering) понимаются программные средства, поддерживающие процессы создания и сопровождения ИС, включая анализ и формулировку требований, проектирование прикладного ПО (приложений) и баз данных, генерацию кода, тестирование, документирование, обеспечение качества, конфигурационное управление и управление проектом, а также другие процессы. CASE-средства вместе с системным ПО и техническими средствами образуют полную среду разработки ИС.

Для успешного внедрения CASE-средств организация должна обладать следующими качествами:

Технология. Понимание ограниченности существующих возможностей и способность принять новую технологию;

Культура. Готовность к внедрению новых процессов и взаимоотношений между разработчиками и пользователями;

Управление. Четкое руководство и организованность по отношению к наиболее важным этапам и процессам внедрения.

Одним из базовых понятий методологии проектирования ИС является понятие жизненного цикла ее программного обеспечения (ЖЦ ПО). Жизненный цикл программного обеспечения – это непрерывный процесс, который начинается с момента принятия решения о необходимости его создания и заканчивается в момент его полного изъятия из эксплуатации.

Структура ЖЦ ПО по стандарту ISO/IEC 12207 базируется на трех группах процессов:

- основные процессы жизненного цикла: приобретение, поставка, разработка, эксплуатация, сопровождение;
- вспомогательные процессы, обеспечивающие выполнение основных процессов: документирование, управление конфигурацией, обеспечение качества, верификация, аттестация, оценка, аудит, решение проблем;
- организационные процессы, управление проектами: создание инфраструктуры проекта, определение, оценка и улучшение жизненного цикла, обучение.

Методологии, технологии и инструментальные средства проектирования составляют основу проекта любой информационной системы. Методология реализу-

ется через конкретные технологии и поддерживающие их стандарты, методики и инструментальные средства, которые обеспечивают выполнение процессов жизненного цикла.

Для создания системы информационных потоков в организациях потребительской кооперации необходимо:

- проанализировать существующий в организации документооборот;
- определить структуру информации, которую необходимо предоставлять;
- разработать новую систему документооборота.

В структуру информации необходимо включить, в первую очередь, общий перечень циркулирующих в организации документов. Все документы, которые включаются в информационный поток, можно разделить на входящие, исходящие, а также внутренние финансовые и внутренние служебные.

Анализ движения документов в ряде организаций потребительской кооперации Брянской области показывает, что имеется ряд существенных недостатков в ведении документооборота. Одним из наиболее значительных недостатков документооборота является наличие одинаковых документов, которые представляет подразделение параллельно разным службам организации, что ведет к дублированию учетных функций. Передко наблюдается искажение оперативной информации представляемой специалистами руководителю организации.

Следует также отметить, что труд управленцев практически всех уровней в организациях потребительской кооперации организован не лучшим образом. Проведенные нами исследования позволяют сделать следующие выводы: во-первых, все категории должностных лиц много работают с документами; во-вторых, только исполнители (работники финансово-экономических служб и бухгалтерии), основное время заняты по главному назначению – обработке документов и ведению учета; в-третьих, крайне малые доли времени на принятие решений у руководителей и аналитическую работу у специалистов. Поэтому довольно остро стоит вопрос по оптимизации потоков информации используемой для функций управления организацией потребительской кооперацией.

Особую роль в этом случае играет контроллинг, понимаемый как управление будущим для обеспечения длительного функционирования организаций потребительской кооперации и их структурных единиц. В связи с этим, мы предлагаем ввести в схему информационных потоков организации потребительской кооперации службу контроллинга, функция управления которого базируется на ведении оперативного учета и, соответственно, быстрого принятия управленческих решений. Это позволит избежать дублирования функций и искажения информации. Основными задачами контроллинга являются: совершенствование системы информационных потоков, изменение алгоритмов прохождения документов, автоматизации передачи информации, получение реальной оперативной информации (рис. 1).

Внедрение службы контроллинга в организациях потребительской кооперации должно происходить по трем направлениям:

- подготовительный этап (изучение текущего состояния организации, экспресс-анализ);
 - этап внедрения диспетчерской службы;
 - этап автоматизации (создание автоматизированного рабочего места специалиста).
- Информация, которая собирается в системе контроллинга для обработки и анализа, должна отвечать следующим требованиям:
- своевременности, т.е. информация по затратам, выручке прибыли (убытка) должна поступать тогда, когда еще имеет смысл её анализировать;
 - достоверности, т.е. соответствие реальности;
 - релевантности, т.е. информация должна помогать принимать решения;
 - полезности (эффект от использования информации должен перекрывать затраты на её получение);
 - полноте, т.е. не должно быть упущений;
 - понятности, т.е. информация не должна требовать «расшифровки»;
 - регулярности поступления, т.е. поступления в определенные сроки.

Опыт внедрения службы контроллинга в ряде организаций потребительской кооперации России показывает, что наибо-

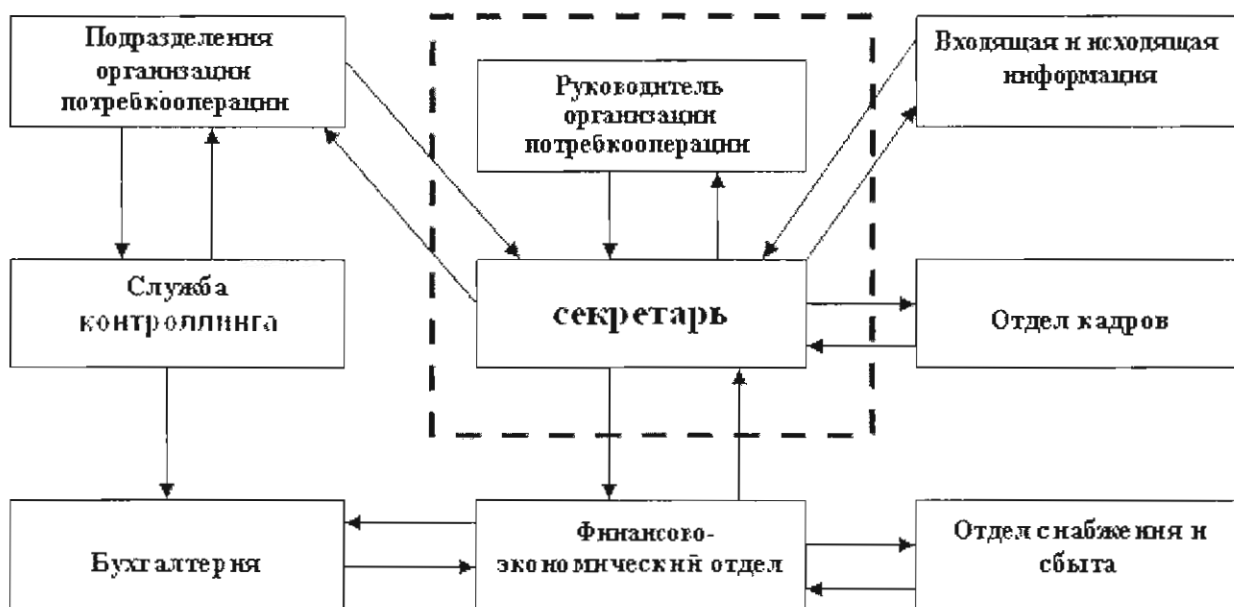


Рисунок 1 – Схема информационных потоков в организациях потребительской кооперации

более рациональным является следующий состав службы: начальник службы контроллинга; диспетчер-куратор подразделений; диспетчер-специалист по управленческому учету; диспетчер-специалист по информационным системам. Для каждого из них должны быть определены свои должностные инструкции, и в то же время должен соблюдаться командный принцип работы, когда какое-то крупное аналитическое задание сотрудники службы контроллинга выполняют все вместе, разделяя функции и помогая друг другу.

Анализ системы информационных потоков в ряде организаций потребительской кооперации показывает, что структура документооборота в них сложна и имеет ряд недостатков: документы проходят слишком медленно; нет ответственных за подготовку документа в целом, каждая служба отвечает только за часть документа. Поэтому необходимо произвести изменения во всей информационной системе организации (оптимизировать потоки информации, усовершенствовать график документооборота бухгалтерии, обязать специалистов и руководителей подразделений организации потребительской кооперации своевременно подавать текущую информацию), поскольку служба контроллинга опирается на информацию из общей системы. Кроме того, разобравшись в системе информационных потоков организации можно обнаружить мно-

го «узких мест», лишних звеньев, которые можно устранить.

В рамках работы по внедрению системы контроллинга происходит перестройка и оптимизация всей системы информационных потоков (всего экономического документооборота) в организации. Такая перестройка выходит за рамки контроллинга, но на практике такую задачу необходимо решать для достижения удовлетворительного результата в системе собственного контроллинга. И, наконец, существует задача автоматизации бухгалтерии и других финансово-экономических служб организации.

Таким образом, информационное обеспечение оперативного управления и контроллинга должно осуществляться на основе информационной системы организации путем использования недокументированной и документированной информации с помощью специальных технологий поиска, сбора, передачи, хранения, обработки, передачи и представления информации. Информационная среда контроллинга и управления в организациях потребительской кооперации выглядит следующим образом (рис. 2).

Внедрение службы контроллинга и своевременных систем поддержки принятия решений в организациях потребительской кооперации позволит:

- объяснить усложняющиеся экономические проблемы организации и подвергнуть их оперативному анализу;



Рисунок 2 – Информационная среда контроллинга

- обеспечить информационную поддержку управления бизнес-процессами по устанавливаемым целям;

- проанализировать и предложить возможные решения по реструктуризации и развитию организации.

Система обеспечивает сопоставление плановых и фактических значений контролируемых показателей, основанное на плане развития организации и налаженной, хорошо структурированной системе управленческого учета. При этом должен соблюдаться цикл поддержания управленческих решений «план – организация выполнения – учет – контроль – анализ – регулирование».

Стержнем информатизации службы контроллинга является система сбора, хранения и обработки информации, конструктивно служащая надстройкой над учетными внутрихозяйственными информационными системами. Она призвана обеспечить принятие обоснованных решений руководством в соответствии с миссией организации, её стратегическими и тактическими целями производства.

Основой такой системы являются:

- доставка систематических данных и информации аналитического и сводного характера, как из внутренних, так и из внешних источников для экономических и финансовых оценок, сопоставление планов, разработка моделей и составление прогнозов в бизнесе;

- информирование и эксплуатация во взаимодействии с руководством соответствующей системы информационных, финансовых, математических и эвристических моделей экономических и финансовых процессов.

Система должна обеспечить методическую и информационную поддержку принятия решений по ключевым финансово-экономическим вопросам высшим руководством и менеджерами среднего звена организации на основе оперативного анализа и прогноза финансовых и экономических показателей. Это предполагает ситуационное и регламентное прогнозирование, мониторинг, анализ и корректировку деятельности организаций потребительской кооперации и её подразделений в разрезе предоставляемых товаров и услуг, обслуживаемых клиентов с учетом оценки состояния рынков и условий конкуренции на них.

Предложенные мероприятия позволяют:

- полностью автоматизировать сбор важной для управления организацией информации;

- проводить фильтрацию и анализ общего потока оперативных данных, агрегируя полученные результаты и преобразуя их в управленческую информацию;

- получать мгновенный доступ к любой информации в системе;

- обеспечить многопользовательский режим работы, включая децентрализованное использование.

Таким образом, внедрение системы оперативного информационного обеспечения текущего управления организацией потребительской кооперации будет способствовать сбору и обработке информации о возникшей при работе проблемной ситуации и формулировке соответствующих задач; сбору и обработке информации, необходимой для решения поставленных задач; сбору и анализу информации об имеющихся ресурсах (материальных кадровых, временных,

информационных и др.); организационному и документационному оформлению выбранного варианта решения; доведению информации о принятом решении до конкретных исполнителей; сбору информации о результатах реализации данного решения, анализу и доведению её до заинтересованных руководителей; предоставлению необходимой информации подразделениям и руководителям, осуществляющим планирование и календарно-плановое руководство.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Закон РФ от 19.06.1998. №3085-1 (ред. 21.03.2002) «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации».
2. Гришин В.Н., Панфилова Е.Е. Информационные технологии в профессиональной деятельности. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2007.
3. Концепция развития потребительской кооперации Российской Федерации до 2015 года // Деловой вестник. Специальный выпуск. 2008. № 4.
4. Кравченко Т.К., Пресняков В.Ф. Инфокоммуникационные технологии управления предприятием. М.: ГУ ВШЭ, 2003.
5. Куминов В. ERP и MES: Стратегия и тактика производственного управления // КОМПАС промышленной реструктуризации. – 2004. – № 6.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ РИСКОВ ПРИ ТОРГОВОМ ОБСЛУЖИВАНИИ КЛИЕНТОВ

© 2008 А.А. Спивак*

По мнению автора, наиболее эффективным средством избежать негативных последствий или снизить их уровень, являются прямые управленческие воздействия на факторы риска, использование внутрифирменных способов их регулирования.

После проведения количественной оценки рисков вырабатываются мероприятия по минимизации и предотвращению рисков. В связи с этим большое значение приобретает процесс разработки и реализации механизма регулирования рисков, включающий в себя комплекс методов, которые предупреждают, устраняют и сводят к минимуму вероятные потери от рискованной деятельности в сфере торговли.

В теории и практике анализа, оценки и регулирования рисков существует значительное количество методов воздействия на риск. Те из них, которые могут быть применены в торговой деятельности, по нашему мнению, приведены на рис. 1.

Отказ от риска является радикальным методом уменьшения негативных последствий рискованной деятельности. Он применим в ситуациях, когда отказ от действий, связанных с риском, принципиально возможен. Конечно, отказ от участия в торговых операциях, грозящих осложнениями, влечет за собой недополучение прибыли. Однако, он является распространенным в торговой практике методом снижения риска. Это связано с тем, что торговая организация предпочитает стабильность своей деятельности, отказываясь от взаимодействия с ненадежными партнерами или от ведения торговых операций, связанных с высоким уровнем опасности. Данный метод целесообразно использовать, если имеет место значительная

вероятность наступления неблагоприятных последствий от торговой деятельности.

Еще одно направление минимизации риска в деятельности торговых организаций представлено группой методов компенсации риска. По виду воздействия эти методы относят к упреждающим способам управления. Они более трудоемки, их применению предшествует значительная аналитическая работа, от полноты и тщательности которой зависит эффективность используемых средств.

Одним из методов минимизации риска этого типа является стратегическое планирование. Как средство компенсации риска стратегическое планирование дает ощутимый эффект в том случае, если процесс разработки стратегии пронизывает буквально все направления деятельности торговой организации. По нашему мнению, работы по стратегическому планированию деятельности, которым, как правило, предшествует детальное исследование потенциала торговой организации, снимут значительную часть неопределенности, позволят предупредить ослабление позиций организации в своем сегменте рынка, заранее идентифицировать факторы риска и на этой основе разработать комплекс компенсирующих мероприятий.

Разновидностью методов компенсации риска является прогнозирование факторов риска, то есть перспективная оценка состояния внешней и внутренней среды торговой организации, прогнозирование поведе-

*С п и в а к Аиша Александровна – кандидат экономических наук, доцент
Российского университета кооперации.*



Рисунок 1 – Методы регулирования риска деятельности торговой организации

ния поставщиков, покупателей, конкурентов, изменений в секторах и сегментах рынка, на которых она ведет свою деятельность.

Процесс применения любого управленческого решения в сфере торговли происходит в условиях неопределенности результатов, ограниченной, недостаточно полной и верной информации. Эта информация включает осведомленность о наличии и величине спроса на товары и услуги, предлагаемые торговой организацией, о финансовой устойчивости и платежеспособности потенциальных партнеров и т.д. Следовательно, недооценка информации является одним из существенных факторов, увеличивающих уровень риска торговой деятельности. Неосведомленность руководителей торговых организаций является зачастую причиной серьезных потерь.

В условиях недостаточности информации для точного выбора решения возможны две альтернативы: принимать решение в условиях большой неопределенности, которая может привести в результате неверно принятого решения к большим потерям в деятельности торговой организации, или, прежде чем принимать решение, предпринять дополнительное исследование с целью уменьшения неопределенности в оценке риска. Очень важно при

этом правильно оценить стоимость такого дополнительного исследования.

Стоимость полной информации определяется как разность между ожидаемой стоимостью какой-либо торговой сделки в условиях полной информации и ожидаемой стоимостью, когда информация неполная. Поэтому одним из методов минимизации риска торговой деятельности является получение полной информации о предстоящей сделке.

В группе методов компенсации риска в торговой деятельности выделяют само-страхование – создание натуральных запасов товаров и денежных фондов для возмещения возможных убытков. Формирование резервных фондов связано с возможностью покрыть риски непредвиденных убытков и потерь в будущем. В торговой практике средства фонда риска могут быть направлены на возмещение потерь, вызванных рисками хищений, недостач, порчи имущества, балансовых убытков и др.

Необходимо отметить, что в настоящее время торговые организации отдают предпочтение финансовым резервам перед товарными. Финансовые резервы формируются в виде накопления собственных денежных страховых фондов, использования залогов на случай непредусмотренных затрат и т.д.

В сфере торговли во многих странах существует система уценок, которая направлена на более быструю продажу товаров. Для этого у руководителей торговых организаций имеется фонд риска, нормативы образования которого зависят от вида товаров. За счет фонда риска происходит покрытие расходов по снижению цен и распродаже неходовых товаров.

Торговые организации нашей страны все снижения цен на товары производят за счет чистой прибыли. Продать товар ниже себестоимости предприятие торговли не имеет право по налоговому законодательству.

Фонд риска может образовываться как определенный процент от товарооборота, от суммы собственного капитала, от чистой прибыли.

Образование резервных фондов, по нашему мнению, с одной стороны выгодно торговым организациям, так как гарантирует покрытие убытков и недостач на предприятии без привлечения заемных средств. Но в то же время средства этого фонда могут быть использованы только строго по назначению, а, значит, являются отвлеченными из экономического оборота капиталом, не приносящим дохода.

Самострахование, как прием компенсации риска торговой деятельности, не избавляет от риска, но способствует значительному снижению его уровня, повышает финансовую устойчивость торговой организации.

Торговая организация может использовать в качестве метода компенсации риска маркетинговые исследования. Обеспечивая объективную информацию о себе и конкуренте, осуществляя сравнения, правильно оценивая ситуацию на рынке и прогнозируя ее развитие, торговая организация получает определенные конкурентные преимущества и тем самым снижает уровень торгового риска, получает возможность найти для себя соответствующий сегмент рынка или рыночную нишу, выбрать правильное направление деятельности, установить оптимальный уровень цен и т.д.

