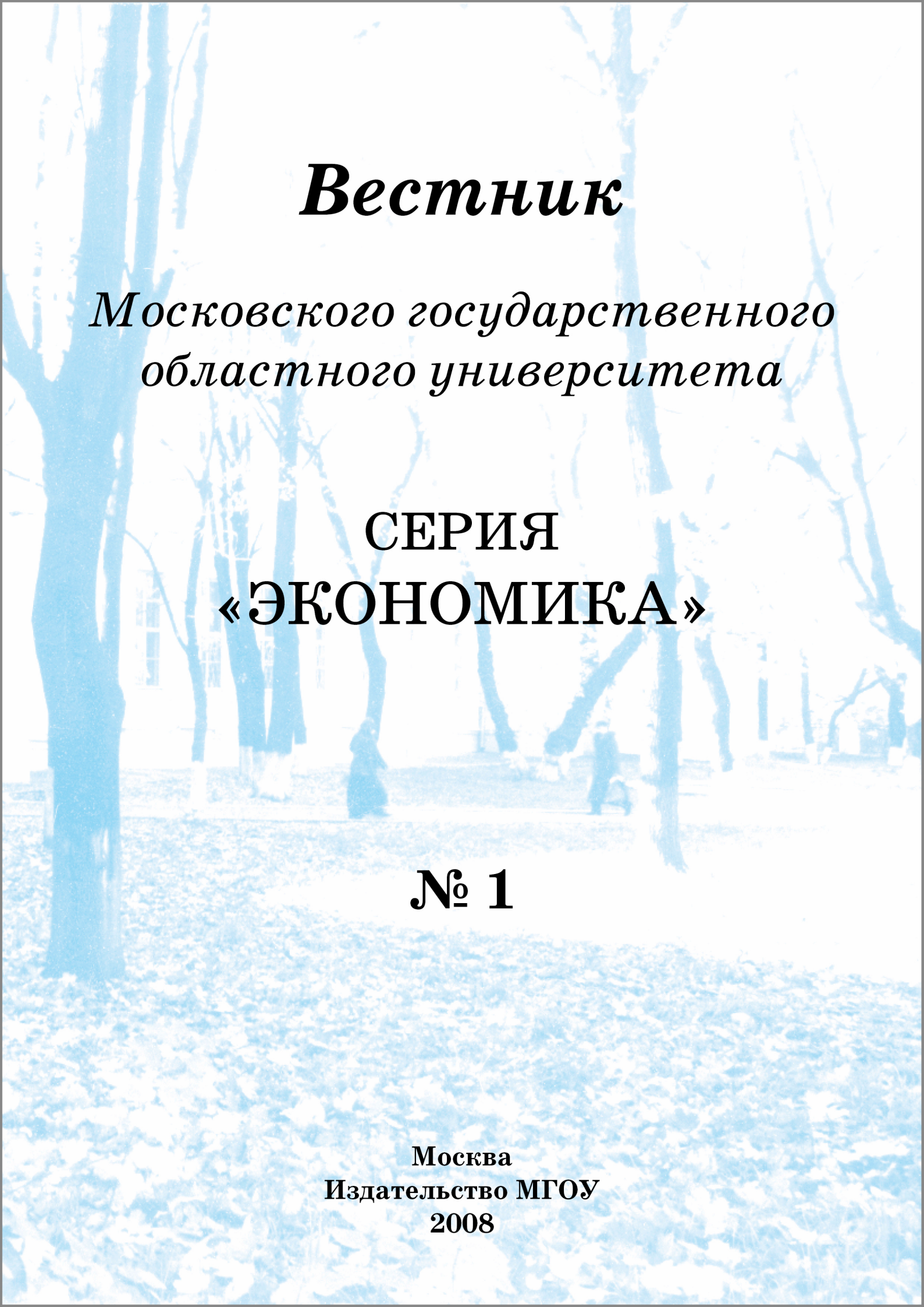


The background of the cover is a photograph of a park. In the foreground, there are several bare trees with dark trunks. In the middle ground, a path leads towards a light-colored building with windows. The ground is covered with fallen leaves. The overall tone is somewhat muted, with a lot of greys and browns.

Вестник

*Московского государственного
областного университета*

**СЕРИЯ
«ЭКОНОМИКА»**

№ 1

**Москва
Издательство МГОУ
2008**

Вестник

***Московского государственного
областного университета***

**СЕРИЯ
«ЭКОНОМИКА»**

№ 1

**Москва
Издательство МГОУ
2008**

**Вестник
Московского государственного
областного университета**

Научный журнал основан в 1998 году

Редакционно-издательский совет:

Пасечник В.В. – председатель, доктор педагогических наук, профессор
Дембицкий С.Г. – зам. председателя, первый проректор, проректор по учебной работе,
доктор экономических наук, профессор
Коничев А.С. – доктор химических наук, профессор
Лекант П.А. – доктор филологических наук, профессор
Макеев С.В. – директор издательства, кандидат философских наук, доцент
Пусько В.С. – доктор философских наук, профессор
Яламов Ю.И. – проректор по научной работе и международному сотрудничеству,
доктор физико-математических наук, профессор

Редакционная коллегия серии «Экономика»:

Желтенков А.В. – доктор экономических наук, профессор
Юферева Е.В. – доктор экономических наук, профессор
Чистоходова Л.И. – доктор педагогических наук, кандидат экономических наук, профессор

Вестник МГОУ. Серия «Экономика». № 1. – 2008. – М.: Изд-во МГОУ. – 70 с.

Вестник МГОУ (все его серии) является рецензируемым и подписным изданием, предназначенным для публикации научных статей докторантов, а также аспирантов и соискателей (См.: Бюллетень ВАК №4 за 2005 г., С. 5).

В «Вестнике» могут публиковаться статьи не только работников МГОУ, но и других научных и образовательных учреждений.

ISBN 978-5-7017-1197-4

© МГОУ, 2008

© Издательство МГОУ, 2008

РАЗДЕЛ I

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Гущин Д.В.,
МГОУ

ТРАНСФОРМАЦИЯ СОБСТВЕННОСТИ В КИТАЕ В КОНЦЕ XX ВЕКА

Аннотация

Данная статья о специфике перехода Китая к рыночной экономике, процессе трансформации собственности, его влиянии на регулирование экономики.

Abstract

This article is about specificity of China's transition to a Market Economy, ownership transformation process, its influence on economic regulation.

Основной особенностью китайского варианта экономического развития является то, что сохраняются социалистическая система, государственная собственность, ведущая роль коммунистической партии, а также эффективное государственное управление экономикой в переходном процессе. Государство не отказалось от планирования экономики и успешно сочетает план и рынок. В результате в Китае было создано социалистическое рыночное хозяйство, успешный выход на мировую арену, а также постепенное формирование «семейного» (кланового) капитализма.

Стартовое начало реформам было положено в Китае в 1978 г. Уже тогда была взята установка на децентрализацию принятия экономических решений, укрепление материальных стимулов и развитие конкуренции. Сложившейся теории перехода китайские специалисты не имели. Как отмечает американский экономист А. Барнетт, «в 1978 г. ни Дэн Сяопин, ни какой-либо другой китайский лидер не имели четкой программы экономических реформ. Китайские лидеры обладали лишь некоторым представлением об общей направленности перемен — создание более эффективной системы устойчивого роста и повышение уровня жизни населения» [1]. Однако можно сказать, что отсутствие четкой программы реформ порой связано с тем, что для китайских реформ характерен более реалистический подход. Это видно из слов Дэн Сяопина, который является главной фигурой китайских реформ того времени. Он отмечал: «Мы занимаемся какой-либо работой с единственной целью — решать вопросы и проблемы. Причем правильность наших мер должна проверяться последующей практикой» [2].