Следующий метод минимизации риска деятельности торговых организаций – передача риска. Возможно выделить следующие причины, по которым передача риска выгодна как для торговой организации, передающей риск, так и для организации принимающей его:

– потери, которые велики для торговой организации, передающей риск, могут быть незначительны для стороны, принимающей на себя этот риск;

– принимающая риск сторона может лучше знать способы избежать или сохранить возможные потери от рискованных операций;

– принимающая риск сторона может находиться в лучшей ситуации для сокращения потерь и контроля за факторами риска торговой деятельности.

Передача риска торговой деятельности осуществляется посредством заключения организациями различных контрактов.

При заключении контрактов на хранение и перевозку грузов торговая организация передает транспортной фирме в основном риски, связанные со случайной, либо происшедшей по вине транспортной организации гибелью или порчей товара. Потери же, связанные со снижением рыночных цен на товары несет сама торговая организация, даже если снижение цен вызвано задержкой доставки товара.

В России в последние годы особую популярность приобрел один из видов передачи рисков – аренда. Торговые организации стали активно использовать инструменты лизинга (долгосрочная аренда), хайринга (среднесрочная аренда) и рентинга (краткосрочная аренда). Этот вид передачи рисков привлекателен тем, что обеспечивает арендодателю выгоды, исключая риск хищения, физических повреждений имущества, роста налоговых ставок и пр. в пределах срока аренды. Для арендатора преимущество аренды заключается в том, что согласно договору постоянно выплачивается определенная рента за пользование имуществом, при этом сумма не меняется в связи с инфляцией, с изменением рыночной стоимости объекта аренды.

Одним из видов аренды является франшиза – право использования известных торговых марок, фирменных знаков за определенную плату. Этот вид аренды стал наиболее популярен в России в последние годы, так как данный способ существенно снижает риск мелких торговых организаций. Ведь по договору фирма – владелец торговой марки обязана снабжать дочернюю фирму технологией, товарами и оказывать содействие в торговом бизнесе. Преимущества этого вида аренды с позиции минимизации

защиты риска очевидны в связи с тем, что в этом случае для торговой организации – арендатора снижаются риск увеличения издержек обращения, так как нет необходимости рекламировать продукцию; уменьшается риск конкуренции аналогичных товаров, так как качество реализуемых товаров известной фирмы не вызывает сомнений у потребителей и т.д.

Договор факторинга заключается в том, что кредитная организация или специализированная факторинговая компания выкупает у организации-продавца неоплаченные счета вместе с документами, подтверждающими выполнение ими обязательств по поставкам товаров. Выкупаются предъявленные к оплате счета, а также еще не предъявленные счета при рассрочках платежей. Факторинг позволяет организации-продавцу, передающей свои долговые обязательства фактор-посреднику, получить гарантию на получение всех платежей, тем самым уменьшая риск неплатежа со стороны организации-покупателя.

Посреднические соглашения, связанные с реализацией товаров и услуг, предоставляют торговым организациям большие возможности по снижению риска торговой деятельности путем его передачи. Это договоры между организациями-продавцами товаров и посредническими фирмами. По характеру взаимоотношений с продавцом, посредники могут выступать как коммерческие представители, комиссионеры, агенты или дистрибьюторы. В данном случае речь идет о передаче рыночного риска продавцу, снижая тем самым вероятность финансовых потерь от изменения ситуации на рынке продаж.

Передача риска другим организациям может происходить путем хеджирования, выпуска опционов, заключения фьючерсных сделок.

Одной из форм передачи риска для крупных предприятий торговли является выпуск опционов. Выпуская опционы, предприятие получает возможность предотвратить снижение доходов в результате падения курса на ценные бумаги. Специфика этого способа заключается в том, что свое право торговое предприятие может реализовать или не реализовать (в этом случае оно теряет ту часть, которую заплатило в виде гонорара маклеру при заключении с ним контракта) в зависимости от своего

желания, которое определяется обстоятельствами. Опционный контракт менее рискованный способ спекуляции по сравнению со срочным контрактом, потому что проигрыш может быть равен лишь гонорару маклера. Финансовые фьючерсные (срочные) контракты в отличие от опционов предусматривают не право, а обязательство на проведение купли или продажи.

В рыночной экономике распространенным способом снижения риска является хеджирование.

Хеджирование, как операция по купле-продаже биржевых контрактов на поставку реального товара, осуществляется с целью страхования от возможного неблагоприятного изменения цен в период между заключением сделки и поставкой товара. Сущность хеджирования состоит в покупке (продаже) контрактов на срок на товарной бирже одновременно с продажей (покупкой) реального товара с тем же сроком поставки с проведением обратной операции с наступлением срока фактической продажи товара. В результате происходит сглаживание резких колебаний цен. Хеджирование помогает снизить риск от неблагоприятного изменения цены. При операции хеджирования риск не исчезает, он меняет своего носителя: предприятие торговли перекладывает риск на биржевого спекулянта.

В настоящее время в нашей стране хеджирование предприятиями торговли практически не используется. Большая часть предприятий торговли представляют собой средние и малые предприятия, поэтому они не способны закупать товар на бирже, отвлекая из оборота значительные средства.

Наиболее распространенным приемом передачи риска является страхование – заключение страхового договора (полиса) со страховой компанией. С нашей точки зрения, из всех приемов передачи риска – страхование наиболее близко отвечает условиям, предъявляемым к трансферу риска. Гражданским Кодексом РФ определено понятие «страхование риска», под которым подразумевается «риск убытков от предпринимательской деятельности из-за нарушения своих обязательств контрагентами предпринимателя или изменений условий этой деятельности по независящим обстоятельствам, в том числе риск неполучения ожидаемых доходов» [2, с. 89].

В сфере торгового предпринимательства значение данного вида страхования особенно велико. Объектом страхования выступает торговая деятельность страхователя, предусматривающая получение доходов. Ответственность страховой организации заключается в возмещении страхователю потерь, возникающих вследствие неблагоприятного непредсказуемого изменения конъюнктуры рынка и ухудшения других условий при осуществлении торговой деятельности. Назначение страхования состоит в том, чтобы возместить страхователю возможные потери, если через определенный период застрахованные операции не дадут предусмотренной прибыли. Страхование возмещение определяется в виде разницы между страховой суммой и фактическими результатами от застрахованной торговой деятельности. Страховая сумма определяется по заявлению страхователя, но, конечно, с согласия страховой организации. Возможны два варианта установления страховой суммы. Первый вариант предполагает, что страховая сумма устанавливается в пределах вложенных средств страхователя в торговую деятельность. При втором варианте страховая сумма включает не только затраты, но и определенную нормативную прибыль, которая ожидается от проведения торговых операций. В зависимости от подхода к установлению страховой суммы определяется и содержание страхования. При первом варианте возмещаются затраты страхователя. При втором варианте возмещаются затраты страхователя и нормативная прибыль, поэтому данный вид страхования называется страхованием дохода. Страхование следует проводить с установлением определенной франшизы (фр. *franchise* – льгота) и с предоставлением права страхователю изменять ее размер. Ставки взносов по страхованию рисков в торговой деятельности зависят от многих причин: вида сделок купли-продажи, срока страхования, степени стабильности рыночных отношений и т.д. Для каждой торговой организации риск индивидуален, следовательно, необходимо индивидуализировать не только ставки взносов, но и сроки платежей.

Как метод снижения риска страхования получило свое распространение в коммерческой среде давно. Но лишь с 1996 г. в российском бизнесе стали выделять: страхование транспорта; страхование имущества; страхование гражданской ответствен-

ности организаций; страхование профессиональной ответственности.

Такое расширение спектра услуг, оказываемых страховыми учреждениями России, диктуется стремлением бизнесменов защитить себя от возможных потерь. Но торговля – сфера высокорисковая и неопределенность, порождаемая в силу постоянной нестабильности экономических процессов, трудно поддается реальному прогнозированию. В этой связи становится актуальной проблема полной всесторонней оценки риска.

В России разработана система мер по страхованию, направленная на снижение степени риска. В частности, к ним относят страхование имущества предприятий. Наиболее распространенным является страхование имущества от рисков, связанных со стихийными бедствиями: пожарами, наводнениями, землетрясениями и т.п. При этом сумма страховки составляет 70–80% стоимости имущества предприятия.

Другим известным способом является страхование транспортных рисков. В этом случае объектом страхования является отгруженные с торговой организации товары. В зависимости от транспортного средства и условий доставки грузов сумма страховки варьируется: в некоторых случаях ее сумма равна стоимости транспортируемых товаров, а в других – превосходит на 10–15%. Такое существенное расхождение страховых тарифов на перевозку грузов на территории России обусловлено нестабильностью и криминальностью обстановки в стране. Так в настоящее время ведутся боевые действия на территории Чечни, а, значит, перевозка товаров осложняется в результате высокого риска гибели грузов.

В мировой практике широко используются способы компенсационного страхования рисков: социальное и медицинское страхование. Эти виды снижения рисков связаны с безопасностью условий труда, здоровьем и медицинским обслуживанием работников торгового предприятия.

Во многих западных странах практикуется страхование рисков в случае смерти ведущих руководителей, от деятельности которых в большей степени зависит благополучие организации. Распространено за рубежом страхование упущенной выгоды, которую определяют как разность между ожидаемыми доходами и расходами торго-

вого предприятия в период вынужденного бездействия, также страхуют риск забастовки, риск падения цен, риск форсмажорных обстоятельств и др.

Одним из методов минимизации потерь и снижения риска торговой деятельности является диверсификация. Диверсификация – это метод, направленный на снижение риска, при котором предприятие торговли использует свои средства в разных сферах, чтобы в случае потери в одной из них компенсировать это за счет другой сферы. Существуют различные виды диверсификации. Для предприятий торговли характерны: диверсификация своей торговой деятельности, диверсификация различных проектов развития, диверсификация инвестиций, диверсификация портфеля поставщиков, диверсификация покупателей.

Диверсификация торговой деятельности предприятия – это способ снижения риска путем распределения его между несколькими рисковыми товарами таким образом, что повышение риска от продажи (или покупки) одного означает снижение риска от продажи (или покупки) другого.

Диверсификация – один из немногих методов управления рисками, который может использовать любое предприятие торговли. До тех пор, пока торговое предприятие в состоянии распределять усилия и капиталовложения между разнообразными видами деятельности, результаты которых непосредственно не связаны, оно сумеет избежать части риска. Однако не любой риск можно уменьшить с помощью диверсификации. На деятельность предприятия торговли оказывают влияние процессы, происходящие в экономике в целом, такие, как движение ставки банковского процента, ожидание подъема или спада, и риск, связанный с ними, нельзя уменьшить с помощью диверсификации. Поэтому торговая организация должна использовать другие методы снижения риска.

Снижение величины и уровня риска – это не только выбор и использование методов по управлению риском. Это еще и осуществление прогнозирования, организации, регулирования, координации, стимулирования и контроля.

Эффективное планирование и прогнозирование деятельности способствует значительному снижению рисков предприятий

торговли. Поэтому в бизнес-плане любого предприятия торговли должен быть проведен тщательный просчет рисков. Основная его задача – предусмотреть все виды рисков, с которыми может столкнуться предприятие при осуществлении своей торгово-хозяйственной деятельности, источники и момент их возникновения. В бизнес-плане разрабатываются также меры по сокращению этих рисков и минимизации возможных возникнуть потерь. Эти меры могут быть организационного характера, предусматривающие, например, смену поставщиков, способов доставки товаров и т.д., предусматривающие программу страхования от рисков или другие меры снижения риска. Кроме того, специалист, занимающийся проблемами риска, должен предвидеть возможные изменения в состоянии предприятия в целом и в его отдельных частях.

Правильная организация риск-менеджмента на торговом предприятии позволяет циркулировать информации значительно быстрее, что способствует принятию в ситуации риска обоснованных и своевременных решений.

Регулирование в риск-менеджменте охватывает в основном текущие мероприятия по нейтрализации возникших отклонений, и представляет собой воздействие, посредством которого достигается состояние устойчивости предприятия торговли.

Разумная координация, представляющая собой согласованность работы всех звеньев системы управления, субъекта управления, аппарата управления и специалистов, способствует в конечном итоге минимизации всех рисков предприятия.

Стимулирование специалистов, принимающих и осуществляющих рисковые решения, содействует оптимизации принимаемых решений в ситуации риска, так как материально заинтересовывает их в этом.

Необходим постоянный контроль за применением методов регулирования рисков и корректировка их на любом этапе всего процесса, что позволит удостовериться в правильности выбранных методов.

При выборе того или иного метода может быть использована схема, представленная на рис. 2, которая является достаточно условной, так как в зависимости от размера и вероятности потерь каждая торговая организация может пользоваться



Рисунок 2. – Использование методов регулирования рисков деятельности торговой организации

конкретными способами и приемами минимизации рисков.

Эффективность процесса регулирования риска в значительной степени зависит от характера деятельности торговой организации, вида реализуемых товаров, состояния выбранных целевых рынков, сегментов потребителей, закупочной и распределительной логистики фирмы, методов позиционирования товаров в рыночном пространстве и т.д.

Как показал анализ, наибольшее влияние на риск в торговой деятельности оказывают следующие факторы: несвоевремен-

ная оплата покупателями оставленных им товаров; изменение цены на покупаемые и продаваемые товары; финансовое состояние самой торговой организации.

Наиболее эффективной возможностью избежать негативных последствий или снизить их уровень, являются прямые управленческие воздействия на факторы риска, использование внутрифирменных способов их регулирования: проверка предлагаемых партнеров по бизнесу; планирование и прогнозирование финансового состояния своей организации; исследование показателя ценовой эластичности спроса.

ЛИТЕРАТУРА:

1. *Беляевский И.К.* Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз. – М.: Финансы и статистика, 2001.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. I и II. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 560 с.
3. *Клейнер Г.Б., Тамбовцев В.Л., Качалов Р.М.* Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегия, безопасность. – М.: Экономика, 1997. – 392 с.
4. *Смирнов В.В.* Страховая защита от рисков при реализации продукции по базисным поставкам. – М.: Изд. центр «Анкил», 2002. – 115 с.

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

МОДЕРНИЗАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ НА РЫНКЕ ТРУДА

© 2008 М.А. Измайлова*

В статье рассмотрены концептуально методологические вопросы разработки государственных образовательных стандартов профессионального образования на основе компетентностного подхода.

Актуальность и сложность создания научно-педагогических основ модели функционирования системы профессионального образования заключается в том, что в профессионально-образовательной сфере невозможно ограничиться лишь только разовыми прогностическими выводами. Прогнозирование в сфере образования – это непрерывный процесс, обусловленный перманентными изменениями в экономической, производственно-технической, научно-технической и социальных сферах. Именно постоянство и непрерывность преобразований в указанных сферах приводит к неизбежности трансформации всей системы профессионального образования в гибкую и пластичную систему, ориентированную на реального заказчика и потребителя образовательных услуг, точно реагирующую на все изменения рынка труда и экономики как в масштабах региона, страны, так и всего мирового сообщества.

Построение модели функционирования системы профессионального образования требует учета тенденций развития мировой эко-

номики, федеральных и местных потребностей, а также экономического интереса отдельных предприятий и организаций, заинтересованности самого потребителя.

Мировая глобализация остро ставит проблему интеграции российского образовательного пространства в общеевропейское. Цель такой интеграции – обеспечить, прежде всего, более широкие возможности для циркуляции рабочей силы в условиях интеграции национальных экономик, в сочетании с усилением динамизма изменений в мире профессий. Если рабочий или специалист не будет снабжен таким сертификатом, который копируется в Европе, он будет вынужден остаться в стране получения образования, даже если рынок труда не предоставит ему работы или лишит его рабочего места.

Федеральные требования к построению модели функционирования профессионального образования вытекают из задачи формирования единого образовательного пространства внутри страны, обеспечения мобильной рабочей силы на россий-

И з м а й л о в а Марина Алексеевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры педагогики, психологии и культурологии Российского университета кооперации.

ком рынке, постоянного повышения ее профессиональной квалификации.

Региональные требования к профессиональной подготовке специалистов могут быть представлены в количественном и качественном выражении. Количественно они фиксируют потребность в кадрах всей экономической деятельности региона. Качественная характеристика содержит квалификационные требования к профилю и уровню подготовки кадров. В связи с этим необходимо отметить высокую роль, которая отводится сегодня работодателям в процедуре разработки новых государственных образовательных стандартов начального, среднего и высшего профессионального образования на основе компетентностного подхода.

Переход экономики России на рыночные механизмы дает ясно понять, что большинство выпускников учреждений всех ступеней профессионального образования, не имея достаточной профессиональной квалификации и опыта практической деятельности, испытывают особые трудности в адаптации к рынку труда. В условиях динамизма рыночных отношений профессиональная подготовка не может гарантировать выпускнику рабочее место не только в течение всей жизни, но и на ближайшее время. Большому числу молодых людей приходится переучиваться, приобретать новую профессию. В качестве основного механизма, который призван обеспечить социальную защиту молодежи в условиях рыночной экономики, а также снизить недопустимо высокие потери средств, расходуемых на профессиональную подготовку квалифицированных специалистов, рассматривается компетентностный подход в профессиональном образовании, его ориентация на формирование ключевых компетенций выпускника.

В настоящее время сфера труда и сфера подготовки кадров разошлись далеко в разные стороны. В последние полтора десятилетия произошли радикальные изменения в содержании всех профессий. Ряд профессий оказался невостребованным, в то же время возникло много новых профессий. Эти изменения, как отмечают исследователи (Байденко В.И., Вербицкий А.А., Зимняя И.А., Нечаев Н.П., Сазонов Б.А., Фролов Ю.В. и др.), вызваны следующими причинами: переориентацией спроса на новые

умения и изменения организации труда; падением спроса на неквалифицированный ручной труд; распространением автоматизированных систем управления производственными процессами; спадом массового производства; повышением индивидуальной ответственности работников за качество труда; растущей необходимостью непосредственного общения работников с клиентами и заказчиками; повышением уровня взаимодействия работников в коллективе; размыванием границ между профессиями и т.д. Всё это требует существенно повышения степени гибкости профессионального образования, но не просто его разовой переориентации с «отмерших» профессий на «новые», а создания принципиально новых механизмов, обеспечивающих его постоянную настройку на динамично меняющиеся требования рынка труда.

В июне 2007 г. в **Российском союзе промышленников и предпринимателей (РСНП)** по указанию Президента РФ был разработан и утвержден макет профессионального стандарта. На сегодняшний день в этом формате ни одного подготовленного стандарта ещё нет. Такого рода профессиональные стандарты будут существенно отличаться от привычных сейчас тарифно-квалификационных справочников, которые очень скупо излагают суть той или иной специальности. В новом формате предполагается очень точное, с перечислением должностей, понятий, функций определение трудовых обязанностей тех или иных работников. В ситуации отсутствия профессиональных стандартов необходимо изыскивать иные подходы и механизмы для разработки ГОС профессионального образования, адекватных требованиям работодателя.

Поэтому при разработке концепции нового федерального государственного стандарта в рамках Постановления Правительства РФ № 36 от 2006 г. было принято решение о широком привлечении работодателей к разработке образовательных стандартов профессионального образования.

«Доводка» на рабочем месте квалификации молодых специалистов занимает не один год, как хотелось бы работодателю, а минимум три, во многих отраслях и пять. Основная проблема, как показывают результаты бесед с работодателями, в данном случае состоит в недостатке у выпускников не

знаний, умений или навыков, а специфического умения исполнять необходимые обязанности на своем рабочем месте, связанные со степенью сформированности общих и профессиональных компетенций.

Нам представляется интересным привести данные востребованности общих компетенций, выявленных проектом «TUNING» (Настройка образовательных услуг) и в ходе реализации программы проведения в 2005 г. исследований аналитическим центром «Эксперт» «Вузы и работодатели о выпускниках и реформе высшей школы» и «Образовательные программы и технологии российских корпораций» в партнерстве с Благотворительным фондом Владимира Потанина, компаниями «Русал» и АФК «Система» [3]. В исследовании участвовали вузы Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Ростова-на-Дону, предприятия ВПК, машиностроительного и металлургического профиля и несколько компаний различной специализации: информационных технологий, транспорта, консалтинговая и страховая компании, международная аудиторская компания. Для методологии исследования свойственно было использование углубленных интервью и анализ кейсов образовательных программ.

В числе затребованных компетенций респондентами были названы:

(Г) - умение работать на компьютере;

(Т) - знание иностранного языка (хороший английский язык);

(Т) - широкая общая подготовка (универсальность, общий уровень развития базовые знания);

(Т) - навыки общения;

-личностные качества, личная эффективность («личность первична: профессионализм вторичен»);

(Т) - умение работать в команде (командный дух, навыки командной работы);

- организационный опыт (организационное поведение);

(Т) - лидерство (персональное лидерство и успех);

(Т) - коммуникабельность, коммуникационные навыки;

(Т) - мобильность, максимальная адаптивность, готовность подстраиваться под требования; умение ориентироваться в быстро меняющихся условиях;

- высокая мотивация к работе;

(Т) - способность системно мыслить (главное - «выпускники с мозгами»; самостоятельно мыслящие);

(Т) - умение перерабатывать большие объемы информации и вычленять главное (анализ информации);

(Т) - умение применять знания на практике;

(Т) - умение и желание постоянно учиться (обучаемость);

- желание совершенствоваться в любой области;

(Т) - карьерный успех;

- корпоративная культура;

- управление людьми (управленческое консультирование; владение инструментами управления персоналом);

- подготовка в лице молодых людей будущих «агентов изменений», инициаторов перемен;

- управление стрессом и временем;

(Т) - способности к нестандартным решениям;

- умение вести переговоры;

- эффективное проведение презентаций;

- публичные выступления;

- управление по целям;

(Т) - навыки управления проектами;

(Т) - управление качеством;

- основы бережливого производства.

Заслуживают внимания и выявленные негативные качества выпускников: невысокий уровень подготовки; сильно завышенная самооценка; слабая подготовленность к трудоустройству; оторванность знаний от практики; психологическая неподготовленность к реалиям производства; отсутствие представления о нормах поведения в бизнес-среде; неспособность управлять рабочими; отсутствие понимания работы фирмы, адекватных представлений о структуре, правилах игры, субординации; недостаточная широта охвата; низкий уровень современных экономических и юридических знаний; нечеткое представление о существующих должностных позициях и др.

Представляет интерес наложение двух рядов компетенций, описанных в журнале «Эксперт» и выявленных проектом «TUNING». Совпадение обозначено буквой «Г» (более 50%). Но и сформулированные по-разному, по существу имеют в виду одни

и те же или близкие компетенции (например, «способность работать самостоятельно» («Т») и «подготовка в лице молодых людей будущих «агентов изменений», инициаторов перемен»). Налицо, если можно так сказать, компетентностная интернационализация (конвергенция). Высокая мера компетентностной сходимости свидетельствует об интернационализации результатов высшего образования и требований рынков труда. Иначе говоря, возникает определенный наднациональный, надстрановой тип результатов обучения и компетенций [1].

Компетентностный подход к профессиональному образованию характеризуется следующими особенностями.

Во-первых, компетентностный подход рассматривается как диалектическая альтернатива более традиционному кредитному подходу, ориентированному на нормирование содержательных единиц. Оценка компетенций, в отличие от экзаменационных испытаний, ориентированных на выявление объема и качества усвоенных знаний, предполагает приоритетное использование объективных методов диагностики деятельности (наблюдения, экспертизы продуктов профессиональной деятельности, защиты учебных портфелей и др.).

Во-вторых, компетенция предъявляется работодателями и обществом в виде некоторых специфических ожиданий, связанных с профессиональной деятельностью выпускника. Более того, именно уровень соответствия индивидуальных результатов обучения ожиданиям работодателя и общества и полагается в качестве основного показателя компетентности.

В-третьих, ведущим понятием компетентностного подхода становится «образовательный модуль», при этом итоговая компетентность в той или иной профессиональной сфере представляется совокупностью таких модулей, а каждый из них формируется как специфическая функция будущей профессиональной деятельности. Таким образом, в системе профессионального образования компетентностный подход трансформируется в модульно-компетентностный.

Наиболее примечательной особенностью модульно-компетентностного подхода оказывается авторство соответствующих моделей образовательных стандартов и программ: оно принадлежит уже не предста-

вителям образовательных ведомств, а негосударственным ассоциациям (федерациям, комитетам), осуществляющим координацию профессионалов в соответствующих сферах профессиональной деятельности. Соответственно, сама проблема компетентностного подхода обретает иное институциональное выражение: речь идет о системе, позволяющей достаточно объективно оценить пригодность каждого индивидуального соискателя будущей деятельности, а также – выработать четкие критерии качества этой деятельности, позволяющие будущим работникам осуществлять целенаправленную подготовку для получения необходимого сертификата и получения признания в этой области.

Компетенции рассматриваются как феномен, отражающий существующий баланс интересов общества (в меньшей степени, государства), образовательных институтов, работодателей, а также потребителей услуг. И основной вопрос формулируется так: какие компетенции и на каком этапе профессионального образования должны быть сформированы?

В силу изложенного, акцент в отечественных научных исследованиях в области модульно-компетентностного подхода должен быть смещен с изучения самого феномена компетентности / компетенции, его структуры и содержания, на изучение внешних (управленческих и организационно-педагогических) условий, при которых реализация модульно-компетентностного подхода может иметь смысл и значение в качестве инструмента модернизации российского профессионального образования.

Для развития модульно-компетентностного подхода в современной российской теории и практике образования характерны следующие особенности:

- нацеленность на становление ключевых и профессиональных компетенций рассматривается как одно из наиболее перспективных направлений в педагогической науке и практике образования;

- идея о развитии компетенций наиболее интенсивно развивается в системе профессионального образования;

- компетентностный подход предполагает переход в конструировании содержания образования – от «знаний» к «способам деятельности», что должно быть отражено и

уже находит свое отражение в государственных образовательных стандартах;

- модульно-компетентностный подход является результатом более глубокой технологической проработки компетентностного подхода применительно к системе профессионального образования, т.е., формой его реализации, максимально удобной для использования в системе НПО, СПО и ВПО;

- ключевым принципом модульно-компетентностного подхода выступает ориентация на цели, значимые для сферы труда;

- противоречие между определением понятия «модуль» в системе высшего образования (понимаемого здесь как учебный модуль) и в системе начального и среднего профессионального образования (понимаемого здесь как профессиональный модуль);

- реализация модульно-компетентностного подхода требует выделения значительных ресурсов на подготовку кадров, способных работать в рамках данного подхода.

Разработка модульных учебных материалов, ориентированных на российские учреждения профессионального образования, выполненные в ходе ряда международных проектов (проекты Европейского фонда, Всемирного банка, Международной организации труда, Британского Совета, ДЕЛФИ и ДЕЛФИ-2 и др.), показали, что необходима серьезная работа по созданию целостной методической и понятийно-терминологической базы модульно-компетентностного обучения, которая обладала бы необходимой логикой, последовательностью и прозрачностью для российских разработчиков и потребителей модульных учебных материалов. Наряду с положительным зарубежным опытом, методическая база модульного обучения должна обеспечивать преемственность с отечественной дидактической традицией, которая также хорошо известна и широко используется в мировой практике. Такая работа была начата с 2005 г. в Центре профессионального образования (до 2007 г. – Центр профессиональных и образовательных стандартов) ФИРО.

В условиях модульно-компетентностного подхода в пределах отдельного модуля (выступающего целостной единицей образовательного стандарта по специальности или образовательной программы учебного заведения) осуществляется комплексное освоение умений и знаний в рамках форми-

рования конкретной компетенции, которая обеспечивает выполнение конкретной трудовой функции, отражающей требования рынка труда. Этим модульно-компетентностный подход отличается от традиционно используемого в российских учебных заведениях блочно-модульного подхода.

Построение образовательных стандартов и образовательных программ на основе модульно-компетентностного подхода предполагает наличие постоянной обратной связи разработчиков стандартов и программ с требованиями работодателей к умениям и знаниям работников. Информация об этих требованиях, в ситуации отсутствия профессиональных стандартов, может быть получена из нескольких источников: во-первых, за счет анализа рынка труда, во-вторых, за счет анализа потребностей в умениях, в-третьих, из различных тарифно-квалификационных справочников. Обозначенное положение является центральным для понимания сущности модульно-компетентностного подхода.

Дальнейшим развитием предыдущего положения является принцип сопряжения профессионального и образовательного стандартов. Профессиональные стандарты задают систему показателей, позволяющих установить степень соответствия деятельности, выполняемой работником, существующим требованиям рынка труда, и представляют собой набор характеристик в виде знаний и умений, отвечающих тому, что и как человек должен уметь делать, и что для этого нужно знать, описанный конкретным набором типовых профессиональных критериев, свойственных той деятельности, которую человек осуществляет в рамках конкретной профессии. Эти характеристики, в свою очередь, разбиваются на компетенции. Профессиональный стандарт и компетенция определяются сферой труда. Сущность профессионального стандарта в том, что его содержание не привносится извне и не возникает в результате обсуждения работодателями. Это содержание заложено в самой профессиональной деятельности. Профессиональные стандарты устанавливаются для всех работающих в данной конкретной области в рамках отрасли.

Модульно-компетентностный подход находится в русле концепции непрерывного образования («образования в течение

всей жизни»), поскольку имеет целью формирование высококвалифицированных специалистов, способных адаптироваться к изменяющейся ситуации в сфере труда, с одной стороны, и продолжение профессионального роста и образования – с другой.

Такой подход к построению содержания образования позволяет оптимально сочетать теоретическую и практическую составляющие обучения, интегрируя их. При этом обеспечивается переосмысление места и роли теоретических знаний в процессе освоения компетенций, их упорядочивание и систематизация, что, в конечном счете, приводит к повышению мотивации обучающихся в их освоении.

Гибкость модульных образовательных программ профессионального образования, основанных на компетенциях:

- позволяет оперативно обновлять или заменять конкретные модули при изменении требований к специалисту вследствие изменений в технологиях и организации труда, обеспечивая качество подготовки специалистов на конкурентоспособном уровне;

- дает возможность индивидуализировать обучение для каждого обучающегося исходя из его уровня знаний и умений и предыдущего обучения (или трудового опыта) путем комбинирования необходимых модулей и отдельных единиц модулей;

- позволяет применять одни и те же модули как элементы сразу нескольких учебных программ (техника безопасности, эффективное общение и т.д.)

Оценка образовательных результатов в рамках модульно-компетентного подхода также обладает своими особенностями. Во-первых, оценка производится независимо по каждому конкретному модулю. Процедура оценивания предполагает демонстрацию или подтверждение того, что обучающиеся освоили требуемые компетенции, сформулированные в задачах по данному модулю, и могут осуществлять все требуемые действия в рамках данной компетенции. Во-вторых, оценка базируется на критериях, при этом критерии оценки заранее определяются и формулируются в терминах результатов деятельности/задач модуля.

В практике экономически развитых стран сформировался ряд технологических подходов к разработке образовательных стандартов профессионального образова-

ния. Все эти подходы, как правило, имеют в своей основе общий механизм – разработку функциональной карты профессии, в основе которой лежит функциональный анализ. Функциональный анализ – это описание трудовой деятельности через ее функции и результаты. Преимущество данного подхода состоит в том, что он позволяет оперативно учитывать изменения в технологии и организации труда на региональных рынках труда, куда попадут выпускники учебных заведений.

Следует пояснить, что раньше, когда трудовая деятельность была раздроблена на небольшие циклы и стандартные операции, характерные для массового производства и бумажного (а не электронного) делопроизводства, функциональный анализ не был нужен. Вполне хватало анализа задач, который не включал в себя так называемые нетехнические аспекты труда, такие, как планирование, решение задач, координация и коммуникация. Сегодня же именно эти нетехнические аспекты лежат в основе требований современной экономики, поскольку работникам должны иметь множественные умения и быть адаптивными.

Функциональный анализ начинается с установления требований работодателей к стандартам деятельности в рамках конкретной профессиональной области (профессии) с целью выявления реальных и перспективных требований отрасли к различным категориям работников. Этот этап функционального анализа называется «анализ потребностей в умениях». Под «потребностями» работодателей понимаются их ожидания относительно компетенций работников конкретной профессии и конкретного должностного уровня. Система профессионального образования должна иметь четкие представления о том, для каких конкретных видов работ / профессиональной деятельности они осуществляют подготовку, а не просто готовить унифицированных работников, обладающих компетенциями, часть из которых, возможно, устарела. После выявления функций, т.е. реальных действий, выполняемых работником определенной профессии различных уровней квалификации, и тех компетенций, которые необходимы для выполнения этой профессиональной деятельности, составляется так называемая функциональная карта. Выяв-

ленные функции впоследствии будут положены в основу разработки образовательного стандарта и в конечном счёте – программы обучения, поскольку они, по сути, представляют собой набор необходимых компетенций работника, которые будут результатами обучения.

Анализ потребности в умениях необходимо проводить на максимально возможной выборке предприятий, ориентированных на развитие, поскольку только так можно сформировать ориентиры на лучшие образцы профессиональной деятельности.

Анализ потребностей в умениях является начальным этапом длительного цикла разработки и реализации профессиональных стандартов, затем образовательных стандартов, затем модульных программ, основанных на компетенциях, который завершается оценкой преподавания модулей. Этот процесс сопровождается обновлением и корректировкой модулей в зависимости от достигнутых результатов. В связи с этим можно говорить о постоянном циклическом процессе развития, направленном на определение новых потребностей в обучении и обновление содержания обучения. Поскольку этот процесс определяется рынком труда, работодатели и их ассоциации должны тесно сотрудничать с учебными заведениями профессионального образования. Только такое сотрудничество может обеспечить необходимое качество обучения и соответствие необходимым стандартам.

Принцип ориентации на результат является общим для образовательных стандартов любого типа и уровня образования и предполагает переориентацию образовательных стандартов с вводных факторов (обязательный учебный материал) и процесса (продолжительность курса) на результаты обучения (достижения обучающихся, в особенности полезные компетенции и умения). При этом минимальные требования к подготовке должны в максимально возможной степени выражаться в форме умений и компетенций (компетентностей) выпускника.

Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС) профессионального образования, построенный на основе данного принципа, представляет собой систему, состоящую из нескольких групп требований. Среди них: во-первых, в обязательном порядке, требования к ре-

зультатам освоения основной профессиональной образовательной программы; во-вторых, требования к структуре основной профессиональной образовательной программы; в-третьих, комплекс требований к условиям реализации основной профессиональной образовательной программы, связанный с необходимыми материальными условиями, с описанием процедур государственной итоговой аттестации. Построенный таким образом ФГОС представляет собой комплекс требований с минимальным прописыванием содержания и с минимальным указанием на конкретные дисциплины. Необходимость указания на дисциплины связана с реализацией охранительной функции ФГОС, призванной предотвращать перегрузку образовательных программ и учебных планов, возникающей в результате необоснованного введения тех или иных дисциплин.

Данный принцип также определяет роль ФГОС как основы для формирования не только образовательных программ, но и контрольно-измерительных материалов, которые должны быть ориентированы на проверку целостных компетенций и видов деятельности.

Принцип раздельного функционирования образовательного стандарта и образовательной программы является следствием предыдущего. Стандарт описывает деятельностные результаты образования, тогда как образовательная программа описывает содержание образования; в силу этого образовательная программа, как максимально гибкий и динамичный документ, не может являться частью образовательного стандарта. Основная профессиональная программа разрабатывается и утверждается на основе ФГОС учебным заведением (возможно, в нескольких вариантах) и не требует согласования на федеральном уровне при внесении изменений.

Принцип социального партнёрства требует включенности в разработку стандартов различных социальных партнёров образовательных учреждений, коллегиального стиля разработки стандартов с привлечением в качестве экспертов работодателей, их объединений, представителей органов управления образованием, родительской общественности и др. В то же время принцип социального партнёрства предполагает не слепое

следование представителей образовательной сферы за социальным заказом («принцип флюгера»), а его активную позицию в партнёрских отношениях.

Принцип минимальной достаточности требует такого объема содержания при подготовке специалиста, чтобы он обладал возможностью трудоустройства при минимальном дополнительном (адаптирующем) обучении в случае изменения требований к специальности/профессии.