Политика реформ в Китае отличается частичным, экспериментальным подходом, основанным на методе проб и ошибок, когда методы и инструменты преобразований имеют заметные различия, как по отраслям, так и по географическим регионам, и санкционируются центром только после успехов на местном уровне. Экономическая политика реформ должна исходить из специфики Китая, отмечал в своих работах Дэн Сяопин. Поскольку население Китая огромное, а крестьяне составляют 80% населения, т.е. большую его часть, и пахотных земель мало, острие реформы было направлено в первую очередь на сельское хозяйство [3].

Изменения происходили поэтапно. В Китае не вводили частную собственность на землю, однако крестьянам передавали в долгосрочную аренду земельные

участки (в среднем 0,42 га на хозяйство), с производственными бригадами и звеньями заключали долгосрочный подряд на поставку сельскохозяйственной продукции. Весь урожай сверх оговоренного объема, закупаемого по установленным ценам, поступал в распоряжение товаропроизводителей. В 1983 г. с роспуском производственных бригад фактически завершился переход крестьян на единоличное хозяйство [4].

Рыночная трансформация китайской деревни не была в достаточной мере дополнена адекватными структурами в смежных сферах. Между тем именно процесс становления и развития на рыночной основе торгово-сбытовых, строительных, ремонтных и кредитных кооперативов придал мощный импульс модернизации аграрной отрасли в Южной Корее и на Тайване в 60–80-е годы.

Задачей реформ в сельском хозяйстве было не только обеспечение населения продуктами питания, а промышленности — сырьем, но и превращение сельского хозяйства в товарное. При этом важная роль отводилась государству, регулирующему рынок и цены и одновременно создающему крестьянам благоприятные возможности для выхода на свободный рынок со своей продукцией. Для этой цели создавались пункты распространения агротехнических знаний, где крестьян учили повышать плодородие почвы, правильно использовать удобрения, возделывать высокоурожайные культуры. Некоторые уезды были объявлены специализированными зонами товарного производства зерна [5].

Главной особенностью начала реформ можно назвать осторожность, постепенность и настойчивость. Лозунгом 1980 г. было объявлено сочетание плана и рынка. В 1981 г. выдвинут новый лозунг: «Плановая экономика — главное, а рыночная — второстепенное».

В 1983 г. экономика условно была разделена на четыре сферы. В первую область директивного, прямого регулирования входили крупные промышленные предприятия, оборонная промышленность (примерно 30% валового промышленного производства). Вторая область (частичного директивного планирования) охватывала примерно 10% промышленного производства. Третья область (30%) (охватывающая средние и частично мелкие предприятия) подлежала так называемому направляющему планированию. Наконец, остальные 20% экономики регулировались исключительно рынком.

В марте 1992 г. на пленарном заседании Политбюро ЦК КПК Дэн Сяопин заявил: «Не стоит сковывать себя идеологическими и практическими абстрактными спорами о том, какое имя это все носит — социализм или капитализм», а в целях ускорения экономического развития «серьезнее раскрепощать сознание, форсировать проведение реформы, расширение внешних отношений» [6].

В октябре 1992 г. состоялся XIV съезд КПК, который отметил глобальные сдвиги на международной арене: крах международного коммунистического движения и распад СССР. Китайское руководство выразило решимость отвергнуть «теорию домино», принять вызов. Было решено форсировать темпы роста ВВП с 6% в год до 8–9%. Лозунг: «Государство регулирует рынок, а рынок ориентирует предприятие», выдвинутый в 1987 г. на XIII съезде КПК, был преобразован в курс на создание рыночной экономики.

Начиная с 1992 г. торговля сельскохозяйственной продукцией была полностью либерализована, и к 1995 г. более 90% розничных цен и около 90% цен на сырье и полуфабрикаты освобождены от государственного контроля и стали определяться рыночными факторами. В рамках проводимой финансовой реформы было решено

дать банкам трансформироваться в подлинно коммерческие учреждения, освободив их от необходимости предоставлять кредиты, продиктованные государственной политикой [7]. Кроме того, новая политика подчеркнула, что активное содействие и развитие негосударственных предприятий — главная часть экономических реформ. Этот процесс начался в сельском хозяйстве, где широкое распространение получило создание частных малых промышленных предприятий, причем не столько в сфере переработки сельскохозяйственной продукции, сколько в «непрофильных отраслях». Индивидуальные и коллективные формы хозяйственной деятельности стали быстро развиваться и в городах. Мелкие государственные предприятия, занимающиеся в сфере общественного питания, бытового обслуживания, розничной торговли, транспорта, строительства и прочие стали также передавать в подряд или аренду, продавать коллективам или отдельным лицам. В результате, как правило, эффективность их деятельности значительно повышалась. В процессе функционирования малого бизнеса вырабатывались меры по преодолению тех или иных негативных сторон их развития.

Китайский опыт показывает, что лояльное отношение к мелкому производителю способствовало наполнению внутреннего рынка потребительскими товарами отечественного производства, своими ценами и качеством, способными удовлетворить спрос большей части населения. Еще в большей мере это относится к сфере услуг: с самого начала реформы, отданная в руки кооператоров и единоличников, она быстро увеличила предложение, приблизилась к потребителю, способствовала улучшению быта и морально-психологического настроения трудового народа. Материальное положение всего огромного населения Китая за последние 10-15 лет в целом улучшилось, хотя и в неодинаковой степени для разных социальных групп и территорий.

В промышленности задача приватизации не ставилась. По замыслу китайских реформаторов, в основе экономики должна лежать государственная собственность на средства производства. Реформа в промышленности проводилась путем децентрализации управления. В конце 1992 г. централизованному управлению подлежало только 12 основных видов продукции и предоставления предприятиям большей автономии. Государственным предприятиям дано право производить, закупать и продавать продукцию вне рамок плана на рынке, и по ценам, которые превышают государственные. В начале 90-х годов производство и реализация примерно половины всех товаров регулировались рыночными связями и ценами. Получили распространение товарные биржи.

Наиболее сложной оказалась задача улучшения жизнедеятельности крупных и средних государственных предприятий: несмотря на самые разнообразные меры по повышению их хозяйственной самостоятельности, более трети их оставалась убыточными, и столько же на грани разорения. Практика подсказала, что нельзя добиться самокупаемости государственных предприятий, пока они не перестанут выступать только в роли хозяйствующих субъектов и не превратятся в реальные объекты собственности, а значит и рынка, последовательно будут брать на себя предпринимательский риск. В связи с этим был поставлен вопрос о том, что для достижения эффективности производства недостаточно ограничиваться «разделением двух прав» — права собственности (оно оставалось у государства) и права хозяйствования (оно передавалось предприятию). Было принято решение идти дальше — разделить само право собственности, превратив государственные предприятия в собственников (наряду с государством) средств производства, получающих тем самым возможность распоряжения своим имуществом и прибылью, несущих ответственность за убытки.

По мере углубления реформы в качестве одного из реальных способов разделения прав собственности в отношении крупных и средних государственных предприятий все более активно стало использоваться акционирование. С 1992 г., когда был провозглашен курс на ускоренное экономическое развитие и шагов рыночных преобразований, акционирование было возведено в ранг официальной государственной политики в отношении крупных и средних госпредприятий, хотя и после этого оно сохранило статус эксперимента [8].

Согласно принятым в 1993–1994 гг. законам и нормативным актам, акционированию не подлежат отрасли, имеющие прямое отношение к безопасности страны, новейшим технологиям и оборонной промышленности, добыче редких металлов стратегического назначения, а также те, на которые распространяется государственная монополия (внешняя торговля, банковская система). В энергетике, на транспорте и в сфере связи акционирование допустимо лишь при условии сохранения пакета акций в руках юридического лица, представляющего интересы государства. Иначе говоря, базовые инфраструктурные отрасли экономики выводились из приватизации. Поскольку в КНР условием регистрации компаний как юридических лиц стало обязательное наличие у субъекта подготовленной производственной базы и сформировавшегося в обществе спроса на предлагаемый товар, создавались гарантии недопущения обвального характера акционирования. В Китае даже после официального одобрения практики акционирования предприятиям было рекомендовано выбирать оптимальный вариант хозяйственного статуса с учетом конкретной ситуации, в которой они находятся, поэтому, наряду с акционированием, продолжалось совершенствование системы подрядно-хозяйственной ответственности, использование аренды и различных смешанных форм. Тем самым государство постоянно оставляло возможности для маневра и недопущения неблагоприятного развития событий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Barnett A.D. Ten years after Mao // Foreign affairs, N.Y., 1986, Vol. 65, № 1, P. 40.
2. Дэн Сяопин. О реалистическом подходе / Строительство социализма с китайской спецификой. Статьи и выступления. М., 1997, С. 24.
3. Дэн Сяопин. При осуществлении модернизации в четырех областях необходимо твердо придерживаться четырех основных принципов / Строительство социализма с китайской спецификой. Статьи и выступления. М., 1997, С. 47.
4. Наумов И. Экономический рост и реформы в КНР// Проблемы дальнего Востока, 1996, № 6, С. 13.
5. Дейч Т.Л. Интеграция Китая в мировую экономику: уроки для России. М., 1999, С. 7.
6. См. подробнее: Селищев А.С., Селищев Н.А. Китайская экономика в XX веке. СПб.: Питер, 2004, С. 158.
7. Баулес П., Уайт Г. Дилеммы рыночного социализма: реформа денежного рынка в Китае // РЖ., Сер. 10, 1994, № 2, С. 60.
8. MA Shu-Van/Shareholding System Reform: The Chinese Way of Privatization/ Communist Economies and Economic Transformation, 1995, Vol. 7, № 2, P. 174.

Давыдова Е.А.

МОДЕРНИЗАЦИЯ РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К РЫНКУ

Кризисные явления в системе образования характерны не только для России, но и для других стран. Основными признаками кризиса современной системы образования эксперты называют: консерватизм (как следствие — хроническое отставание получаемых знаний от современного уровня развития информатизации и технологии); инерционность; территориальность (означает неспособность предоставить всем проживающим на определенной территории возможность получения необходимого образования); локальность (означает специфичность образования, получаемого в отдельном учебном заведении); ограниченность (относится, прежде всего к региональным вузам, которые не могут обучать желающих всему спектру специальностей на отдельной территории).

Для России, в частности, эксперты отмечают следующие расхождения между провозглашенными целями и реальными фактами, свидетельствующими о неспособности системы образования соответствовать данным целям. Российская система образования (РСО) не решает должным образом задачи социализации молодежи, так как сегодняшняя школа не выполняет воспитательные функции, не дает необходимых социальных и коммуникационных навыков; РСО не обеспечивает формирование необходимых квалификаций для перспективного рынка труда: так, ПТУ присваивают своим выпускникам лишь 2-3-й разряды, хотя работодателям нужны специалисты, начиная с 4-5 разрядов, наблюдается переизбыток выпускников высшей школы, структуры подготовки которых не совпадают со структурой потребностей рынка труда.

РСО не обеспечивает социальную мобильность населения, нет условий «равного старта», качественное высшее образование на сегодня фактически недоступно без связей и/или денег, нет системы социальной (грантовой) поддержки учащихся из малоимущих семей.

Не происходит отбора и формирования профессиональных элит в рамках РСО. В лице студентов вузы чаще приобретают связи и источники дохода вместо способностей и растущей в будущем репутации, научные школы в учебных заведениях не имеют в достаточном количестве ресурсов и не воспроизводятся.

Разрушается фундамент инновационного потенциала общества и экономике в лице РСО: эксперты отмечают, что 80% программ ВПО не базируется на собственных разработках, финансирование НИР вузов составляет менее 300 рублей в месяц на одного преподавателя, наблюдается организационный разрыв науки и образования [1].

Особую обеспокоенность представителей российского научного сообщества вызывает происходящая наряду с трансформацией экономики трансформация целей и ценностей высшего образования. Многие образовательные учреждения, подчиняясь стихии рынка, стараются выбрать более легкий путь приспособления к сиюминутным потребностям потребителей, предлагая порой не само образование, а знаки образования.

Смещение представлений, так называемая «трансформация сознания» (согласно терминологии К. Полањи [2]), обуславливают неопределенность места высшей школы в общественной структуре и социальных отношениях. Существует

опасность снижения доли ответственности государства за сферу высшего образования, хотя, в соответствии с экономической теорией, образование продолжает считаться общественным благом. Внедрение в сферу образования рыночных отношений обуславливает растущую степень неравенства среди учреждений образования, в первую очередь высшего.

Меняющиеся глобальные условия таят в себе, как новые возможности, так и опасности. Так, растущая роль знаний в экономике, революции в технологиях обуславливают возможности скачкообразного («перепрыгивающего») роста в некоторых сферах экономического развития. А это, в свою очередь, чревато опасностями увеличения информационного барьера, разрыва в уровне знаний между странами и внутри отдельных стран.

Глобализация рынка труда стимулирует распространение единых стандартов образования по всему миру, обеспечивает доступ к опыту, навыкам и знаниям, накопленным профессионалами в разных странах. (Названные явления в комплексе образуют так называемый «Болонский процесс»). В то же время данные процессы сопровождаются ростом темпов «утечки умов» и оттоком передового человеческого капитала за рубеж, и в итоге — потерями человеческих ресурсов.

Политические и социальные перемены, развитие демократии создают благоприятные условия для реформ в том числе и в области образования, но эти же перемены вызывают рост коррупции, преступности и других негативных последствий.

Перечисленные проблемы относятся к «универсальным» факторам, свойственным каждой современной стране, но, очевидно, есть и другие — обусловленные российской спецификой. Специалисты в этой связи говорят о своеобразном сочетании идеационального (религиозного), идеалистического и чувственного типов культуры в российском образовании [3, с. 66–88].

Называются культурно-исторические составляющие развития, определяющие специфику России: государство является высшим институтом; воля государства реализуется через посредство многочисленного чиновничества; в России сформировалась зависимость от власти, но не от собственности; товарно-денежные отношения до середины XIX в. не были определяющими; более 60% территории находится в суровых климатических условиях; регионы страны характеризуют значительные различия в климате, характере почв и т.д.