Принцип единства задач формирования общих и профессиональных компетенций специалиста отражает один из важнейших аспектов интеграции профессиональных и общеобразовательных дисциплин в содержании профессионального образования. Его введение обусловлено, в том числе, и изменением особенностей личности типичного обучающегося учреждения профессионального образования, особенностями его мировоззрения, общекультурного и интеллектуального развития, системы ценностей, потребностей и т.д. под влиянием множества внешних факторов. Современные исследования доказывают, что система ценностных ориентаций, установок и мотивов учащихся учреждений среднего профессионального образования внутренне противоречива. Ведущим мотивом деятельности учащегося профессионального колледжа (техникума, лицея), как правило, является улучшение благосостояния, своего и близких (мотив материального благополучия), а мотивы самореализации и саморазвития, такие как «вести постоянный поиск и реализовывать новые, интересные идеи», занимают существенно более низкие места в иерархии мотивов. Что еще более показательно, наименее значимыми для учащихся мотивами являются следующие: «быть более конкурентоспособным в условиях безработицы», «повышать уровень своего образования», «организовывать работу других». Таким образом, учащиеся, которые поступили в колледж (техникум, лицей) после школы, не ориентированы на практическую деятельность в условиях рынка труда и явно недооценивают роль собственной конкурентоспособности в современных социально-экономических условиях. Мотив творческой и предпринимательской деятельности, а также стремление стать лидером они не считают важными для профессионального становления и престижа. Основное проти-

воречие в данном случае состоит в том, что желание добиться материального благосостояния (а в понимании учащихся это означает и социальную защищённость и жизненный успех) не подкреплено пониманием того, каковы пути достижения этой цели.

Принцип функциональности предполагает построение и структурирование образовательных стандартов на основе набора профессиональных функций, выделенных в результате функционального анализа профессиональной деятельности. Именно через реализацию данного принципа может быть осуществлён переход в системе подготовки преподавателя от «личностно-знаниявого» к «личностно-функциональному» подходу. Работники различных производственных сфер, имеющие большой опыт кадровой работы, отмечают достаточно длительные периоды в адаптации молодых специалистов различных квалификационных уровней. Это связано с «непрактической» ориентацией российского профессионального образования, с его нефункциональностью. Фундаментальные, объёмные, вполне научные знания в учреждениях профессионального образования получают, но не осваиваются и не связываются с реальностью. А современный работодатель не готов больше доучивать на месте «недоученного» молодого специалиста. Отметим, что начальное и среднее профессиональное образование по своей природе более функционально, чем высшее, поскольку в значительной степени ориентировано на решение стандартных профессионально-практических задач, т.е. на реализацию стандартного и притом весьма ограниченного набора профессиональных функций.

Помимо сказанного, принцип функциональности определяет значимость и основную форму интеграции теоретического и практического компонентов в обучении в среднем профессиональном образовании. При недостаточно глубоком понимании модульно-компетентностного подхода может создаваться впечатление, что теории (в рамках профессионального блока) не уделяется достаточного внимания, но это абсолютно неверно. На самом деле при реализации модульно-компетентностного подхода происходит своего рода «отсеивание» излишней теории за счет тщательного обоснования выбора необходимых теоретических знаний. Решение проблемы состоит не

в том, чтобы просто указать на избыток теоретических дисциплин, но определить объем необходимой теории в программе. Таким образом, решение лежит в самой структуре модульного стандарта (или образовательной программы). В эти документы вводятся вспомогательные модули, включающие в себя теорию, необходимую для удовлетворения потребности сферы труда. Вспомогательные модули содержат необходимые базовые теоретические знания для освоения каждой области компетенции.

Принцип модульного построения является логическим продолжением прежде обозначенного принципа функциональности. Модуль образовательного стандарта понимается как целостный набор подлежащих освоению умений, знаний, отношений и опыта (компетенций), описанных в форме требований, которым должен соответствовать обучающийся по завершению модуля, и соответствующий определённой функции профессиональной деятельности, отражённой в профессиональном стандарте. Модуль является значимым для сферы труда. Каждый модуль в процессе получения обучающимся профессионального образования должен особо оцениваться, а в перспективе – и отдельно сертифицироваться.

Принцип модульности в сочетании с ранее рассмотренным принципом раздельного функционирования образовательного стандарта и образовательной программы диктует, в частности, и возможность (и

необходимость) существования программ модулей как отдельных, внутренне целостных документов, определяющих содержание образования в рамках одного профессионального модуля, и, в свою очередь, определяемых требованиями ФГОС и потребностями работодателя.

Приведённый набор принципов не является исчерпывающим и может быть дополнен на основе других исследований. В то же время он является необходимым минимумом, обеспечивающим концептуальную основу для разработки ФГОС НПО, СПО и ВПО на модульно-компетентностной основе.

Следует подчеркнуть, что приведённые принципы имеют прямое отношение только к практико-ориентированной (модульной) составляющей ФГОС и основной профессиональной образовательной программы и не относятся к общеобразовательному блоку дисциплин, который должен строиться, в целом, на традиционной основе. Как показывают многие отечественные и зарубежные исследования, попытки перевести общеобразовательные и общепрофессиональные предметы на модульный подход, основанный на компетенциях, приводят к снижению качества общеобразовательной и общепрофессиональной составляющих профессионального образования, что недопустимо в ситуации реализации стратегии обучения в течение всей жизни, когда знания превращаются в основной капитал человека [2].

ЛИТЕРАТУРА:

1. *Байденов В.И.* Выявление состава компетенций выпускников вузов как необходимый этап проектирования ГОС ВПО нового поколения: Методическое пособие. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2006. – 72 с.
2. *Блинов В.И.* Концептуальные основы разработки Федеральных Государственных образовательных стандартов начального и среднего профессионального образования нового поколения: Материалы курсов повышения квалификации «Подготовка разработчиков ФГОС НПО И СПО». – Москва, 12 – 16 мая 2008 г.
3. *Галушкина М.* Задать тренды // Эксперт. 2006. № 1 – 2 (496), 16 января.

ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВУЗА – ПУТЬ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ

© 2008 А.П.Ситник*

В статье исследуются проблемы профессиональной компетентности преподавателя экономического вуза во взаимосвязи с решением задачи совершенствования качества профессионального образования. Доказывается, что создание целостного процесса повышения квалификации преподавателей как на внутрикафедральном, так и внутривузовском уровнях является условием ее обеспечения. Анализируются объективные и субъективные причины низкой мотивации преподавателей к повышению своей квалификации. Предлагаются действенные формы и современные технологии андрагогической работы.

Вступление России в Болонское образовательное пространство предполагает решение проблемы конкурентоспособности российских выпускников в Европе. Молодой специалист в современных условиях должен обладать не только гибкими и широкими знаниями, но и уметь решать сложные экономические, экологические, управленческие, социальные, гуманитарные и этические задачи, связанные с экономикой сегодняшнего и завтрашнего дня.

По мнению многих ученых, специалист XXI века – это эрудит и ключевая фигура современности, а его подготовка в вузе требует иного отношения преподавателей к учебно-воспитательному и научно-исследовательскому процессу, организации самостоятельной работы студентов по освоению передовых знаний в экономических, технических и общественных науках. Международные эксперты во всемирном докладе ЮНЕСКО (2005 г.) «К обществу знания» утверждают, что новые наиболее эффективные способы использования человеческого капитала требуют новых моделей развития

высшего образования, основанных не только на знаниях, но и на взаимопомощи и всеобщем участии, что перекликается с кооперативной идеологией.

Для повышения качества высшего образования представляется необходимым: переместить фокус внимания преподавателей и обучающихся с проблемы изучения прагматических знаний на формирование научных форм системного мышления; изменить содержание и методологию учебного процесса таким образом, чтобы помимо изучения процесса формирования науки значительная часть времени уделялась выработке современных представлений о целостном содержании системы наук, перспективах ее дальнейшего развития и роли каждой конкретной науки в этом процессе. Акцент переносится на изучение наиболее фундаментальных законов природы и общества в их современном понимании с учетом возможностей и образовательных запросов будущего специалиста.

Чтобы готовить квалифицированных специалистов XXI века, преподаватели

С и т н и к Анна Павловна – профессор кафедры педагогики и психологии Российского университета кооперации, доктор педагогических наук, профессор, Заслуженный работник высшей школы Российской Федерации, академик Международной педагогической академии.

вузов сами должны быть людьми эрудированными: и энциклопедистами, и создателями. В свое время их профессиональная подготовка в педагогическом вузе была сфокусирована на практико-ориентированную деятельность, то есть на сочетание специальных знаний с познавательной (когнитивной) деятельностью, общими аналитико-исследовательскими навыками, взаимосвязь теории с практикой и т.д. Не имея специального педагогического образования, многие не получали в режиме переподготовки или дополнительного образования квалификации «преподаватель».

Поэтому при проведении учебных занятий большинство из них продолжает использовать авторитарную, «знаниевую» парадигму подготовки специалистов, мало использует преимущества профессионально инструментального педагогического общения в системе «преподаватель-студент», позволяющие активизировать внутренние силы студентов при организации самостоятельного поиска нового знания. Не каждый педагог может осознать, что ему не хватает педагогического профессионализма, педагогической компетентности, которые нельзя получить механически вместе с дипломом кандидата или доктора наук, аттестатом доцента или профессора.

Многие ученые, занимающиеся проблемами вузовского образования, выделяют ряд основных проблем педагогической деятельности преподавателей вузов в ходе становления педагогической компетентности. Их можно разделить на три основные группы. Первая связана с недостаточной психолого-педагогической базой деятельности преподавателя, включая широкий спектр элементов: от мотивации деятельности до конкретного инструментария, т.е. набора знаний, умений, навыков и способностей деятельности. Вторая группа обусловлена научной квалификацией преподавателя, которая также влияет на его профессиональную деятельность, так как на ней, в значительной степени, базируется профессия преподавателя вуза. Третья группа проблем детерминирована личностными качествами преподавателя.

Педагогическая компетентность нарастает при благоприятных условиях в процессе всей профессионально-педагогической деятельности преподавателя. Способ-

ствовать этому призвано повышение квалификации профессорско-преподавательского состава. Специфика этого процесса состоит, прежде всего, в том, что слушатель курсов является специалистом в какой-либо области знаний. К тому же, это взрослый человек со своими взглядами, установками, личностными особенностями, которые нужно и можно учитывать и совершенствовать. В настоящее время происходит изменение смыслообразующей составляющей повышения квалификации вузовских преподавателей: не «доучивание» педагога профессиональным знаниям, не развитие педагогической деятельности, а создание условий для появления потребности в саморазвитии, самосовершенствовании.

При этом сам процесс дополнительного образования, повышения квалификации сегодня все больше приближается к педагогу, индивидуализируется. По-разному организуется обучение молодых, начинающих преподавателей и опытных педагогов. Повышение квалификации преподавателей со стажем педагогической деятельности должно отличаться высокой степенью дифференциации, большей долей не только самостоятельной, но и индивидуальной работы с квалифицированными педагогами. Она завершается написанием учебных пособий, программ и других методических материалов, что является ее отличительным признаком. Опыт показывает, что для повышения квалификации молодых преподавателей и вновь приходящих в вуз на преподавательскую работу с производства, наиболее эффективно соединение коллективного изучения основ педагогической деятельности с индивидуальными формами обучения. Для них необходима систематическая, управляемая подготовка по циклу психолого-педагогических дисциплин, межличностных отношений и т.д. Эта подготовка, безусловно, включает изучение не только прикладных аспектов педагогической деятельности в вузе, но и фундаментальных основ профессии педагога, без знания и понимания которых невозможно стать профессионалом в этой области.

Наблюдается низкая мотивация вузовских педагогов к повышению своего педагогического мастерства. Некоторые из них уверены, что профессиональной компетентности в конкретной научной облас-

ти им вполне достаточно для проведения учебных занятий. Поэтому оптимально проводить повышение квалификации ИИС вузов без отрыва от учебно-научного процесса, с привлечением к лекторской работе ведущих специалистов.

На первом его этапе возможно предусмотреть индивидуальную форму организации работы заведующего кафедрой по выявлению психолого-педагогической компетентности отдельных педагогов, коллектива кафедры в целом, а также возможностей его развития. Фиксируются противоречия и проблемы, планируются возможные формы и направления повышения квалификации преподавателей.

На втором этапе организационной работы, возможно уже на уровне взаимодействия факультетов идет поиск вариантов организационных форм, определяется состав лекторов.

На третьем этапе, часто в ходе курсовой учебы, осуществляется собственно освоение преподавателями новых образовательных технологий, одновременно оказывается методическая помощь в организации самообразования преподавателей кафедр.

На последнем этапе осуществляется анализ результатов работы, организация индивидуальной и коллективной рефлексии, корректируются результаты, вносятся изменения в самостоятельную деятельность преподавателей по развитию своей педагогической компетентности.

Даже на кафедре при организации повышения квалификации педагогов можно использовать самые современные формы обучения: круглые столы, регламентированные дискуссии, научно-практические семинары и деловые игры, социально-психологические тренинги, методические деловые игры, профессиональные тренинги (самотренинги); герпальт (от нем. понятия – целостность, системность) подход в работе с педагогами в качестве основного метода и вспомогательной технологии. Кафедра может организовывать и проводить мероприятия с целью развития профессионального и педагогического мастерства преподавателей: конкурсы педагогического мастерства, аттестационно-экспертная деятельность и др.

При организации работы по формированию педагогического мастерства препода-

вателей вуза на кафедре особое внимание уделяется мотивации педагогов с целью совершенствования своей профессионально-педагогической деятельности. Это позволяет заложить в программу повышения квалификации такие компоненты содержания образования, как опыт творческой деятельности и опыт эмоционально-ценностных отношений; а затем реализовать в учебной деятельности профессиональные запросы преподавателя в области демократизации процесса повышения квалификации. Участвуя в работе круглых столов, семинарах и деловых играх, педагоги в обмене опытом познают, что такое «выращивание» познавательных потребностей, развитие способностей, в чем состоит технология организации «развивающего пространства», как потребность переходит в запрос, а запрос – в цель собственной деятельности.

В последние годы в системе дополнительного образования получили распространение андрагогические мастерские. Технологии мастерских базируются на идеях индивидуально-развивающего обучения и позволяют создать условия для качественного повышения квалификации преподавателей кафедр вуза. Успех обеспечивается профессиональной работой мобильной, полифункциональной «команды» преподавателей-мастеров, экспертов, тьюторов, с разных кафедр института, владеющих технологией обучения взрослых.

В заключение рассмотрим еще одну перспективную технологию, обладающую, по нашему мнению, весьма высоким мотивационным потенциалом. Речь идет о том, что все большее распространение в системе повышения квалификации получает дистанционное обучение, которое может осуществляться с помощью Интернета, электронной почты, телефонной связи, видеозаписей, специального программного обеспечения и другими способами. Эта форма повышения не требует больших финансовых затрат со стороны вузов, но позволяет в режиме online, off-line проводить лекции, диспуты, «круглые столы» и т.д.

Для преподавателей, не имеющих базовой психолого-педагогической подготовки, целесообразно предложить повышение квалификации по курсу «Андрагогические основы развития педагогического мастерства преподавателей экономических вузов».

Курсы возможно проводить с опорой на ППС кафедры педагогики, психологии и культурологии университета.

Программа, составленная с учетом андрагогических основ развития профессиональной составляющей педагогического мастерства, включает рассмотрение основ андрагогики как теории образования взрослых, педагогики высшей школы, технологии формирования и функционирования имиджа преподавателя вуза. Ее цель – дать педагогам знание основ педагогики и психологии обучения взрослых, показать значение андрагогики для процесса вузовского обучения, научить преподавателей поиску выходов из конфликтных ситуаций и их профилактики.

Учебный план курсов традиционно предполагает проведение лекций, практических, семинарских и самостоятельных занятий, но может варьироваться по усмотрению организаторов и слушателей курсов. Так в процессе обучения возможно, например, проведение коллоквиума на тему «Педагогический процесс как открытая си-

стема. Образовательное пространство», тренинг профессионального мастерства преподавателя вуза, обучение навыкам педагогического речевого жанра, культуре дискуссии (полемики, дебатов) и т.д. Обучение завершается проведением собеседования и получением преподавателями удостоверения об окончании курсов.

Поиск форм и методов повышения квалификации преподавателей непосредственно в экономических вузах, на кафедрах обнаруживает противоречия между педагогической информированностью, осведомленностью и отсутствием глубоких и прочных научных психолого-педагогических знаний. Природа данного противоречия была тонко подмечена К.Д. Ушинским, когда он писал, что педагогическое дело кажется всем легким и знакомым, каждый считает себя специалистом в области воспитания, но по мере того, как человек погружается в глубины педагогического процесса, он признает его сложность и противоречивость, необходимость специальной профессиональной подготовки.

ЛИТЕРАТУРА:

Бусыгина А.Л. Организационно-педагогические основы инвариантной подготовки преподавателей высшей профессиональной школы: Автореф. дис. ... д-ра пед. наук. – Тольятти, 2000.

Всемирный доклад ЮНЕСКО 2005 г. «К обществам знания». – Париж, 2005 г.

Каплунович Т.А. Инновационно-образовательная деятельность в учреждениях повышения квалификации: науч.-метод. пособие. – Великий Новгород, 1996.

Левитас Д. Образовательные технологии: теория, классификация, обзор, конструирование. – Мурманск, 2001.

Мейшик Г.А. Реализация педагогической технологии мастерских в вузе: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. – СПб., 2006.

Ситник А.И., Митракова Е.В. Андрагогические основы развития педагогического мастерства преподавателей технических вузов. Программа курсов повышения квалификации. – М., 2005. – 27 с.

Ушинский К.Д. Человек как предмет воспитания. Опыт педагогической антропологии // Собр. соч. – М.-Л., 1950. – Т. 8. – 648 с.

Черенков В.Е. Методика организации системы повышения квалификации преподавателей к использованию средств информационных технологий в профессиональной деятельности в условиях высшей военной школы: Автореф. дисс. ... канд. пед. наук. – Тамбов, 1999.

СОВРЕМЕННЫЕ ИНТЕРАКТИВНЫЕ СРЕДСТВА В ОБУЧЕНИИ

© 2008 З.В. Гудзенчук*

Современные информационные технологии предлагают новые формы представления, организации и передачи информации в сфере образования. В статье рассмотрены: базовые компоненты, из которых формируется интерактивная среда образовательного процесса; типовые проблемы; методические и технологические аспекты использования интерактивных средств в обучении сегодня и в перспективе.

Коренные изменения в современном обществе создали реальные предпосылки для обновления всей системы образования, что находит свое отражение в разработке и введении элементов нового содержания, новых образовательных технологий, в обращении к мировому педагогическому опыту.