Развитие рыночных и капиталистических отношений в России происходило с большим опозданием по отношению к странам Западной Европы и США; лишь после отмены крепостного права они стали заметным экономическим укладом в России, потеснив феодальные и патриархальные отношения.

В годы советской власти государство стремилось к созданию единой школы, единого образовательного пространства. Кроме того, должна была стать «школой труда», так как Советская Россия строилась как «государство трудящихся». Идеология труда стала программой, которая в современной терминологии может быть названа программой «ускоренной модернизации».

Образование становится не просто по преимуществу естественно-научным (в противоположность большей гуманитарности в досоветской России), но и непосредственно и практически ориентированным на определенный набор специальностей: слесари, трактористы. Трудовая деятельность как производящая деятельность является основой индустриальной экономической системы и становится основой современного общества.

Но, в качестве альтернативы идеи «обществу равных тружеников», в Советс-

ком Союзе постепенно оформляются иерархические структуры социального неравенства, отражающие фактические отношения «власти-собственности». Соответственно изменяется и ситуация в системе государственного образования. Разумеется, что ни одна школа не могла перестать быть государственным учреждением и перейти в легальную собственность какой-либо социальной группы; но в советском государстве складывается система «спецшкол», которая и удовлетворяла потребности в воспроизводстве стабильного социального неравенства.

Причем здесь мы можем говорить о «воспроизводстве» в чистом виде. Советское образование могло лишь косвенно определять последующий жизненный путь человека, так как не снимало влияния имеющихся в обществе социальных различий.

Здесь отметим, что еще в 40-е гг. XX в. предпринимались попытки легализовать систему образовательного неравенства. Так, в 1940 г. принимаются законы о введении платы за обучение в старших классах, но уже в 1954 г. эти законы отменяются. Идея легализации возникшего и прочно утвердившегося «советского социального неравенства» была несовместима с идеологической системой советского государства, что и сделало невозможным легализацию неравенства в сфере образовательных услуг. Все дальнейшие попытки реформирования государственной системы образования сталкивались с той же проблемой — необходимостью, с одной стороны, легализовать существующее социальное, а следовательно, и образовательное неравенство и, с другой стороны, необходимостью поддержать идеологию равенства и единства.

В отношении современной России в первую очередь необходимо констатировать факт официального признания социального неравенства [4, с. 234; 50]. Его легализация на уровне идеологии превращает Россию из бесклассового общества в рыночное общество, где существует неравенство и борьба интересов. В то же время российское государство вынуждено отказаться не только от идеологии тотального равенства, но и от идеологии «социального государства» и его принципа перераспределения. Оно не только более не может скрывать существование неравенства, но и не может его контролировать.

С одной стороны, государство согласно оплачивать образование детей и поддерживать таким образом систему образовательных учреждений, но в то же время оно более не стремится к тотальному доминированию и контролю этой сферы. Об этом же может свидетельствовать постепенный спад популярности идеи компенсаторного образования и целенаправленного дополнительного финансирования школ, в которых учатся дети из групп национальных и социальных меньшинств.

Закон «Об образовании» 1994 г. является ярким примером трансформации российского образовательного пространства, он содержит в себе все те противоречия, которые свойственны вышеописанным процессам. «Государственно-общественный» характер управления образованием, провозглашаемый в законе, становится парадоксальным. С одной стороны, законодательство декларирует «расширение прав общественности в управлении образовательными учреждениями», «децентрализацию» и «демократизацию» образования, «ликвидацию монополии государства на образование», «многоукладность» и «вариативность» образовательной системы, «регионализацию» образования. Но с другой стороны, одновременно провозглашается приоритет сохранения единого образовательного пространства, образовательных стандартов, централизованного контроля их исполнения.

В ст. 4 Закона РФ «Об Образовании» государство берет на себя обязательство оплатить уже полученные образовательные услуги, но только в рамках государс-

твенного образовательного стандарта. То есть российское государство посредством законодательства не стимулирует конкуренцию образовательных учреждений, не оплачивая дополнительные образовательные услуги; но в тоже время и не стремится и контролировать выбор родителями школы.

Государство не может содержать централизованную систему образования, поэтому оно «распродает» образовательные учреждения. Поэтому, например, «финансирование основной по количественным показателям части общественных учреждений осуществляется на региональном и муниципальном уровнях. Финансовая ответственность за реализацию права детей на образование делегирована регионам, имеющим не равные возможности» [5].

Современные качественные изменения в системе образования, которые мы можем наблюдать, являются следствием невозможности существования единой системы общественных ценностей, отсутствием не только государственной политики в сфере образования, но и самой государственной идеологии. Школа перестает быть единой.

В то же время школа в России перестает быть обязательной и всеобщей. Параллельно существованию ажиотажного спроса на элитное образование среди определенных социальных групп, некоторые подростки выпадают даже из системы обычного среднего образования.

Государство стремится к сохранению хотя бы частичного контроля той части образовательных учреждений, которые уже находятся в собственности гражданского общества. Рынок образовательных услуг, ориентированный не на потребности государства, а на гражданское общество, контролируется государством с точки зрения «идеологии права». Идеологическое влияние государства в принципе, и посредством образования в частности, очевидно и заметно уменьшается. Государство стремится к сохранению доминирования на уровне витальных ценностей (жизнь, здоровье, личная безопасность и т.п.), на уровне гражданских прав и свобод. Оно оставляет в сфере своей компетенции тот минимум требований к системе образования, образовательным услугам, который позволяет предотвратить использование системы образования в целях, «опасных для личности».

Перечисленные выше и другие факты обуславливают необходимость изменений российской системы образования. Общее направление этих изменений и ряд необходимых мер в последнее десятилетие принято называть модернизацией.

В научных публикациях под «модернизацией» экономической, политической и культурной, чаще всего, понимается развитие России в перспективе стран Запада. Модернизацией называют преобразование системы социально-экономических отношений, т.е. качественное изменение основы (революционное в философском смысле):

- целей и средств экономического развития;
- способов координации взаимодействий;
- аллокации ресурсов;
- отношений собственности;
- типов воспроизводства;
- моделей мотивации;
- правовых институтов [6, с. 17–19].

Вместе с тем, как отмечают многие эксперты, в России до недавнего времени преобладал ограниченный подход к пониманию существа модернизации: либерализация, приватизация и стабилизация. Ограниченность такого похода становится

еще более очевидной, когда речь заходит о российской системе образования.

Если еще и остались у России некоторые конкурентные преимущества по сравнению с развитыми экономиками, то искать их следует, прежде всего, в сфере образования. В этом случае мы должны понимать модернизацию в широком смысле слова: как задачу и как процесс самоусовершенствования и развития конкурентных преимуществ экономики посредством экстраординарных мер, предпринимаемых в экстраординарных условиях [6, с. 18]. Условия трансформации, в которых сегодня пребывает Россия как раз таковыми и являются.

Данные условия характеризуются тем, что в момент перехода от экономической системы командной экономики к рыночной системе ни один из существующих в стране хозяйственных укладов не способен воспроизводиться на собственной основе. Экономика находится в так называемом «поле трансформационной нестабильности» [6, с. 121]. Такое состояние характеризуется нелинейным течением системного времени, расколотостью, мозаичностью институционального пространства (составленного из осколков экономических подсистем), слабостью экономических, формированием неэкономических детерминант.

Как показывает анализ примеров из истории нашего Отечества, составляющими успеха модернизации являются следующие условия:

наличие общенациональной стратегии;

единство активной части общества, модернизация должна стать главным экономическим интересом достаточно весомой в экономическом и политическом плане общественной группы;

необходима стратегически мыслящая и социально ответственная элита.

Что следует рассматривать в качестве цели модернизации российской системы высшего образования, можно ли в других странах найти примеры для подражания (институты для импорта) или же следует руководствоваться собственным опытом и ресурсами?

Отвечая на вопросы в такой постановке, отметим, что современная экономическая реальность требует появления специалистов нового типа, обладающих «экстрафункциональными качествами». Перед ними ставятся более сложные и серьезные задачи. Необходим иной круг знаний. Студентам сегодня преподают такие элементы, которые не только не были известны, но и практически непознаваемы лет десять тому назад из-за отсутствия методов их обнаружения и анализа. В этой связи в вузах явственно наметился процесс «гибридизации обучения». Гуманитарные факультеты находят общий язык с «естественниками». По примеру Великобритании и других стран, в России студенты социально-экономических факультетов выбирают курсы, дающие право на комбинировано интегральную степень (управление и экономика, экономика и право, социология и психология и т.п.).

По данным международной организации OECD (Организация экономической кооперации и сотрудничества, см. прил. 2), занимающейся сравнительным анализом систем образования США, Канады, Италии, Австралии и ряда других стран, гуманитарные дисциплины составляют сегодня в образовательных программах около 12%, а вместе с социальными курсами — 18–22%. В разработанных программах базового высшего образования России этот показатель доходит до 25%; это выше, чем было до недавнего времени. Для сравнения отметим, что в технических учебных заведениях США на преподавание гуманитарных дисциплин отводится в среднем 15–18% учебного времени, во Франции и Японии — до 20%. Крайне важно, чтобы гуманистическая культура России поучила в новых условиях мощную поддержку.

Если сравнивать системы образования в целом, получается, что мы оказались в числе развивающихся стран. Между тем наша высшая школа внесла и продолжает вносить колоссальный вклад в развитие образования наиболее передовых стран мира. Известно, например, что в составе Правительства Израиля наиболее престижные должности занимают выпускники нескольких российских вузов: примерно половина из них из МГУ, МФТИ, МГТУ им. Н.Э. Баумана, а медицина в основном держится на выпускниках Ленинградской военно-медицинской академии.

К сожалению, в нормативных документах образования лишь упомянуты в качестве целей – формирование личных убеждений и представлений, которые бы способствовали укреплению общественных ценностей, необходимых для воспроизводства социально-экономической системы, ее прогрессивного развития. Безусловно, одного этого будет недостаточно. Системные проблемы и должны решаться системно. Причем относится это должно не только ко всей системе образования, но прежде всего к воспитательной и образовательной деятельности, направленной на всестороннее развитие отдельной личности.

Однако и в прежние времена, и сегодня ученые, исследующие феномен образования, называют две противостоящие друг другу тенденции в организации учебного процесса: *специализацию* и *энциклопедичность*. И та и другая представляют серьезную опасность в деле образования. Однако, если в начале века сильнее звучала критика системы образования (особенно высшего) за излишнюю энциклопедичность, что вело к поверхностному усвоению знаний, непрактичности образования, то в конце XX в. ее больше критикуют за чрезмерную специализацию. Здесь, очевидно, сказывается и объективный фактор. Информационный взрыв не только увеличил общее количество информации, но и уменьшил ту долю, которую человек способен получить и понять. В результате продуктом образования становится человек больше, чем ранее, *информированный*, но все менее *знающий* и *понимающий*.

Разрешением диалектического противоречия между требованиями специализации и энциклопедичности служит системный метод образования. Основные его требования могут быть сформулированы в следующих принципах:

1) представления и знания учащегося о явлениях должны формироваться на уровне системы, пусть и локальной (в рамках отдельного предмета); развитие системы представлений и знаний происходит от простого к сложному по спирали, без «квантовых скачков» — необоснованных переходов от одного уровня к другому;

2) учащийся должен обладать умениями и навыками решения профессиональных задач в типичных и нестандартных ситуациях;

3) образование должно быть процессом социализации индивида, включающего в себя взаимообусловленные сопроцессы: (1) развитие прогнозирующего, системного типа мышления, видения предмета в системе связей и отношений с другими предметами, а также (2) воспитание личности индивида путем формирования мировоззрения, сопряжения его интересов и стремлений с в сфере познания, общественной и профессиональной деятельности с ценностями общества, высшими духовными благами.

Как можно заметить, в названных принципах отражены идеи Л. Выготского о ближайших зонах развития учащегося, А. Маслоу о решающей роли метамотивов в образовании индивида (причем в понятие образования А. Маслоу органичным образом включал и здоровье человека) и др.

Особенностью современного этапа развития теорий образования и институционального развития является усиление влияния психологических факторов. Раз-

личие же подходов психологов и экономистов в определении рациональности заключается в том, что у экономистов рациональность проявляет себя на этапе оценки полезности результата, а психологи считают, что рационален процесс принятия решения и экономического действия. Изменение акцента в оценке качества образования в сторону психологии, таким образом, будет заключаться в том, что объектом оценки должен стать не результат образовательного процесса, а сам процесс. Вернее, комплекс процессов.

Кстати отметим, что обобщенная позиция мировой цивилизованной общечеловечности по вопросу определения образования, представленная в «Международной стандартной классификации образования (МСКО)» [7], отражает названные принципы (их же, кстати, можно обнаружить и в трудах мыслителей европейского Просвещения). В этом документе под образованием понимается «организованный и устойчивый процесс коммуникации, порождающий обучение» (п. 12) и далее, в пп. 13–16 раскрывается смысл, который вкладывается в каждое слово этого определения:

- процесс коммуникации — взаимоотношения между двумя или более лицами (включая передачу информации сообщений, идей, знаний, стратегий и т.д.);
- обучение — любая перемена в поведении, формации, знаниях, взаимопонимании, мировоззрении, в системе ценностей или навыках (чтобы считаться образованием, обучение должно носить плановый характер и не сводится просто к физическому росту, взрослению или общей специализации);
- организованное — планируемое в соответствии с определенной моделью или в определенной последовательности с четко обозначенными или подразумеваемыми целями;
- устойчивое — предполагающее, что в любом учебном опыте есть элементы продолжительности и непрерывности. Не предусматривается никакой минимальной продолжительности, но соответствующие минимумы будут указаны в практическом руководстве.

Обозначив таким образом методологическую основу модернизации системы образования, отметим, что она призвана стать базой для модернизации страны в целом. Располагая первоначально очень ограниченным инвестиционным ресурсом, Россия должна выбрать образовательный сектор в качестве приоритета — одной из «национальных точек роста». Инвестиции в человеческий капитал являются условием развития всех секторов российской экономики. На потребности экономики, которые заявят о себе через 5–15 лет, система образования должна реагировать уже сейчас.