Все возрастающий поток информации в настоящее время требует внедрения таких методов обучения, которые позволяют за достаточно короткий срок передавать довольно большой объем знаний.

Интерактивный – означает процесс передачи информации в режиме диалога в двух направлениях, при котором субъекты диалога являются активными участниками процесса. Личностно-развивающая ориентация образовательных процессов, как ведущая тенденция современных инновационных изменений в сфере образования, обуславливает переход от авторитарно-коммуникативного к гуманитарно-коммуникативному взаимодействию субъектов образовательной деятельности. Субъектами живого диалога могут быть два собеседника, несколько собеседников. Сегодня в качестве «собеседника» выступает компьютер с информационными ресурсами, объективно отражающими практически любую предметную область и адекватно представляющими все взаимосвязи различных аспектов.

Образование – это область, в которой потенциал для развития интерактивных средств обучения огромен, особенно потому, что молодежь активнее всего принимает технологии, в которых радикально

новые формы представления и организации разнородной информации в максимальной степени приближают процесс ее получения к естественному общению.

Гипермедиа – компьютерное представление данных различного типа, в котором автоматически поддерживаются смысловые связи между выделенными понятиями, объектами или разделами. Создание гипермедийной среды открыло широкие возможности для подготовки сценариев, определяющих детальный план поведения участников диалога в процессе обучения.

Визуализация – процесс представления данных в виде изображений. Важность значения визуализации характеризуется тем, что каждый зрительный образ (изображение 700×700 пикселей) по объему данных соответствует тысячам страниц текста. Представление данных в виде видеосюжетов, осуществляемое в результате визуализации, позволяет оживлять образы, наблюдать динамику процессов и явлений.

Виртуальный класс – обучающая система, работающая с группой учащихся, находящихся в различных помещениях или зданиях. Виртуальный класс создается в локальной сети, охватывающей все помещения и здания, в которых располагаются учащиеся. Чаще всего это помещения преподавателей, сотрудников, комнаты общежитий. Каждый из учащихся и преподавателей имеет персональный компьютер, выступающий в роли клиента. Один либо несколько серверов обеспечивают прохождение учебного процесса. Как ни странно, уединение за компьютером

Гудзенчук Зоя Васильевна – кандидат технических наук, доцент кафедры информационных технологий Российского университета кооперации.

виртуального класса вместо ощущения изолированности развивает у учащегося более сильное чувство кооперации и сотрудничества, чем в обычных аудиториях.

Режим обучения — практика показывает, что лучше всего люди обучаются либо участвуя в совместной деятельности, либо занимаясь самостоятельно с помощью интерактивных электронных учебных курсов. Наименьший эффект дает традиционная схема пассивной передачи (доска, мел, преподаватель) учащимся сведений из книг. Известно, что в системе обучения высшей школы доминируют такие приоритеты в поведении как амбициозность, авторитарность суждений, монологичность высказываний, опора на внешние принуждения и т.д.

Если традиционные методы преподавания предполагали **автократный стиль** взаимодействия, то активные больше предполагают демократический стиль. Известно, что при активной работе в гипермедийной среде, позволяющей самостоятельно формировать наиболее подходящие для изучения учебные ресурсы, студент запоминает до 75% информации. В то время как из услышанной информации он запоминает лишь 25%. Кроме того, повышаются коэффициенты интеллектуального и эмоционального развития, поскольку такое обучение учитывает способности и нужды конкретного индивидуума и реализует эффект его присутствия в изучаемой среде.

В публикациях выделяют следующие формы интерактивных методов обучения:

♦ **групповые дискуссии** — организуется обмен информацией и идеями при решении какой-либо проблемы в группе от 30 до 40 человек;

♦ **групповые проекты** — каждая группа получает проект от преподавателя или разрабатывает свой собственный, утверждаемый преподавателем. Затем каждая группа докладывает об исходных данных и результатах своего проекта;

♦ **взаимообучение** — от одного или нескольких студентов требуется подготовить доклад по определенной теме и кратко изложить другим участникам группы для последующего обсуждения;

♦ **мозговой штурм** — процессы генерации идей и анализа разделены, т.е. дискуссионное обсуждение определенной проблемы начинается после высказывания сту-

дентами в течение 2–5 минут своих идей по решению проблемы независимо от того, насколько приемлемы они им кажутся. Специалисты отмечают, что в процессе правильно организованного мозгового штурма человек средних интеллектуальных способностей начинает высказывать почти в два раза больше интересных идей, чем в том случае, когда он думает над решением задачи один;

♦ **метод изучения случая** — кейс-метод использует какую-либо реальную историю или описание события очевидцем, что всегда достоверно и обычно интересно. Как правило, для «изучения случая» характерно сочетание значительной доли интерактивности студентов с активными комментариями преподавателя. Здесь рекомендуется практиковать короткие case-studies для более наглядного представления той позиции, которую стремится сформулировать преподаватель. Если курс записан на пленку и предназначен для самостоятельной работы, преподаватель просто дает методические указания студентам: посмотреть первую часть видеокассеты, сформировать аналитическую группу, проработать ситуацию, подготовить групповые рекомендации, затем посмотреть вторую часть кассеты, где предлагается несколько альтернативных решений или направлений действия. При использовании этого метода очень важно, чтобы студенты точно знали, что и для чего они должны делать;

♦ **метод обучения на основе опыта** — основан на привлечении реального практического опыта или его моделирования, может включать в себя все аспекты трех предыдущих методов. Для имитации опыта не используется представление части проблемной ситуации в форме демонстрации видеозанятия, студентам же предлагается высказать свои суждения.

Роль современных технологий в обучении

Для того, чтобы не отставать от требований времени, приходится прибегать к интенсификации образовательного процесса на основе внедрения в него интерактивных технологий обучения. Многие специалисты связывают выход из затяжного кризиса в современном образовании с внедрением новых технологий и, в частности, интерактивных досок и сенсорных дисплеев.

Профессиональное применение интерактивных досок в обучении повышает эффективность труда преподавателей и качество обучения за счет:

- ♦ экономии времени на занятиях за счет отказа от конспектирования. Студенты по окончании занятия получают файл с записью, содержание которого могут просмотреть на домашнем ПК. Отказ от конспектирования снижает усвояемость материала, поэтому для компенсации этого эффекта, преподавателю необходимо больше внимания уделять упражнениям на проверку усвоенного материала;

- ♦ повышения эффективности подачи материала. По силе и глубине воздействия на аудиторию грамотно построенное занятие с использованием компьютера и интерактивной доски может сравниться с кино и театром;

- ♦ организации коллективной работы, навыки которой сегодня принципиально важны, для успешной деятельности во многих областях;

- ♦ отсутствия содержательных и технических ограничений для построения преподавателем образовательной траектории обучения, за счет отказа от чисто презентационной формы подачи материала.

Основную роль в повышении качества обучения, по мнению многих экспертов, должны сыграть **информационные технологии**. Предполагается, что современные информационные технологии помогут перевести накопившийся за десятилетия методический материал в электронную форму.

Рынок электронного обучения в мире стабильно растет -- в среднем на 10–20% в год в зависимости от страны [PC WEEK, 2007. № 35]. Информационно-педагогические технологии и высшее образование находятся сегодня на новом этапе развития образования, как системы распространения современных научных знаний посредством CD, DVD и Интернета.

Сегодня есть множество образовательных сайтов, где доступны всевозможные материалы для самоподготовки, однако большим спросом они не пользуются -- зачастую потому, что эти материалы выполнены в классической форме учебников (набор текста, картинок и тестовых заданий для контроля).

Концепция предлагаемых сегодня интерактивных средств обучения, например, **система управления обучением «Обучение 2.0»**, неразрывно связана с дистанционными занятиями. Дистанционные технологии

охватывают практически весь спектр образовательных потребностей. Учебный процесс в рамках «Обучения 2.0» — технология, которая дает возможность построения различных форм и методов интерактивного обучения: в процессе игры и т.д., с методической точки зрения может облегчить восприятие сложного материала, особенно в школах, вузах и на управленческих курсах.

Сегодня в России оснащение учебных заведений компьютерной техникой идет полным ходом, представлены все виды дистанционного обучения, около десятка компаний оказывают услуги «Обучения 2.0». Всего же в мире каждый год около 100 млн. человек пользуются услугами электронного образования. Однако серьезная борьба за этот рынок только начинается [2].

Некоторые перспективные аспекты учебного процесса

♦ Организация обратной связи с учащимися

Основными составляющими интерактивных занятий являются интерактивные упражнения и задания, которые выполняются учащимися. Ресурсы обучающей системы «Обучения 2.0» будут представлять собой не механический набор объектов, а превратятся в сеть знаний. При этом сами обучающие материалы физически будут выполнены как распределенные наборы учебных компонентов. Система «Обучения 2.0» включает в себя механизмы коллективного взаимодействия при круглосуточной поддержке мобильных платформ. В этом режиме система отслеживает координаты обучаемого в реальном мире и, основываясь на них, передает необходимую информацию. Пользователи сами будут оценивать учебные материалы, дополнять их, комментировать их полезность и актуальность. Преподаватель и обучаемый могут обмениваться обычными сообщениями (через электронную почту, чат или конференцию), а могут установить виртуальный контакт с использованием WindowsLive, Skype, **NetOp School** и т.д.

Например, программа NetOp School компании «Аксис Проекты», предназначена для организации обучения в компьютерных классах учебных заведений или специализированных учебных центров. Использование **NetOp School** упрощает учебный процесс и позволяет преподавателю проводить демон-

страции на компьютерах студентов, не отходя от своего компьютера. NetOp School может использоваться в качестве платформы для удаленного обучения. Действуя на основе передовых технологий удаленного управления, NetOp School позволяет преподавателям осуществлять виртуально все те же задачи, что выполняются в обычном классе. Программа сочетает в себе гибкость в настройках, легкость в использовании и не требует большого опыта в области компьютерного обучения.

♦ **Управление учебным процессом**

Управленческая деятельность в современных экономических условиях отличается установкой на демократизацию и создание деловых партнерских отношений в коллективе, что находит отражение также в новых подходах к обучению в системе высшей школы. По своей сути задача управления учебным процессом близка к задаче документооборота, и включает: набор учебных групп, организацию отдельных учебных курсов, учет успеваемости, синхронизацию учебного процесса, распространение нагрузки преподавателей, плата за обучение, составление финальной отчетности и пр. Эти задачи могут быть эффективно реализованы с помощью существующих специализированных систем типа «Электронный деканат», либо модулем управления учебным процессом LMS (Learning Management System), встроенным в систему «Обучение 2.0». Модуль предоставляет функции администрирования, которые позволяют преподавателям и тьюторам планировать, моделировать и иметь доступ к процессу обучения.

♦ **Характер преподавательского ресурса**

Специалисты сферы образования считают, что в обучении в первую очередь важ-

ны методики построения курса и методика преподавания, а не электронные технологии. Сегодня качественных интерактивных курсов практически нет, за исключением единичных разработок зарубежных компаний [2]. Спрос на квалифицированных преподавателей сегодня в России достаточно высок.

Для вывода современного образования на качественно новый уровень сегодня необходимо увеличить эффективность труда преподавателей, а с нею и качество обучения. В плане конкретного «наполнения» системы учебным материалом, внедрения и реализации новых технологий в процесс обучения, роль преподавателя будет расти. Технологий становится все больше, а значит, все больше возможностей для обучения и подачи материала.

Профессионализм труда преподавателя сегодня не связан только с информационной насыщенностью преподавателя и методической оснащенностью учебного процесса, а определяется субъектностью педагога – свойством его личности «производить взаимообусловленные изменения в мире и в себе» [2].

От преподавателя сегодня, помимо профессиональной компетенции, требуются знания и навыки режиссера, сценариста, художника, дизайнера, звукооператора. Предполагается, что перспектива творческой работы с использованием технических и информационных технологий привлечет новое поколение специалистов в образовательные учреждения [3].

В более далекой перспективе ожидается появление автоматических преподавателей – программных агентов – учителей, учитывающих индивидуальные особенности студента и гибко подстраивающих учебный курс под уровень подготовки конкретного человека.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Агапюнов С.В. и др. Средства дистанционного обучения. Методика, технология, инструментарий. Авторы: Агапюнов С.В., Джалишвили З.О., Кречман Д.Л., Никифоров И.С., Ченосова Е.С., Юрков А.В. / Под ред. З.О. Джалишвили. – СПб., 2003.
2. Бобровский С. Знание – это сеть. Тематический обзор // PC WEEK. № 35. 25 сентября 2007.
3. Рогожкин И. Окна с видом на знания. Персональные системы // PC WEEK. № 35. 25 сентября 2007.
4. www.pcweek.ru
5. www.cybercontrol.ru

ИСТОРИЯ, ФИЛОСОФИЯ ИСТОРИИ И ФИЛОСОФИЯ ИСТОРИЧЕСКОЙ НАУКИ

© 2008 В.А. Рубочкин, А.И. Ушаков*

В статье определяются статус понятий «история», «философия истории» и «философия исторической науки». Авторы делают вывод, что философия исторической науки вместе с исторической наукой может выполнять критические функции, оценивая границы и возможности, обоснованных философией истории гносеологических матриц, стилей исторического мышления и методов познания. Также философия исторической науки сфокусирована на рассмотрении и оценке исторической науки как важнейшего компонента духовной культуры и социального общественного института.

*История – основа, однажды заложенная,
связь, которую мы сохраняем, если хотим
не бесследно исчезнуть, а внести свой
вклад в бытие человека.*

Карл Ясперс

Прежде всего, определим статус понятий: «история», «философия истории» и «философия исторической науки». Что мы понимаем, в самом общем смысле, под историей, философией истории и философией исторической науки?

История существует в разных инстансах и ей придают различные смыслы. Во-первых, история рассматривается как реальный процесс развития определенных событий во времени и пространстве (реальная история); во-вторых, история определяется как интерпретация реальных событий прошлого (текстуальная история, историческая наука); в-третьих, история рассматривается как общая теория эволюции человечества (философия истории). На пересечении этих трех смыслов истории возникает еще одна научная реальность с особой областью исследования – философия исторической науки. Само по себе пересечение любых форм и

уровней знаний, теорий и действительности формирует новое когнитивное пространство. Одним из таких специфических по структуре и содержанию когнитивных пространств является философия науки, понимаемая как междисциплинарный синтез философского и конкретно-научного знания. Разработка такого понимания философии науки подробно изложена и обоснована в фундаментальных учебниках под ред. проф. С.А. Лебедева, вышедших в последние годы¹. Рассмотрим эту концепцию более подробно применительно к философии исторической науки. Прежде всего, обратим внимание на существенные отличия философии истории и философии исторической науки.

В начале 1970-х гг. И.С. Кон определял философию истории как раздел философии, связанный с интерпретацией исторического процесса и исторического познания. В философии существовала и существует сегодня

Рубочкин Валерий Александрович – кандидат философских наук, профессор кафедры философии, социологии, политологии и истории Российского университета кооперации.

Ушаков Александр Иванович – доктор исторических наук, профессор, заведующий кафедрой философии, социологии, политологии и истории Российского университета кооперации.

ня давняя традиция относить философию истории к особой области философского знания наряду с этикой, философией науки, философией права, философией техники и т.д. Возникновение самого термина «философия истории» и определение его сути принято связывать с творчеством Вольтера, который употребил его в 1765 г. в статье с одноименным названием. Автор труда «Опыт о всеобщей истории и о нравах и духе народов» видел смысл и предмет философии истории в том, что она за конкретными историческими событиями, процессами, фактами стремится постичь сущность, логические связи и тенденции исторического процесса. Другими словами, для Вольтера исторический факт – это лишь *явление*, которым не может ограничиться и удовлетвориться исследовательская мысль: она должна проникать дальше – в сущность исторических событий, в смысл и логику их возникновения и развития.

Однако в этой общепринятой точке зрения необходимо учитывать то, что во времена Вольтера (и гораздо позже) все науки, которые постигали, или стремились постичь сущность явлений, будь это естественные, социальные или гуманитарные дисциплины, назывались *философскими науками*, даже физика носила название «естественной философии»². И даже знаменитая работа И. Ньютона, популярное изложение которой для широкой публики сделал Вольтер, называлась «Математические начала натуральной философии». От этой традиции не отошел и французский мыслитель, когда причислил историческую науку к философии. С точки зрения современной исторической науки, проникновение в смыслы прошлых событий, их логическая интерпретация рассматривается уже как собственная внутренняя цель истории как одной из конкретных наук и не обязательно связывается с включением в этот процесс философского дискурса. Сегодня, видимо, должны быть представлены и осмыслены другие основания, на которых образуются взаимоотношения философии и исторической науки.

Новую интерпретацию категории «философия истории» разработал Гегель в 20–30-е гг. XIX в., читавший одноименный курс лекций в Берлинском университете. В этом плане заслуживает внимание его книга «Философия истории», где немецкий философ проводит отличие философии истории как от эмпирической истории, связанной с изучением конкретного исторического материала, так

и от прагматического подхода к ней, ориентированного на практические выводы, уроки, которые следует из неё извлекать. По мнению Гегеля, философия истории должна обнаружить смысл мирового исторического процесса в целом, его единое логическое развитие, которое он видел, исходя из своей философской системы, в развитии «мирового духа». И поскольку сущность духа в его свободе, то и всемирная история есть прогресс в осознании и осуществлении свободы в ее необходимости. Эта необходимость, по Гегелю, заключается в том, что «сознание свободы» последовательно воплощается в духе отдельных народов, которые становятся в данную историческую эпоху носителем мирового духа.

У самой философии истории также есть своя история, свои этапы развития. Так, например, в Новое время философия истории приобретает характер теории исторического развития, в которой осмысливаются движущие факторы и силы, управляющие историей, ее законы, цели, смысл. Впервые в работе Д. Вико «Основания новой науки об общей природе наций» (1725 г.) ставится проблема единства и многообразия исторического процесса. Просветители XVIII в. разрабатывают концепции исторического прогресса, подчеркивая внутреннюю связь и преемственность исторических эпох, выдвигают идеи культурного и социального детерминизма в историческом развитии, рассматривают роль выдающихся личностей в истории.

Идеи поступательного развития истории рассматриваются в книге И. Гердера «Идеи к философии истории человечества», где общая направленность развития человечества, его закономерности связываются с божественным началом истории. Французский просветитель Ж. Кондорсе обосновывает исторический прогресс развитием человеческого интеллекта, его разума. Возникновение эволюционных теорий стимулировало появление натуралистических подходов, трансформировавших естественные биологические законы в социальные принципы исторического развития. Значительный резонанс в развитии философии истории вызвало появление марксистской теории исторического развития, основанной на материалистическом понимании истории.

В рамках позитивизма традиционная проблематика философии истории уступает место логическим и семантическим вопросам в интерпретации исторического матери-

ала, логико-методологическим исследованиям историографии. Однако в конце XIX – начале XX вв. появляются новые варианты метафизического, философского, например, объяснения истории, её смысла в христианской философии истории (Н.А. Бердяев, В.С. Соловьев и др.), характера и направленности исторического развития – в различных вариантах теории исторического круговорота (Шпенглер, Тойнби, Сорокин). В философии персонализма и экзистенциализма история осмысливается как один из аспектов развития человека, его судьбы и жизненных проблем. В аналитической истории философии и неопозитивизме акцент делается на описании методов и результатов исследовательской деятельности историков, на критике метафизики в философии истории.

В связи с научно-техническим прогрессом в XX в. возникают технократические концепции доиндустриальных, индустриальных и постиндустриальных исторических эпох (Д. Белл, О. Тоффлер и др.). Вместе с тем появляются пессимистические и эсхатологические версии исторического развития в модернизме (Ф. Фукуяма), а в постмодернизме обосновываются иррациональность, интуитивность исторического познания, отсутствие в нем смыслов и идей. Изучение истории в XXI в. связывается с формированием единой интегративной теории исторического процесса, создающей «голографический» образ истории.

Этот предельно краткий исторический экскурс в философию истории позволяет сформулировать общее суждение о теоретическом и методологическом смысле этой науки, ее месте в системе теорий, изучающих на различном уровне и в различных аспектах историческую реальность. Философия истории в совместном, корпоративном контексте исторического знания выступает как общая теория исторического развития, обосновывающая универсальные модели мировой истории, динамику и стратегию их развития и познания. Кратко и самое главное об этой теории сказано в названии работы К.Ясперса «Смысл и назначение истории». Именно эти два ключевых слова «смысл» и «назначение» истории определяют стратегию научного поиска в философии истории. «Картина всемирной истории и осознание ситуации в настоящем, – писал Ясперс, – определяют друг друга»³.

Понимание предмета философии истории, ее соотношения с исторической наукой

позволяет определить собственную нишу для философии исторической науки. Философия исторической науки как бы объединяет «историческую триаду» (историю как реальный процесс, историю как науку и историю как философию истории), образуя в зонах пересечения свое пространство, свои теоретико-гносеологические проблемы.

Первая область пересечения – предметная (онтологическая). Объектом и самой исторической науки и ее философии, является историческая *реальность*, однако, предмет у них разный: историческая реальность осмысливается в них под разным углом зрения. Если история науки описывает конкретные эмпирические события исторического характера, то философия истории стремится осмыслить универсальные проблемы исторического процесса: «смысл и назначение истории», сущность исторического прогресса (или регресса), оптимистического или эсхатологического характера развития истории, универсальные модели истории и т.д. Онтологией, непосредственным предметом исследования философии исторической науки, в отличие от истории и философии истории, является не сама историческая реальность, а ее отражение, интерпретация в исторических науках, как их содержание.

Разумеется, и философия истории, кроме реальных исторических процессов, также рассматривает и их отражение, интерпретацию в исторических дисциплинах. Поэтому здесь возникает определенная сложность в «разведении мостов», в определении конкретных онтологических границ философии истории и философии исторической науки. Тем более, что демаркация между ними видна только в определенном спектре, под определенным углом зрения, именно с точки зрения исследовательских целей и интересов, с которыми связало обращение к исторической науке.

Философия истории использует данные исторической науки в *своих* целях, для создания собственной исследовательской базы, используемой в решении более глобальных исторических проблем, нередко метафизических, свойственных именно этой отрасли философских знаний. Эта исследовательская база, образно говоря, используется как аэродром «подскока» к стратегическим объектам. При этом философия истории сопровождает анализ исторической науки критическим разбором с позиций, отвечающих или не отвечающих ее мировоззренческим и методологи-

ческим философским установкам. Поэтому существует различное философское осмысление не только исторической реальности, но и исторической науки в философии позитивизма, прагматизма, экзистенциализма, персонализма, марксизма и т.д. Другими словами, матрица отношений философии истории к исторической науке формируется в рамках определенной философской картины мира, философского осмысления исторических эпох.

Другими нитями связана с исторической наукой философия исторической науки. Ее предмет преимущественно локализован рамками этой науки, а исследовательская цель и философская рефлексия направлены на те конкретные вопросы, при решении которых возникает необходимость в использовании философского ресурса. В частности, это могут быть проблемы общего и единичного, случайности, необходимости и вероятности, детерминизма и индетерминизма в исторических событиях, классификации исторической науки, выяснения ее функций как социального института и важнейшего элемента духовной культуры общества и т.д. Значительная область философской проблематики исторической науки находится в рамках ее эпистемологии, что специально будет рассмотрено ниже.

Для решения такого рода концептуальных задач, возникающих в практике изучения истории, современный американский ученый А. Данто предлагает использовать философию, назвав этот феномен или когнитивный процесс «аналитической философией истории»⁴. В данном контексте «аналитическая философия истории» во многом тождественна философии исторической науки, а точнее является ее частью, поскольку последняя присутствует не только в историческом пространстве, но и осмысливает современные реалии – социальные, институциональные, этические характеристики исторических наук. При этом, философия исторической науки связана и с философией истории, осуществляя в ней мониторинг креативных идей для исторической науки.

Вторая область пересечения истории, истории философии и истории исторической науки – эпистемологическая. История, как и любая наука, имеет свой круг гносеологических и методологических проблем. И как в любой науке этот круг проблем является важнейшим направлением философской рефлексии, вносящей плодотворные идеи в когнитивную практику конк-

ретных дисциплин. Кроме того, есть эпистемологические вопросы истории, входящие непосредственно в компетенцию философского знания: проблемы исторической истины и исторических заблуждений, соотношения субъекта и объекта в историческом познании, осмысление новой методологии и методов исторического исследования, в частности, информационно-компьютерного, синергетического и др.

И в философии истории существует блок гносеологических проблем, но эти проблемы выходят за границы конкретных исторических исследований. Прежде всего, они связаны с методологией самого философского осмысления исторической реальности. И природа этих методов и область их применения носят сугубо философский характер. Нередко они вытекают из метафизики, общих положений определенных философских теорий, в рамках которых осмысливается история. В частности, есть метафизические основания религиозной философии истории, персоналистских, экзистенциальных, социально-классовых, натуралистических и других проектов истории.

В целом в философии истории выделяют классическую, неклассическую и постнеклассическую методологию познания⁵. Классическая когнитивная практика опиралась на монистические и плюралистические принципы анализа всемирной истории. Монистический подход к изучению глобальной истории характерен для позитивизма (В.О. Ключевский, М.М. Ковалевский, Н.А. Рожков и др.) и марксизма (М.Н. Покровский и др.). Классическое изложение этого метода в позитивистском духе, обосновывающем единый рационально-логический стиль исторического мышления, содержится в спецкурсе В.О. Ключевского «Методология истории»⁶. Марксистское понимание монистического взгляда на исторический процесс обосновывается в работах К. Маркса, Ф. Энгельса, Г.В. Плеханова⁷ и др. Плюралистическая методология философского осмысления истории характерна для «теории факторов», предлагающей набор различных способов объяснения исторической реальности. В начале XX в. подобную концепцию разрабатывал профессор В.М. Хвостов⁸.

Неклассический этап в эпистемологии философии истории (середина XX в.) продолжает традиции плюралистической методологии и содержит целый каскад методов, используемых в философском позна-

нии истории: биосферный (В.И. Вернадский в работе «Размышление натуралиста»), эволюционно-энергетический (А.Л. Чижевский в монографии «Физические факторы исторического процесса»), культурно-информационный (А.И. Ракитов в работе «Новый подход к взаимосвязи истории, информации и культуры»), кибернетический (С. Янковский), гуманистический (Н.И. Кареев, В.Г. Афанасьев и др.), системный (С.Л. Франк в книге «Методология общественных наук») и др. В центре постнеклассической эпистемологии истории философии (конец XX в. – начало XXI в.) находятся синергетические модели исторического процесса, разработанные на основе ключевых понятий теории открытых, сверхсложных систем: самоорганизации, бифуркации, хаоса, катастрофы, флуктуации, равновесия и неравновесия системы и др. (В.И. Арнольди «Теория катастроф», Ю.М. Лотман «Культура и взрыв», С.Г. Гамаюнов «От истории синергетики к синергетике истории» и другие работы отечественных и зарубежных ученых).

Даже краткий перечень эпистемологических концепций философии истории дает возможность отметить их существенную особенность – предельно универсальный характер методологических подходов к познанию истории, определяемый как особенностью философского мышления, так и целями создания глобальных моделей исторического

развития. Естественно, что методология самой исторической науки, направленной на исследование конкретных исторических событий, более конкретна, «оперативна» и связана с решением другого круга исследовательских проблем. Поэтому философия исторической науки имеет дело с другой эпистемологией, непосредственно связанной с исторической наукой.

Однако философия истории может быть обращена и к конкретно-историческим проблемам познания, обогащая философию исторической науки, саму историческую науку плодотворными мыслями и идеями. Вместе с тем, любая последовательная философская доктрина истории стремится внести в когнитивную историческую практику свой стиль мышления и свою методологию познания. И в этой ситуации философия исторической науки вместе с исторической наукой может выполнять критические функции, оценивая границы и возможности, обоснованных философией истории гносеологических матриц, стилей исторического мышления и методов познания.

Третья сфера пересечения истории, философии истории и философии исторической науки – социальная. В этой области философия исторической науки сфокусирована на рассмотрении и оценке исторической науки как важнейшего компонента духовной культуры и социального общественного института.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Введение в историю и философию науки. – М., 2004; *Лебедев С.А.* Основы философии науки. – М., 2005; *Философия науки: Общий курс* / Под ред. С.А. Лебедева. – М., 2005 и др.
2. *Гегель.* Энциклопедия философских наук. – М., 1974. Т. 1. С. 57.
3. *Ясперс К.* Смысл и назначение истории. – М., 1991. С. 276.
4. См.: *Даито А.* Аналитическая философия истории. – М., 2002. С. 11.
5. См.: *Дорошенко Н.М.* О современных подходах к изучению истории // *Фигуры истории или «общие места» историографии.* – СПб., 2005. С. 23.
6. *Ключевский В.О.* Методология истории // *Ключевский В.О.* Соч. в 9 т. – М., 1989. Т. 6.
7. *Плеханов Г.В.* К вопросу о развитии монистического взгляда на историю // *Плеханов Г.В.* Избранные философские произведения. В 5 т. – М., 1956. Т. 1.
8. *Хвостов В.М.* Теория исторического процесса: очерки по философии и методологии истории. – М., 1919.

РЕЦЕНЗИИ

ПРИКЛАДНОЙ СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Е.И.Куликов. Учебное пособие для вузов.
2-е изд., перераб. и доп. – М.: Горячая линия-
Телеком, 2008. 464 с.

© 2008 М.М. Ермилов*

В рецензируемом образовательном пособии, изданном в прекрасно оформленном твёрдом переплёте, довольно подробно излагается обширный методический аппарат по прикладному статистическому анализу применительно к самым различным научно-техническим направлениям.

Структурно сей основательный, переработанный и дополненный, труд состоит из двух частей. В первой части сформулированы основные положения теории вероятностей (без привлечения математической теории меры). Описываются наиболее распространённые законы распределения, как дискретные, так и непрерывные: биномиальное (Бернулли), и пуассоновское, рассматриваемое как предельный случай биномиального при неограниченном росте числа испытаний. Введено новое понятие производящей функции, которая активно используется при изложении основных свойств дискретных распределений, в частности, распределения Пуассона. Отдельно рассматривается равномерное прямоугольное распределение.

Для всех дискретных законов выводятся выражения для математического ожидания, дисперсии, коэффициента асимметрии и эксцесса (в некоторых случаях описываются детали, с кратким упоминанием используемого метода вывода). Пожалуй, здесь можно отметить несколько излишне формализованный стиль изложения.

Естественно, техника владения математическим аппаратом у автора практичес-

ки безупречна, речь не об этом. Однако из дидактических соображений были бы весьма уместны описания тех реальных ситуаций, в которых упомянутые распределения встречаются. Так, например, распределение Пуассона как таковое существует вполне самостоятельно, и соответствует множеству процессов как естественных, так и экономических, и финансовых. Очевидно, стремление сделать книгу достаточно компактной, и вместе с тем содержательной вынудило автора вполне сознательно чем-то пожертвовать. По той же причине, видимо, в книге отсутствуют описания геометрического, гипергеометрического распределения. Уместным для студентов-экономистов было бы и упомянуть распределение Парето. Разумеется, критические замечания подобного толка имеют свои объективные основания, но необходимо помнить, что при ограничении на объём книги реально дебатировать может лишь вопрос, что следует оставить в тексте, а что – выбросить. Ясно, что здесь неизбежен некоторый субъективизм автора.

Возвращаясь к авторскому тексту, хотелось бы обратить внимание читателей на довольно подробное изложение функциональных (нелинейных) преобразований случайных величин, что в обычных учебниках такого профиля вообще встречается нечасто. И тем более редко в них можно встретить аккуратное и математически грамотное описание этого чрезвычайно негравитального круга идей

Ермилов Михаил Михайлович – старший преподаватель кафедры математики и экономико-статистического моделирования Российского университета кооперации.

и методов. В то же время отсутствие таких преобразований, коротко говоря, равносильно негласному признанию, что рассмотрение ограничивается только линейными случаями. Именно такой взгляд преобладал приблизительно сто лет назад. Собственно, одним из наиболее примечательных выводов, сделанных экономистами в последние десятилетия, есть признание, что природа экономических процессов имманентно нелинейна, а доля линеаризуемых случаев довольно невелика. Особую актуальность рецензируемой работе придает тот факт, что в ней приводятся различные виды аппроксимации законов распределения, предельные соотношения.

Во второй части учебного пособия детально освещены основные положения математической статистики. Четко и ясно излагаются сущность выборочного метода, оценивание параметров распределения, проверка статистических гипотез, корреляционный, регрессионный и дисперсионный виды анализа. Рассматривается теория планирования эксперимента. Изложение теоретического материала иллюстрируется понятными и характерными численными примерами. В качестве закрепляющей методикой освоения учебного материала студентам предлагается ряд творческих задач разной сложности для самостоятельного решения. Приложен неплохой набор статистических таблиц, весьма полезных при статистических расчетах (впрочем, в настоящее время аналогичный справочно-статистический материал можно без особого труда найти в электронном виде).

Е.И. Куликов – автор широко известный ещё в советские годы. Тогда его труды можно было найти, например, в сугубо теоретическом журнале «Радиотехника и электроника», пользовавшимся заслуженным международным признанием. В круг его первоочередных интересов входили воп-

росы статистической обработки сигналов при обнаружении и измерении их параметров. Как правило, речь шла об электромагнитных сигналах, и сам предмет исследования делал необходимым применение весьма обширного математического аппарата. Надо прямо сказать, для исследователей того времени само собой подразумевалось, что любые прикладные работы любой сложности должны быть применимыми для решения вполне конкретных практических задач. По существу, рецензируемое учебное пособие представляет собой довольно удачный образец мирного применения той сложной методикой, которая ранее использовалась в основном в «оборонке». Это делает понятным математически насыщенный характер излагаемого статистического материала, который предполагает наличие у читателя соответствующей подготовки в объёме первых двух лет вузовского образования.

Пособие подобного толка может быть особенно полезным в тех исследованиях, для которых стандартные методы статистики, наподобие простой линеаризации, оказываются неэффективными. От большинства изданий такого рода его выгодно отличает наличие полных выводов формул, что позволяет оценить меру их применимости, и таким образом, делает их применение на практике более осмысленным и масштабным.

В целом, собранный и систематизированный в представленном учебном пособии Е.И. Куликова богатый фактический и теоретический учебный материал по статистическому анализу, подготовленный на высоком научном уровне, безусловно, послужит полезным пособием для проведения лекционных курсов и семинаров по соответствующим темам для студентов высших учебных заведений экономического профиля Российской Федерации.

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ ПУБЛИКАЦИЙ

Редакция журнала «Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики» принимает статьи, заметки, рецензии, размышления, дискуссионные результаты научного поиска, информационные материалы по актуальным проблемам:

- социальной философии, социологии, политологии и истории;
- экономической теории;
- теории и методологии кооперативных форм организации хозяйства;
- маркетинга и менеджмента;
- совершенствования социально-экономической деятельности и хозяйственного механизма кооперативных организаций;
- товароведения, товародвижения, научных и научно-технических аспектов качества, сохраняемости и конкурентоспособности продовольственных и непродовольственных товаров;
- сущностных изменений и особенностей современной экономики;
- совершенствования правовых отношений, в том числе кооперативного законодательства;
- совершенствования теории и практики образовательной среды.

Одной из основных целей издания журнала является ознакомление широкой кооперативной общественности с исследованиями, диссертациями, разработками преподавателей, аспирантов, соискателей, студентов, содержание которых важно для дальнейшего развития системы. При этом редакция журнала, руководствуясь необходимостью оказания оперативной и бескорыстной поддержки аспирантам и соискателям в опубликовании научных материалов (но не в ущерб качеству), прежде всего, ориентируется на публикацию результатов кандидатских диссертационных исследований.

В тесном сотрудничестве с журналом работают многие руководители федеральных и региональных органов власти.

Наименование постоянных рубрик журнала:

1. Теория и практика кооперации
2. Экономика и управление
3. Финансы и учет
4. Правовое обеспечение кооперативного сектора экономики
5. Математические и инструментальные методы экономики
6. Организация и технологии предприятий кооперативного сектора экономики
7. Профессиональное образование: теория и практика.

Помимо публикации материалов в постоянных рубриках, редакция работает над подготовкой выпусков **тематических номеров**, объединенных правовой, финансово-экономической, технической, гуманитарной направленностью.

Основные требования к содержанию: актуальность, полезность, новизна, высокое качество.

В настоящее время журнал «Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики» проходит процедуру включения в перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук.

Наличие в редколлегии журнала известных специалистов из разных научных школ, разных ведомств, с высокой научной репутацией является критерием высокого уровня публикаций.

Журнал является общероссийским, пользуется международной известностью и известен широкой научной общественности от Мурманска до Камчатки, в странах СНГ (Азербайджан, Казахстан, Таджикистан, Украина, Беларусь, Молдова и др.).