В базовых документах приоритетами образования для модернизации общества объявлены [6, 8, 9]:

облегчение социализации в рыночной среде через формирование ценностей — ответственности за собственное благосостояние и за состояние общества через освоение молодыми поколениями основных социальных навыков, практических умений в области экономики и социальных отношений;

противодействие негативным социальным процессам, таким как распространение алкоголизма, наркомании и криминогенности в молодежной среде; вытеснение асоциального поведения, борьба с беспризорностью;

обеспечение социальной мобильности в обществе через поддержку наиболее талантливых и активных молодых людей, независимо от их социального происхождения, через освоение молодым поколением возможностей быстрой смены соци-

альных и экономических ролей, в том числе через развитие специального образования для лиц с ограниченными возможностями здоровья;

поддержка вхождения новых поколений в глобализированный мир, в открытое информационное сообщество. Для обеспечения достижения этой цели в содержании образования центральное место должна занять коммуникативность, развиваемая при помощи таких предметов, как информатика, иностранные языки, межкультурное обучение [6, с. 223–224].

Задачи обеспечения инвестиционной привлекательности России и развития инновационного потенциала экономики требуют:

- обновления профессионального образования, формирования адекватной современным технологиям кадровой инфраструктуры основных отраслей промышленности и сферы услуг; соответствия структуре потребностей рынка труда; опережающего развития начального и среднего профессионального образования, способных в относительно короткий срок обеспечить повышение культуры производства;

- обеспечения условий для развития научных школ в фундаментальном и инженерном образовании, в сфере информационных технологий; приоритетного развития университетской науки и на ее основе — венчурных подразделений и предприятий;

- резкого повышения качества профессионального образования в области экономики и управления производством и смежных «активных» социальных наук (права, социологии), в том числе через изменение соответствующего содержания общего образования.

По мнению реформаторов российской системы образования основными направлениями модернизации образования являются: обновление содержания образования, повышение его качества; формирование эффективных механизмов трансляции социального заказа системе образования.

В плане обновления содержания необходимо: снизить перегруженность учебных планов; развивать методы обучения, которые формируют практические навыки анализа информации, самообучения; поднять роль самостоятельной работы учащихся и студентов; восстановить и укрепить связи профессионального образования с практикой и научными исследованиями; создать механизмы систематического обновления содержания образования всех уровней; ликвидировать отставание от мировой науки в стандартах и качестве преподавания социальных наук, в первую очередь экономики, менеджмента и права. Дать всем выпускникам средней школы и всех ступеней профессионального образования знания и базовые навыки в областях, обеспечивающих активную социальную адаптацию (экономика, право, основы политической системы, менеджмент, социология и т.п.); увеличить долю открытого образования в учебных программах всех уровней; обеспечить в средней школе необходимую базовую подготовку учащихся по основным направлениям применения информационных и коммуникационных технологий; осуществить переход на сопоставимую с мировой систему показателей качества и стандартов образования всех уровней; обеспечить знание на уровне функциональной грамотности, как минимум, одного иностранного языка всеми выпускниками полной средней школы; обеспечить развитие вариативности и доступности образовательных программ, перейти от вариативности для преподавателя к вариативности для учащегося; обеспечить бюджетным финансированием несколько базовых вариантов полного среднего образования [6, с. 226–227].

В плане создания эффективных механизмов трансляции социального зака-

за системе образования планируется, что основная часть потоков в образовании будет основываться на персонификации бюджетного финансирования. Целевые субсидии (также на персонифицированной основе) должны корректировать рыночный механизм.

Идея формирования рынка образовательных услуг не только на стороне спроса, но и на стороне предложения «предполагает свободное (контрактное) ценообразование на образовательные услуги (за исключением той их части, которая непосредственно реализует конституционные гарантии бесплатного образования), ликвидацию существующей сегментации образовательного рынка, дискриминации учебных заведений по критерию их учредителя» [6, с. 227].

Согласно Концепции модернизации российского образования до 2010 г., одобренной Правительством 25 октября 2001 г., образование предполагалось реформировать в два этапа: 1) 2001–2003 гг. требовалось в полном объеме восстановить ответственность государства в сфере образования, с выходом на минимальные необходимые бюджетные нормативы, решением социально значимых проблем; 2) 2004–2005 гг. предполагалось провести расширение ресурсного обеспечения образования, в первую очередь со стороны бюджетов всех уровней; 3) В 2006–2010 гг. должны были обозначиться первые результаты модернизации образования.

Однако к настоящему времени не наблюдается заметного роста ресурсообеспеченности российской системы образования; реального повышения качества общего и профессионального образования; снижения социальной напряженности в обществе; не обеспечены рост социального статуса и улучшение качественного состава педагогического корпуса, его омоложение и т.п. [5].

Не вдаваясь в подробности очередного, к сожалению, провала в осуществлении намеченных планов, еще раз хотелось бы обратиться к положениям, упомянутых в «Основных направлениях социально-экономической политики Правительства Российской Федерации» [9], где говорится, что для эффективной модернизации образования необходимы базовые условия: 1) повышение заработной платы преподавателей; 2) финансирование информатизации образования; 3) формирование новых институтов системы образования, обеспечивающих максимально полную мобилизацию средств населения и предприятий, эффективное использование этих и бюджетных средств, и на этой основе — высокое качество и возможности широкого выбора образовательных программ и услуг [6, с. 228].

Последняя задача, по всей видимости, является самой сложной и требующей максимального напряжения ресурсов и концентрации усилий всего общества. Очевидно также, что общество не может экономить на образовании, но образование обязано эффективно использовать свои ресурсы — как выделенные государством и обществом, так и заработанные на рынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Модернизация российского образования. Документы и материалы. — М.: ГУ–ВШЭ, 2002. — 332 с.
2. Письмо Минобразования РФ от 19 января 2000 г. № 14-51-59 ин /04 «О соблюдении законодательства о защите прав потребителей при оказании платных образовательных услуг» // Бюллетень Министерства образования Российской Федерации. — 2000. — № 4.
3. Булкин А.П. Социокультурная динамика образования. Исторический опыт России. — Дубна: «Феникс+», 2001. — 208 с.
4. Конкурентоспособность и модернизация экономики: в 2-х кн. / Отв. Ред. Е.Г.Ясин. КН.2. — М.: Издательский дом ГУ — ВШЭ, 2004. — 480 с.
5. Миронов В. Проблемы образования в современном мире и философия/ «Отечественные записки» № 2, 2002. С. 30–35.

6. Модернизация российского образования. Ресурсный потенциал и подготовка кадров / Под ред. Т.Л. Клячко. — М.: ГУ—ВШЭ, 2002. — 182 с.
7. Wolferson J.D. Announcement to the World Development Report «Sustainable Development with a Dynamic Economy»// www.worldbank.org. 2001.
8. О некоммерческих организациях: Федеральный закон от 12 января 1996 г. № 7-ФЗ (в редакции от 8 июля 1999 г.).
9. Основы экономики столичного мегаполиса / Российская академия естественных наук, Российская муниципальная академия, Институт региональных экономических исследований. — М.: Экономика, 2006. — 575 с.

КАТЕГОРИЯ «БЛАГОСОСТОЯНИЕ» В ТЕОРИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЫБОРА

Аннотация

В России общественный выбор часто зависит от благосостояния населения. Для улучшения социально-экономической ситуации в стране необходимо с помощью государственного регулирования уменьшить социально-экономическое неравенство, скорректировать формальные институты для развития рыночного направления и легализовать неформальные нормы.

Abstract

Public choice often depends on welfare of Russian people. That's why the government must decrease social and economical inequality, correct formal institutions to develop market direction and make legal informal rates to improve social and economical situation in our country.

Общественный выбор представляет собой совокупность процессов нерыночного принятия решений по поводу производства и распределения общественных благ, который обычно осуществляется через систему политических институтов (1).

В неоинституционализме институты рассматриваются как социально-психологические феномены в эволюционной динамике, социально-культурные нормы, влияющие на экономическое и технологическое развитие, а также как набор правовых норм и неформальных правил, направляющих поведение экономических агентов и организаций. В отличие от формальных институтов неписанные законы и неявные контракты лишены жесткого автоматизма, оставляя возможности для гибкого приспособления к меняющимся условиям. С точки зрения краткосрочной амортизации шоков это немаловажное преимущество, так как с помощью первоначальной адаптации принимает менее болезненные формы, нежели это бы происходило в условиях чрезмерной институциональной «зарегулированности». Однако в долгосрочной перспективе преобладание неформальных институтов оборачивается существенными потерями (5).

Следует отметить, что институты, оказывая влияние на решения экономических агентов, не определяют всецело поведение человека, а лишь ограничивают набор альтернатив, из которых индивид может выбирать в соответствии со своей целевой функцией.

В рамках новой институциональной экономической теории многие объекты определяются не как отдельный экономический агент с едиными целями, интересами, а как система, имеющая внутреннюю структуру интересов. Однако игнорирование существенных аспектов организации обменов на микроуровне может сказываться на макроэкономических уровнях, что предопределяет низкую эффективность экономической политики.

Институциональные основы являются своего рода предпосылкой создания определенных социально-экономических условий в стране. Однако наличие одних и тех же институтов не гарантирует одинаковых условий ведения бизнеса и жизни общества, так как для этого еще нужны институты, способные контролировать исполнение установленных правил.

Российскими исследователями достаточно широко изучена проблема условий жизни и, прежде всего, их влияния на уровень и благосостояние населения в целом и отдельных групп.

Уровень жизни – это совокупность условий жизни населения страны, соответствующих достигнутому уровню ее экономического развития. В основе определения образа жизни как способа деятельности лежит ориентация поведения человека, коллектива, социальной общности, связанная с их целевыми установками.

Для того чтобы иметь представление об уровне благосостояния населения, нулевой отметкой выбирается прожиточный минимум. Прожиточный минимум – это уровень доходов, обеспечивающий приобретение товаров и услуг, необходимых для обеспечения жизнедеятельности человека при определенном уровне социально-экономического развития страны и сложившихся потребностей населения. Величина прожиточного минимума представляет стоимость обязательных платежей и сборов, а также стоимость потребительской корзины, которая, в свою очередь, представляет собой минимальный набор продуктов питания, непродовольственных товаров и услуг, необходимых для сохранения здоровья человека и обеспечения его жизнедеятельности.

Общество, как и экономика не стоит на месте, оно постоянно изменяется, переходя с одной стадии развития на другую, такой переход, как правило, сопровождается изменением благосостояния в целом, за счет улучшения или ухудшения реализации факторов, формирующих благосостояние.

Благосостояние как материальный доход ставится в зависимость от способности человека к самостоятельному экономическому развитию и творческой активности. Сам процесс формирования человеческого капитала осуществляется индивидами, руководствующимися их собственными интересами.

Важнейшим моментом для развития благосостояния является расширение круга лиц, принимающих инвестиционные решения в обществе, и слияние сберегающего и инвестирующего класса, что важно, поскольку позволяет разрешить или пока только сгладить противоречие между инвестиционными планами населения и предпринимателями. В современном обществе закладываются институциональные условия для более эффективной работы рыночной системы. Это повышает экономическую свободу индивидов, а также определяет модель развития благосостояния индивидов.

Источником для социально-экономического роста экономики и благосостояния является развитие инновационных сетей как внутри отраслей, так и между отраслями и сферами современного производства, так как объединяет поставщиков сырья, исследователей, производителей и потребителей. Особенно важны в современной экономике возможности использовать свои неформальные связи и контакты, помимо официальных каналов. Индивидуумы вступают в социальные отношения и включаются в определенные сети для получения дохода с целью повышения своего благосостояния (3). Основой дохода могут стать, как минимум, четыре важнейших ресурса, которые возникают или усиливаются именно благодаря социальным связям, и позволяют повысить эффективность экономической деятельности.

1) доступ к информации.

2) социальные связи могут оказывать влияние на менеджеров по персоналу или руководителей фирмы, т.е. лиц, принимающих важные кадровые решения о найме, увольнении, продвижении работника.

3) социальные связи индивида могут восприниматься организацией как не-

кие сертификаты или социальные гарантии, обеспечивающие доступ к определенным социальным ресурсам.

4) Социальные связи усиливают и ускоряют процесс признания и адаптации нового работника на предприятии.

Проведенный ретроспективный анализ позволяет выделить основные подходы исследования, доминирующие в теории благосостояния — индивидуалистический и институциональный (3). Суть индивидуалистического подхода: только сам человек способен определить, что хорошо для него, а что плохо. При этом предполагается, что он способен произвести количественную оценку благосостояния в любой период своей жизни. Индивидуалистский подход позволяет выделить две основные модели благосостояния: утилитаристскую и монетарную.

Утилитаристская модель благосостояния строится на субъективности оценки человека своего благосостояния, которая, в свою очередь, зависит от двух факторов: эмоционального и рационального.

Эмоциональный фактор обусловлен ощущениями человека, не связанными непосредственно с его высшей деятельностью, а рациональный фактор обусловлен рациональными выводами, полученными в результате высшей деятельности человека.

Монетарная модель благосостояния была заложена экономистами классической школы, которые использовали в своей теории термин «меновая ценность» вместо «благосостояние». Меновая ценность характеризует способность предмета посредством обмена на другие предметы увеличивать благосостояние индивида. Следовательно, понятия «благосостояние» и «денежный доход индивида» отождествляются.

Современная монетарная модель благосостояния, постулирующая рыночную цену в качестве универсального измерителя общественной ценности, опирается на теорию благосостояния А. Пигу (2).

Институциональный подход к определению благосостояния основан на поведении человека, которое формируется в результате влияния развития институтов (сложившиеся в обществе традиции, представления, этические нормы), и на этой основе формулируется базовый этический критерий, на котором строится креативная модель благосостояния. Сторонники данного подхода распространяют на общественное развитие такие черты биологической эволюции, как борьба за выживание, наследование и обретение признаков, дифференциация и усложнение органов и др.

Таким образом, формируется новая теория общественного прогресса, основанная на «эталонной» этической системе. Эволюционный подход к исследованиям этических аспектов экономики утверждается в качестве убедительной альтернативы индивидуалистическому подходу.

«Все, что способствует прогрессу, признается положительным, желательным, а все, что препятствует — негативным, нежелательным. Аналогичным благом для индивида признается все, что способствует его развитию, и антиблагом — все, что препятствует этому».

Основами формирования и развития благосостояния являются некоторые трактовки содержания человеческого капитала. При этом разброс идет от одного элемента — профессиональных способностей до неограниченного множества — практически всех условий жизнедеятельности человека. В последнем случае в процессе измерения накопленного человеческого капитала в составе совокупных затрат его производства учитываются действия тендерных факторов — факторов, связанных с рождением, воспитанием ребенка в семье, в процессе которого от получает опре-

деленный уровень здоровья, образования, менталитет и т.д.