Журнал является подписным и входит в один из общероссийских каталогов – ОАО «Роспечать». На журнал ведется подписка по каталогу общероссийского агентства «Роспечать», индекс издания 20790.

Издательством существенный тираж журнала рассылается в российские библиотеки и библиотеки высших учебных заведений.

На внутреннем сайте Российского университета кооперации (<http://ruc-ic/science/izdat/Journal/Lists/Links/AllItems.aspx>) имеется полнотекстовый доступ к электронным версиям статей журнала. В последние годы все больше ценится доступность электронной версии научного журнала, поскольку это значительно расширяет аудиторию ученых, имеющих потенциальную возможность знакомиться с результатами работ, опубликованных в электронном виде.

Приглашаем Вас стать авторами и читателями нашего научного журнала, регулярно издающегося с сентября 2003 г. периодичностью 6 номеров в год. Публикация в журнале бесплатная.

Параметры оформления статей для журнала:

1. К публикации принимаются научные статьи, выполненные в строгом соответствии с установленными правилами подачи материалов для публикации.

2. Журнал является научным и имеет соответствующий инструментарий (ссылки, библиография, таблицы, графики, схемы, диаграммы, чертежи, математические модели, иллюстративный материал). В отличие от сборников статей журнал должен иметь постоянное количество страниц, формат и даже вес, поэтому количество статей в номере определяется заданным объемом.

В *журнальной научной статье*, имеющей ограниченный объем (60 тыс. знаков), аналитически рассматривается, как правило, одна научная проблема. В *введении* необходимо аргументировано обосновать *актуальность темы исследования*, обязательно четко *поставить проблему* и показать ее связь с важными научными или практическими задачами; *провести анализ последних публикаций*, в которых рассмотрена данная проблема; выделить *нерешенные вопросы* общей проблемы, которым посвящается указанная статья; сформулировать *цель и задачи статьи*; обговорить *материалы и методы исследования*; в *основной части* изложить основной материал исследования (в основу текста здесь кладется одна научная мысль, одна научная идея) с обоснованием полученных научных результатов; в *заключении* (не менее 0,5 стр.) сформулировать полученные в ходе анализа *выводы*, ответить на вопросы, поставленные вводной частью, и наметить *перспективы дальнейших изысканий* в данном направлении.

Обязательными являются *ссылки* на источники статистических данных, ссылки на публикации используемых исследований, архивные и рукописные материалы. Ссылки на собственные публикации являются некорректными.

Статья должна иметь свой **классификационный индекс УДК**.

Авторский текст представляется в распечатанном виде с датой и подписью автора (ов) и/или в электронной форме (дискета, CD, электронная почта), содержащей файл текста в формате «Word» (маркировка дискеты или CD диска должна содержать: ФИО автора и название статьи; содержание электронного варианта статьи должно быть идентично машинописному оригинал-макету).

3. **Название статьи** оформляется прописными буквами, жирным шрифтом (12 пт) с выравниванием по центру. Не следует допускать в названии статьи неопределенных формулировок, например: «Анализ некоторых вопросов...», а также штампованных формулировок типа: «К вопросу о...», «К проблеме...», «К изучению ...», «Проблема ...», «Материалы к...». Ключевые слова формулировки названия должны указывать на предметную область исследования и суть проблемы, точно отражать содержание. Четко сформулированное название статьи является одним из показателей квалификационного уровня автора. На этапе приема статьи к публикации редакция обращает внимание на её название и при необходимости предлагает авторам приводить название в соответствии с содержанием. Редакция оставляет за собой право изменить название статьи, а также со-

храняет за собой право делать необходимые редакционные исправления и сокращения, принимать решение о тематическом несоответствии материала, предлагаемого для публикации, без объяснения причин.

4. **Объем** статьи не должен превышать 22,5 страниц компьютерного текста (60 тыс. знаков), включая резюме, текст, таблицы, рисунки, иллюстрации и список литературы; шрифт – Times New Roman, кегль – 12 пт, межстрочный интервал – одинарный, выравнивание – по ширине, без переносов. Поля (в см.): слева – 2,5, справа, сверху и снизу – 2 см. Красная строка – табуляция или отступы (1,25). Страницы не нумеруются. При цитировании или в любом другом случае, когда это нужно, следует использовать **парные** кавычки. Например: проект «Развитие АПК».

5. Необходимо представить **резюме (аннотацию)** статьи на русском языке (5–10 строк, 400–800 знаков) об актуальности и новизне темы, главных содержательных аспектах и выводах: размещается в распечатанных и электронной версиях после названия статьи (курсивом) ниже через два интервала. В конце статьи – ее **резюме (аннотация) на английском языке**, с теми же правилами оформления, что и на русском языке. За сведениями об авторе (ах) на английском языке приводятся: название статьи, инициалы и фамилия автора (ов), ученая степень, звание, занимаемая должность, место работы, аннотация.

6. Таблицы, рисунки, подписи к рисункам, список литературы оформляются в соответствии с требованиями библиографического описания и ГОСТ 7.1.-2003 г. Диаграммы, таблицы, рисунки должны быть сделаны в текстовом редакторе Word и дополнительно сохранены в отдельном файле. Фотографии и рисунки прилагаются отдельными файлами в формате TIFF или JPEG.

7. На качество журнала, его соответствие мировым стандартам, влияет наличие пристатейной библиографии. **Список использованной литературы**, оформленный в соответствии с принятыми стандартами, выносится в конец статьи, и источники даются в алфавитном порядке (русский, другие языки). Отсылки к списку даются в тексте в квадратных скобках. Например: [1]. Если в квадратных скобках перечисляются несколько источников, то отсылки делаются следующим образом: [2; 5]. Если в тексте приводится точная цитата из источника, в квадратных скобках после нее указывается номер источника и **обязательно** страница: [4, с.23]. Примечания нумеруются арабскими цифрами (на верхнем индексе). Фамилия и инициалы авторов исследований в списках выделяются курсивом.

8. Электронные версии фотоматериалов (фотография автора обязательно, иллюстрации) представляются отдельными файлами в форматах TIFF, JPEG разрешением не менее 300 dpi. Не допускается представление иллюстраций, импортированных в «Word», а также их ксерокопий. Ко всем фотонизображениям необходимы подрисовочные подписи, оформленные по схеме: название/номер файла с иллюстрацией – пояснения к ней (что/кто изображен, где; для изображений обложек книг и их содержимого – библиографическое описание; и т.п.). Подписи к рисункам, таблицам – шрифт Times New Roman, 12 пт, межстрочный интервал – одинарный. Номера файлов в списке должны соответствовать названиям/номерам представляемых фотоматериалов.

При передаче информации, насыщенной большим количеством схем и таблиц, по электронной почте желательно архивировать файлы.

Допустимые форматы файлов: текст, таблицы, формулы – DOC, RTF (MS Word); графические объекты (схемы, диаграммы и т.п.) необходимо представлять в отдельных файлах – DOC, AI; иллюстрации, в том числе фото – TIFF (RGB) с разрешением 300 dpi.

Необходимо приводить ссылки на графические объекты в тексте, пронумеровав их в скобках и выделив их красным цветом. Графические объекты представлять отдельным файлом.

Употребляемые в статье английские термины должны быть переведены на русский язык, а сокращения – расшифрованы.

9. **Сведения об авторе (авторах):** имя, отчество, фамилия; день, месяц и год рождения; должность, место работы, ученое звание, ученая степень, домашний адрес (с

индексом), контактные телефоны (рабочий, домашний, мобильный), адрес электронной почты, – размещаются перед названием статьи в указанной выше последовательности (с выравниванием по правому краю).

10. Журнал является рецензируемым, т.е. все публикуемые в порядке очередности поступления материалы проходят тщательную научную экспертизу, рецензирование организованно «жестко», по международным правилам. Статья **обязательно** должна иметь **две рецензии**, подготовленные кандидатами или докторами наук по профильной научной дисциплине, и работающими в разных организациях. Рецензии должны быть заверены печатью той организации, где работают рецензенты. **В качестве рецензента может выступать как минимум один специалист, имеющий ученую степень доктора наук по специальности данной работы.** Рецензии представляются в оригинале или отсканированные (отдельным файлом). Редакция журнала вправе вернуть отзыв рецензента (автору), если он не соответствует указанным требованиям.

Основанием для включения статей студентов, аспирантов и соискателей в журнал является наличие: а) **отзыва-рекомендации научного руководителя**, который несет ответственность за опубликованные материалы, их научную достоверность и соответствие жанровой специфике; б) **рекомендации кафедры**, на которой проходило выполнение научной работы. В примечании к статье студента, аспиранта или соискателя указываются кафедра, где проходит выполнение диссертационного исследования, и ФИО научного руководителя.

Редакционная коллегия принимает также заключение об апробации исследования, но с условием, чтобы документ отвечал на главные вопросы о личном творческом вкладе автора и достоверности полученных результатов.

Каждую статью в редакции рассматривают не менее двух высококвалифицированных специалистов данного направления, имеющих большой опыт публикаций в научных журналах.

Если статья возвращена на доработку, при повторной подаче ее в редакцию следует сделать надпись на 1-й странице: «Доработанный экземпляр».

Авторам присланные материалы и корректуры не возвращаются.

Каждый автор публикации получает один экземпляр журнала.

Почтовый адрес редакции журнала: 141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. Веры Волошиной, 12. 30 «Российский университет кооперации», Центр организации ИИР, корп. 3, кабинет № 417. **Контактные лица редакции журнала:** Погодин Евгений Петрович, Абалакина Татьяна Владимировна – корп. 3, кабинеты № 411, 417; тел. городской: (495) 582-9467. **Факс:** (495) 581-3003 (с пометкой для Е.П. Погодина, Т.В. Абалакиной).

Материалы для публикации можно направлять по электронной почте. **Адрес электронной почты (e-mail):** **Pogodin@ruc.su** или **Abalakina@ruc.su**

Редакция журнала «Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики» заранее благодарит за материалы, присланные с учетом этих требований, а так же извещает, что редакционная коллегия вправе вносить в настоящие Правила изменения.

Редакция будет благодарна за любые замечания, пожелания и советы по содержанию и оформлению журнала.

PROGRESSIVE FUNCTIONAL DEVELOPMENT OF CONSUMER COOPERATIVES ECONOMIC MECHANISM

© 2008 **Freedman A.M.**, Dr. of Scs (Econ.); professor, Head of Chair of Cooperatives and Entrepreneurship, Russian University of Cooperation; Merited Figure of Science, Russian Federation

The author is of the opinion that the Soviet authorities violated the fundamental cooperative principles. The cooperatives were completely under state control. This affected the true nature of the cooperative movement, their economic activities lost their proper forms and nature. The way of socialist economic activities hindered social and economic development of all industries and activities and run contrary to better efficiency. Economic transformations that began in the 1980s took the path of transition from administrative measures to economic ones, to increased democratization in management and to more active human factor.

WHAT KIND OF MARKETING IS NEEDED FOR TODAY'S CONSUMER COOPERATIVES?

© 2008 **Morozov Yu. V.**, Candidate of Sciences (Economics), professor, Head of Chair of Marketing and Advertising, Russian University of Cooperation

Marketing approach is one of the conceptual tasks of sustainable development of consumer cooperatives. The competition for a customer can only be won if cooperative management uses marketing approaches. Marketing done for the sake of market alone has become bygone, while marketing done for the benefit of studies of peoples need and requirements begins to turn outdated. The most modern marketing activities are marketing studies of relationships that ensure efficiency by way of attracting new customers and withholding old ones.

REGIONAL CLUSTER POLICY AS A CONDITION TO IMPROVE THE ECONOMIC AND COMMERCIAL INTERACTION AMONG SMALL AND BIG BUSINESSES

© 2008 **Pogodina T.V.**, professor, Doctor of Sciences (Econ.), Head of Chair of the Economic Theory, Russian University of Cooperation.

© 2008 **Zadorova T.V.**, lecturer, Chair of Economics and Finance, Volgo-Vyatsk Academy of State Services (affiliation in Tcheboksary);

© 2008 **Pogodina M.E.**, student, Moscow State Institute of Steel and Alloys.

Studied are the essence and advantages of the cluster policy. Stressed are different types of cluster policy, including the liberal one (the USA, Great Britain, Canada, and Australia) and dirigistic one (France, Japan, Sweden, and Finland). It is noted that Russia at the contemporary stage begins to develop its own type of the cluster policy that uses its regional authorities as strategic development tools.

AN EFFECTIVE COMMUNICATION POLICY IMPLEMENTATION IS FUNDAMENTAL IN FORECASTING AND PLANNING OF RETAIL GOODS TURNOVER FOR CONSUMER COOPERATIVE ENTERPRISES

© 2008 **Khaldeev V.T.**, Candidate of Sciences (Economics), associate professor, Smolensk affiliation of Russian University of Cooperation.

The author believes that the consumer cooperative statistical forecast reports on sales of goods should be supported with information from other sources in order to better describe volumes and structure of consumption and demand of consumers. One of the tasks to streamline planning in trade alongside with improved economic planning of retail goods turnover, shall be a product-mix planning. Commercial shows and fairs with the participation of cooperatives bring immense benefits and advantages for them and serve as multiple means of communication.

Commercial fairs is a chance for cooperatives to see and analyse goods of competitors and market demand with a view to improve ones own product mix. Alongside with finding partners and promoting business ties with them, the fairs also serve the purpose of mapping out competition policy for the line of products to be produced, for prices of goods and conditions of selling them.

EXPERIENCE OF APPRAISING REGIONAL DIFFERENTIATION IN THE LIFE QUALITY OF POPULATION

© 2008 by Krivoshey V.A, Doctor of Sciences (Economics), professor, Rector of Russian University of Cooperation

The article reviews methods of defining and revealing regional differentiation in the life quality of population proposed by home and foreign scientists, which can be used to make interregional and dynamic comparisons and construct a composite index of life quality of population.

THE GLOBALIZATION OF WORLD ECONOMY: REALITIES, CHALLENGES AND PROSPECTS FOR RUSSIA AND THE REST OF THE WORLD

© 2008 by Orlova N.L., Candidate of Sciences (Economics), associate professor, Dean of the International Relations Faculty, Russian University of Cooperation

Globalization, as a growing integration of societies and economic systems all over the world, is a complex process that covers many aspects of our life. The new wave of globalization differs from the previous ones. First, there is a large group of developing countries that burst into the global markets. Second, there are other developing countries that remained on the roadside of the world economy, suffering from lesser incomes and lower welfare. Third, the role and the effect of international migration and capital flows has risen. The globalization process has its own supporters and adversaries, as it has its own positive and negative sides. The article reviews the attributes of contemporary economic development, conflicts in the global world, and ways to improve competitiveness of individual countries.

ANALYSIS OF THE STRUCTURE OF GDP USE: DOES RUSSIA SPEND ITS INCOMES WISELY?

© 2008 Logutenkova T.V., senior lecturer Russian University of Cooperation

© 2008 Logutenkova I.V., a student with the economic faculty State University High School of Economics

The question whether Russia spends her revenues wisely has become topical today. The answer to the question can be obtained by way of analyzing the structure of the GDP use. The article reviews the dynamics of the GDP use as a whole, or as items of national income and items of national expenditure for the period of 2003 – 2008. The analysis of the data helped to reveal major trends and their positive and negative effect on the economic situation in Russia.

THE STATE AGRARIAN POLICY AS A COMPONENT OF GENERAL ECONOMIC POLICY OF THE RUSSIAN FEDERATION

© 2008 Abalakina T.V., Candidate of Sciences (Econ), Head of Center of Scientific Research organization, Russian University of Cooperation.

© 2008 Abalakin A.A., Candidate of Sciences (Econ), associate professor, Chair of Economic Theory, Russian University of Cooperation.

The article reviews theoretical notions of agrarian policy, the degree of scientific substantiation and practical measures for the policy implementation. An important role of

the state agrarian policy in the contemporary world is emphasised. The material of the article is based on a personality approach of the authors to the above mentioned problem.

ON THE ESSENCE OF ENREPRENEURSHIP RISKS

© 2008 Bindas V.G., Candidate of Scs (Econ.), Krasnodar Cooperative University affiliated to Russian University of Cooperation

The article deals with some modern approaches to understanding the essence of entrepreneurship risks. Presence of risks in trading is seen neither as a virtue nor as a flaw – risks are economically and functionally natural. Risks absence hurts economy because non risky or semi risky activities are apt to limit the sphere of self-fulfillment of most executives. Risks are constant and forceful factors, which assist sustainable goods turnover. They contribute to the flow of material, financial, and human resources from some spheres to others provided there exist certain risks, too. Risks are a stimulus to and a prime mover of progress.

DEVELOPMENT PROSPECTS FOR PUBLIC UTILITIES IN RUSSIA UNDER CONDITIONS OF INVESTMENT ACTIVITIES GROWTH

© 2008 by Kotov D.A., a post graduate student of the Chair of Management, Russian University of Cooperation.

The author believes that every western policy in the sphere of utilities management cannot be successfully applied in Russia. The world practice does not have identical precriptions that can guarantee efficient longterm performance of a public utility enterprise which would meet requirements of social justice. Each country should put in place a system of her own to provide utility services for the population proceeding from the countrys economic and social conditions. A successful version of one country cannot be applicable that successfully in another country. Foreign experience testifies to the fact that there exist pluralism of oppinions and approaches to utility services and multiple ways of utilities management that allow optimal patterns of distributing responsibility, incomes and risks between government and private businesses.

SERVICES AS A SPECIFIC ECONOMIC PRODUCT: EXPLAINING FUNDAMENTL PROPERTIES

© 2008 Beletsky M.J. – a post-graduate student, Chair of Commerce and Trade Technology, Russian University of Cooperation.

The article defines the contents and the notion of a service. The task involves logical and gradual follow up and explanation of properties, from general and generic ones to constituent ones. The paper is a retrospective review of most significative results obtained by the world scientific community in the study of «service» as an economic category.

FINANCIAL RELATIONS IN RUSSIA ON THE CONTEMPORARY STAGE

© 2008 Ms Nikonova E. Yu., senior teacher, Chair of Accounting and Statistics of Tcheboksary Cooperative Institute.

The way of conducting a regional financial policy is a linchpin of the regional financial system management. The regional financial policy shall incorporate a set of legislative, economic, and administrative measures, which are aimed at providing the financial system sustainable development, and at the regions social reproduction as a whole. The author maps out the financial system shortages, which hinder economic and social progress in the Russian Federation. Ways of their elimination have also been indicated.

SELECTING AND INTRODUCING ACCOUNTING AUTOMATION SYSTEMS IN CONSUMER COOPERATIVES ENTERPRISES

© 2008 by Samolyetov R.B., Furguina L.A., senior teacher, Chair of Accounting, Russian University of Cooperation

Nowadays it is difficult to imagine the work of an accountant without computing technologies. However, there exist organizations where means of automatic high technologies are not available to obtain excellent data processing results. The authors of the article reveal the lack of efficient automation in accounting in some cooperative enterprises. That kind of distress situation resulted from poor control over selection, introduction and operation of accounting software. The authors propose some effective ways of solving the problem that would allow consumer cooperative organizations to raise immensely the effectiveness of accounting automation, to streamline the accounting process proper and control over it.

EVALUATION SPECIFICS OF INNOVATION PROJECTS

© 2008 By Sandou I.S., Dr. Scs (Econ.), professor, dean of Accounting and Applied Informatics Faculty, Russian University of Cooperation;

© 2008 Maslov E.A., a post graduate student of Chair of Economics and Entrepreneurship

The article discusses investment problems relating to innovation projects, which require specific approaches to the evaluation of their efficiency, since the innovation project implementation involves a great number of parties. The investors and the enterprise that implement the project are joined in the implementation by research and development bodies, factories that make novel products and other parties.

GENERAL CHARACTERISTICS AND PRINCIPLES OF MUHAMMAD YUNUS MICROCREDITING SYSTEM

© 2008 By Zharikov M.V., a postgraduate student, Chair of World Economics, Russian University of Cooperation

Analysed is a system of crediting poor rural dwellers. Prof. Muhammad Yunus system of micro crediting is based on the principle following which the poor have enough experience and skill, but they are not lucky either to use them, or use them sufficiently.

It isnt the lack of experience and skill that make the poor such. M. Yunus believes that poverty is produced by the institutions and politics, rather than by the poor. He worked out a methodology and an institution proceeding from financial needs of the poor, and provided them with an access to credits on reasonable conditions.

SYSTEM MODEL OF FINANCING FOOD STUFFS DEMAND IN CONSUMER COOPERATIVES

© 2008 Blau S. L., professor, Dr. of Scs (Econ.), Head of Chair of Mathematics and Economic- Statistical Modeling, Russian University of Cooperation.

© 2008 Tourovets M.V., senior teacher, Chair of Finance, Investment and Banking, Russian University of Cooperation.

The article specifies the notion of "food sphere of consumer cooperatives". Discussed is the financial mechanism of investments. Defined are methodical approaches to forming the system of financial resources taking into account the interests of various groups of investors and the ways of development of food sphere of the regional consumer cooperatives. Substantiated is the model of the financing system of consumer cooperatives food sphere. The model takes into account peculiarities of raising financial resources in consumer cooperatives.

NEW INFORMATION TECHNOLOGIES IN TAXATION AND THEIR ADOPTION IN THE ACADEMIC PROCESS

© 2008 **Sourkova L.E.**, Candidate of Technical Sciences, associate professor, Chair of Information Technologies, Russian University of Cooperation

The article deals with problems of introducing new information technologies in taxation offices and consequently the issue of training skilled personnel for tax collecting bodies. The state of automation for the present moment is analyzed, major tasks are stressed, and development priorities are discussed. Introduction of information technologies in tax collecting bodies involves radical changes in the work of tax collecting personnel, making it more intellectual. Bearing this in mind special attention is given to issues of training future tax collecting staff in Russian University of Cooperation.

USE OF SPECIALISED APPLIED PROGRAMMES IN THE ACADEMIC PROCESS

© 2008 **Kudryavtseva L.G.**, Candidate of Technical Sciences, associate professor, Russian University of Cooperation

The use of specialized software applications in the educational process is one of the direction of introducing information technology in academic studies. The article deals with some programs of domestic firms, which supply developed products to universities for academic training purposes. Considered are details of the NetOp School software product, supplied by the company «AXIS Projects». The product is used for full control over the educational process.

USE OF PLASTIC CARDS IN RETAIL TRADE

(from the experience of the «Krasny Tkatch» (Red Weaver) consumer society of the Yaroslavl Regional Consumers Union)

© 2008 **Valigursky D.I.**, prof., Dr. of Scs (Econ.), Head of Chair of Commerce and Trade Technology, Russian University of Cooperation;

© 2008 **Arustamov E.A.**, prof., Dr. of Scs (Econ.) Chair of Commerce and Trade Technology, Russian University of Cooperation; Merited Figure of Science, RF;

© 2008 **Pakhomkin A.N.**, prof., Candidate of Science (Economics), Chair of Mathematics, and Economic and Statistical Simulation, Russian University of Cooperation.

Reviewed is performance of the «Krasny Tkatch» (Red Weaver) consumer society of the Yaroslavl Regional Consumers Union achieved by them after introducing electronic plastic cards in retail trade. The effective use of discount instruments involves careful elaboration of each and every stage in the areas of their implementation, such as planning, selling, control and appraisal of results obtained.

AN ANALYSIS OF SAFETY LEVEL OF EDIBLE COMMODITIES AND FOOD PRODUCTS THAT CONTAIN GENETICALLY MODIFIED GERMS

© 2008 **Ambrosyeva E.D.**, doctor of Biological Sciences, professor, Chair of Commodities Study, Commodities Consulting and Auditing, Russian University of Cooperation

Reviewed is information on food risks of genetically modified microorganisms, which are food components in food nutrients for contemporary human beings. Also provided is critical assessment, which includes analysis and evaluation of formal data on the genetically modified product and their share in edible commodities and food products available at the markets of the Russian Federation.

THE SERVICE OF CONTROLLING IN CONSUMER COOPERATIVES OF RUSSIA

© 2008 By Tchirko E.P., Dr of Scs (Econ.), professor, Bryansk Affiliation of Russian University of Cooperation;

© 2008 Sherhaev N.V., Candidate of Pedagogical Sciences, associate professor, Bryansk Affiliation of Russian University of Cooperation.

The article considers ways of perfecting information resources in the organization of consumer cooperatives. Information resources are based on a controlling diagram with an automated work place for a specialist, intended for improved operative control.

ECONOMIC TECHNIQUES TO REGULATE RISKS WHEN SERVING THE CUSTOMER

© 2008 By Spivack A.A., Candidate of Sciences (Econ), Russian University of Cooperation.

The author believes that most effective means to avoid or to reduce negative consequences is direct administrative influence on the risk factors by internal ways of their regulation, checking the supposed partners in business, planning and forecasting the state of finances of the friendly organization; checking the price index of elasticity demand.

MODERNIZED PROFESSIONAL EDUCATION AS A CONDITION OF FORMING MODERN ECONOMIC BEHAVIOUR OF SPECIALISTS IN THE HUMAN RESOURCE MARKET

© 2008 Izmailova M.A. Candidate of Pedagogical Sciences, associate professor, Chair of Pedagogics, Psychology and Culture, Russian University of Cooperation.

The author considers a topical problem of upgrading the system of professional education which should fully be aimed at the type of the educational institution and its students taking into account any changes in the labour market and economy both locally and worldwide. The author also dwells upon the concepts and methodology of working out state educational standards of professional education on the basis of a competent approach.

UPGRADING THE QUALIFICATION OF TEACHERS IN AN ECONOMIC ESTABLISHMENT OF HIGHER LEARNING AS A CONDITION OF THEIR ENHANCED PROFESSIONAL COMPETENCE

© 2008 Sitnick A.P., professor, Dr.of Scs (Pedagogics), professor, Chair of Pedagogics and Psychology, Russian University of Cooperation.

Problems of professional competence of a teacher in an economic institution of higher education are discussed in the article with the aim of improving quality of professional education. Its shown that a systemic procedure of teachers study provided at the level of departments and the university brings positive results. Analyzed are objective and subjective reasons for low motivations of the higher education teachers for further developing their professional skills. Offered are effective tools for professional competence perfection on the background of andragogy.

MODERN INTERACTIVE TECHNIQUES OF EDUCATION

© 2008 Goudzenchouk Z.V., candidate of technical sciences, associate professor Chair of Information Technology, Russian University of Cooperation.

Modern information technologies offer the new forms of presentation, organization and information transfer in the field of education. The article considers basic components,

which form the interactive environment of educational process, typical problems, methodical and technological aspects of using interactive tools in teaching today and in the perspective.

HISTORY, PHILOSOPHY OF HISTORY AND PHILOSOPHY OF HISTORICAL SCIENCE

© 2008 By **Roubochkin V.A.**, candidate of sciences (philosophy), assistant professor, candidate of sciences (philosophy), assistant professor, Chair of Philosophy, Sociology, History and Political Science, Russian University of Cooperation; and

© 2008 **Ushakov A.I.**, doctor of sciences (history), professor, head of the Chair of Philosophy, Sociology, History and Political Science, Russian University of Cooperation.

The article defines philosophical problems that fit the size of science of history. It is a specific feature of the science, that it is a significant element of spiritual culture and education, a mode of learning history and national self – consciousness, and a social institution performing public functions.

СОДЕРЖАНИЕ

К 95-летию Российского университета кооперации: представляем
научно-педагогические школы

А.М. Фридман

Научная школа:

**«Совершенствование экономического механизма организаций
потребительской кооперации»** _____ 3

≈ 0,2

Е.Ф. Авдокушин

Научная школа

«Новая экономика»: сущность, факторы, структура _____ 6

0,13

Теория и практика кооперации

А.М. Фридман

**Развитие хозяйственного механизма функционирования потре-
бительской кооперации** _____ 8

0,72

Ю.В. Морозов

Какой маркетинг нужен сегодня потребительской кооперации? _____ 16

0,63

Т.В. Погодина, Т.В. Задорова, М.Е. Погодина

**Региональная кластерная политика как условие совершенство-
вания кооперационно-хозяйственных форм взаимодействия ма-
лого и крупного бизнеса** _____ 21

0,62

В.Т. Халдеев

**Реализация эффективной коммуникационной политики – ос-
нова прогнозирования и планирования розничного товарообо-
рота предприятий потребительской кооперации** _____ 28

0,55

Экономика и управление

В.А. Кривошей

**Опыт оценки региональной дифференциации качества жизни на-
селения** _____ 34

0,4

Н.Л. Орлова

**Глобализация мировой экономики: реалии, вызовы и перспек-
тивы для России и мира** _____ 39

0,36

Т.В. Логутенкова, И.В. Логутенкова

**Анализ структуры использования ВВП: разумно ли Россия тра-
тит свои доходы?** _____ 43

0,44

Т.В. Абалакина, А.А. Абалакин

**Государственная аграрная политика как составная часть об-
щэкономической политики Российской Федерации** _____ 49

0,42

В.Г. Биндас

О сущности предпринимательских рисков _____ 54

0,55

Д.А. Котов

Перспективы развития коммунального хозяйства в России в условиях роста инвестиционной активности _____ 60

М.Д. Белецкий

Услуга как специфический экономический продукт: экспликация основополагающих свойств _____ 67

Финансы, денежное обращение и кредит

Е.Ю. Никонова

Финансовые отношения в Российской Федерации на современном этапе _____ 79

Р.В. Самолетов, Л.А. Фургина

Выбор и внедрение автоматизированных систем бухгалтерского учета в организациях потребительской кооперации _____ 85

И.С. Санду, Е.А. Маслов

Особенности оценки инновационных проектов _____ 97

М.В. Жариков

Общая характеристика и принципы функционирования системы микрокредитования Мухаммада Юнуса _____ 100

Математические и инструментальные методы экономики

С.Л. Блау, М.В. Туровец

Модель системы финансирования продовольственной сферы потребительской кооперации _____ 108

Л. Е. Суржова

Новые информационные технологии в налогообложении и их освоение в учебном процессе _____ 117

Л.Г. Кудрявцева

Использование специализированных прикладных программ в учебном процессе _____ 122

Современные формы организации производства и новые технологии

Э.А. Арустамов, Д.И. Валигурский, А.Н. Пахомкин

Применение пластиковых карт в розничной торговле _____ 125

Е.Д. Амбросьева

Анализ уровня безопасности пищевого сырья и продуктов, содержащих генетически модифицированные организмы _____ 130

Е.П. Чирко, Н.В. Шернаев

Служба контроллинга в потребительской кооперации России _____ 137

А.А. Спивак

Экономические методы регулирования рисков при торговом обслуживании клиентов _____ 143

Профессиональное образование: теория и практика

М.А. Измайлова

Модернизация профессионального образования как условие формирования современного экономического поведения специалистов на рынке труда _____ 150

0,8

А.П. Ситник

Повышение квалификации преподавателей экономического вуза как условие совершенствования их профессиональной компетентности _____ 159

0,36

З.В. Гудзенчук

Современные интерактивные средства в обучении _____ 163

0,38

В.А. Рубочкин, А.И. Ушаков

История, философия истории и философия исторической науки _____ 167

0,48

Рецензии

М.М. Ермилов

Рецензия на: Куликов Е.И. Прикладной статистический анализ. Учебное пособие для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Горячая линия Телеком. 2008. – 464 с. _____ 172

0,16

Правила для авторов публикаций _____ 174

0,28

14,58

CONTENTS

To mark the 95th anniversary of the Russian university of cooperation the following academic schools have been set up:

Freedman A.M.

Scientific school

«Streamlining the economic mechanism of consumer cooperatives organizations» _____ 3

Avdockushin E.F.

Scientific school

«New economy»: essentials, factors and structure _____ 6

Cooperatives theory and practice

Freedman A.M.

Progressive functional development of consumer cooperatives economic mechanism _____ 8

Morozov Yu. V.

What kind of marketing is needed for today's consumer cooperatives? _____ 16

Pogodina T.V., Zadorova T.V., Pogodina M.E.

Regional Cluster policy as a condition to improve the economic and commercial interaction among small and big businesses _____ 21

Khaldeev V.T.

An effective communication policy implementation is fundamental in forecasting and planning of retail goods turnover for consumer cooperative enterprises _____ 28

Economics and management

Krivoshchey V.A.

Experience of appraising regional differentiation in life quality of the population _____ 34

Orlova N.L.

The globalization of World economy: realities, challenges and prospects for Russia and the rest of the world _____ 39

Logutenkova T.V., Logutenkova I.V.

A structural analysis of the GDP use – does Russia judiciously spend its revenues? _____ 43

Abalagina T.V., Abalakin A.A.

The state agrarian policy as a component of general economic policy of the Russian Federation _____ 49

Bindas V.G.

The essence of entrepreneurship risks _____ 54

| | |
|---|-----|
| <i>Kotov D.A.</i> <i>Development Prospects for public utilities in Russia under conditions of investment activities growth</i> _____ | 60 |
| <i>Beletsky M.D.</i> <i>Services as a specific economic product – explaining their fundamental properties</i> _____ | 67 |
| Finance, money circulation and credit | |
| <i>Nikonova E.Yu.</i> <i>Financial relations in the Russian Federation on the contemporary stage</i> _____ | 79 |
| <i>Samolyetov R.B., Furguina L.A.</i> <i>Selecting and introducing accounting automation systems in consumer cooperatives enterprises</i> _____ | 85 |
| <i>Sandou I.S., Maslov E.A.</i> <i>Specifics of evaluating innovation projects</i> _____ | 97 |
| <i>Zharikov M.V.</i> <i>General characteristics and principles of Muhammad Yunus micro crediting system</i> _____ | 100 |
| Mathematical and applied methods used in economy | |
| <i>Blau C.L., Tourovets M.V.</i> <i>System model of financing food stuffs demand in consumer cooperatives</i> _____ | 108 |
| <i>Sourkova L.E.</i> <i>New information technologies in taxation and their adoption in the academic process</i> _____ | 117 |
| <i>Koudravtseva L.G.</i> <i>Use of specialised application programs in the academic process</i> _____ | 122 |
| Modern production management and new technologies | |
| <i>Aroustamov E.A., Valigoursky D.I., and Pakhomkin</i> <i>Use of plastic cards in retail trade</i> _____ | 125 |
| <i>Ambrosyeva E.D.</i> <i>An analysis of safety level of edible commodities and food products that contain genetically modified germs</i> _____ | 130 |
| <i>Tchirko E.P., Sherhaev N.V.</i> <i>The service of controlling in consumer cooperatives of Russia</i> _____ | 137 |
| <i>Spivack A.A.</i> <i>Economic techniques to regulate risks when serving the customer</i> _____ | 143 |

Professional education - practice and experience

Izmailova M.A.

Modernized professional education as a condition of forming modern economic behaviour of specialists in the human resource market _____ 150

Sitnick A.P.

Upgrading the qualification of teachers in an economic establishment of higher learning as a condition of their enhanced professional competence _____ 159

Goudzenchouk Z.V.

Modern interactive techniques of education _____ 163

Roubochkin V.A., Ushakov A. I.

History, Philosophy of History and Philosophy of Historical Science _____ 167

Critiques

Yermilov M.M.

Critiques on: Koulikovs Applied statistical analysis. A textbook for institutions of higher learning., revised and augmented. – M.: HOT Line-Telecom, 2008. – 464 pp. _____ 172

For the sake of authors of publications _____ 174

Для записей _____

Российский университет кооперации

**ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
кооперативного сектора экономики**

№ 3

Май – июнь 2008

Научно-теоретический журнал

Ответственный за выпуск *И.Н.Соловух*
Редактор *Е.И.Погодин*
Художественный редактор *С.Ю.Кириянов*
Технический редактор *С.Ю.Кириянов*
Корректор *И.И.Ромашкова*
Компьютерная верстка *С.Ю.Кириянов, О.Ю.Бугаева*

Материалы публикуются в авторской редакции, точка зрения авторов
может не совпадать с мнением редколлегии журнала.
При перепечатке материалов ссылка на журнал
«Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора
экономики» обязательна

Подписано в печать 08.05.2008. Формат 60x90 1/8.
Бумага офсетная. Гарнитура «Peterburg».
Печать офсетная. Объем 24 п.л. Тираж 999 экз.

Издательство АНО ВПО ЦС РФ «Российский университет кооперации».
141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. В. Волошиной, 12/30.

Заказ № 287

Отпечатано в ООО «ГЕО-ТЭК», г. Красноармейск, Московской области
ул. Свердлова, д. 1. Тел.: (495) 993-16-23, 8-903-708-43-92

© Российский университет кооперации, 2008