Таким образом, сторонники теорий человеческого капитала, как правило, рассматривают его главной ценностью общества и основным фактором формирования индивидуального и общественного благосостояния. Поэтому уровень благосостояния общества прямо пропорционально зависит от уровня благосостояния отдельного индивида. Однако индивиды не всегда могут правильно оценить — повышает или снижает их благосостояние определенное действие (событие) и как влияет экономическое устройство на благосостояние членов общества.

Общественное благосостояние чаще всего рассматривают как состояние обеспеченности благами, условиями жизнедеятельности индивида и социальной группы, определяемое развитием общества в целом и индивида в частности.

Важно отметить, что в теориях холистов акцентируется внимание на государство, которое находится выше относительно индивидов, составляющих общественную группу, и совершенно отдельную от них.

В теории индивидуализма государственный институт является лишь инструментом, которым индивиды пользуются в своих личных интересах вне рыночных путей. Потребитель «независим» по отношению ко всем тем благам, что он потребляет — будь это товар, поставляемый рынком или государством. В каждом обществе существуют пределы независимости потребителя. Государство будет пользоваться своим правом накладывать ограничения, навязывая потребителям определенные предпочтения помимо их воли. Таким образом, собственные предпочтения государства вступают в сложное взаимодействие с предпочтениями индивидов (4).

Теория благосостояния придерживается преимущественно индивидуалистского определения общественного благосостояния. Она также предполагает, что функции полезности индивидов независимы, и что всякое увеличение полезности одного без уменьшения полезности других соответствует росту общественного благосостояния, что представляет собой критерий Парето, но это выражение уже не обязательно будет истинным, если значения индивидуальной полезности независимы, например, по причине альтруизма или зависти.

Понятие общественного благосостояния более широко рассмотрел А. Сен: кроме экономической составляющей благосостояния, он определяет неэкономическую ее сторону, включая гражданские свободы, относительную свободу от преступности, возможность жить в чистых экологических условиях и поддерживать свое здоровье.

Для измерения общественного благосостояния используется показатель «чистое экономическое благосостояние», введенное в экономическую науку В. Нордхаусом и Дж. Тобином. Для определения чистого экономического благосостояния из величины национального дохода, валового внутреннего продукта и валового национального продукта вычитается денежная оценка отрицательно влияющих на благосостояние факторов, и прибавляются денежные оценки нерыночной деятельности и свободного времени (6).

В российской статистике данный показатель еще не нашел применения ввиду трудности определения стоимостной оценки неблагоприятных факторов, влияющих на благосостояние.

Большой вклад в развитие теории благосостояния внесли представители институционализма (Т. Веблен, У. Митчелл, Д. Гэлбрейт, Я. Тинберген, Г. Мюрдаль). В институционализме богатство больше всего сопряжено с наличием знаний и обладанием разнообразия технологий.

Т. Веблен показал, что формирование потребительских предпочтений и рыночного спроса — это социальный процесс, отражающий характер распределения доходов, социальные привычки, влияние социального окружения, давление рекламы. Таким образом, он отвергнул исходную посылку неоклассической теории о внесоциальном, «рациональном экономическом человеке», чьи потребительские запросы полностью автономны и не зависят от воздействия социальных факторов.

Т. Веблен привлек внимание экономистов к проблеме социальных критериев и стандартов полезности, показал важность изучения социальных и рыночных аспектов механизма формирования потребительских оценок и спроса.

Особое внимание институционалисты уделяли проблеме «неделимых» общественных потребностей, которые могут удовлетворяться только как коллективные на внерыночной основе, а также тем, которые не могут быть отданы на откуп рыночному механизму и должны обеспечиваться за счет развития сферы социально-культурных услуг. На каждом очередном историческом этапе общественного развития проблема коллективных потребностей как часть проблемы общественного благосостояния приобретала новые контуры и новые измерения.

Т. Веблен считал, что на определенной стадии развития крупный бизнес и погоня за прибылью превращаются в тормоз социально-экономического развития, поэтому необходимо передать власть интеллигенции, которая будет учитывать интересы всего общества. Только таким образом можно будет добиться равновеликого благосостояния всех членов общества. Данная теория исходила из того, что вся деятельность государства нацелена на повышение общественного благосостояния. Ее реальным воплощением на практике стали государственные программы бесплатного или субсидированного здравоохранения, образования, социальной помощи.

Такой школой современных экономических течений оказалась теория рациональных ожиданий (Д. Мут, Т. Лукас, Л. Реплинг, Э. Энгель). Их взгляды сводились к тому, что социальные программы — функция частного бизнеса и местных органов власти. Э. Энгель известен разработкой теории, указывающей на зависимость уровня доходов личности и структуры расходов на потребление.

Современные институционалисты, исследуя благосостояние, характерное для информационного общества, анализируют креативное благосостояние, рассматриваемое как благосостояние индивида за некоторый период времени и равный суммарной продолжительности его высшей деятельности за данный период.

Таким образом, сущность категории благосостояния проявляется через функции: информационную, мотивационную, творческую и социальную.

Информационная функция позволяет оценить собственную деятельность и состояние системы потребностей с точки зрения общественной эффективности организации и реализации. В этом плане в процессе социально-экономической адаптации устанавливаются и корректируются цели развития, реализуется процесс целеполагания. Исполнение данной функции, прежде всего, строится на механизме чувственного восприятия окружающего мира.

Функция мотивации предполагает постоянную реализацию творческих возможностей в процессе информационного анализа условий адаптации и выявленных противоречий между объективными (социальными) и субъективными (личными) нормами и ценностями бытия.

В процессе реализации творческой функции человек формирует собственную культуру жизнедеятельности, включающую совокупность как материальных, так и духовных ценностей.

На пути становления нового информационного общества постепенно трансформируются мотивы и побуждающие стимулы хозяйственной деятельности человека, которая, однако, не меняет своей конечной цели — достижения благосостояния.

Социальная функция благосостояния подразумевает добровольное объединение индивидов, межличностные отношения которых формируются не на основе принудительного подчинения индивида общим интересам и принципам, а выступают результатом, основанного на самостоятельном выборе, добровольного вхождения индивида в локальное сообщество с целью реализовать личные интересы, которые совпадают с интересами сообщества: достижение общественной справедливости и благосостояния. Социальная функция благосостояния реализуется через количественные, сравнительные и качественные показатели.

В количественных исследованиях расчет основан на вычислении «индекса доверия», а также в подсчете числа групп (различных общественных организаций и членов, состоящих в этих группах в данном обществе), которые являются «индексом развития гражданского общества».

Сравнительные исследования изучают экономическое благосостояние различных иммиграционных сообществ в странах. Эти результаты используются как основа для предложения нескольких новаторских политических мер, предназначенных для более справедливого и эффективного управления в стране.

Качественные исследования изучают, что происходит с иммиграционными сообществами, когда некоторые из их членов добиваются экономического успеха и хотят покинуть общину.

Итак, переход к новому типу экономической системы, основанному на взаимодействии разных социальных типов хозяйства, связан с существованием противоречий между максимизацией благосостояния и условиями перехода к рыночной экономике, с ухудшением благосостояния народа, поскольку отсутствует налаженный хозяйственный механизм, обеспечивающий рациональное использование производственных ресурсов. Ресурсы, используемые в производстве, полностью изменили экономическое развитие общества, от полноты их использования зависит благосостояние в целом. Переходный период можно считать завершенным только при том условии, если будет достигнута его основная цель — высокий уровень благосостояния населения.

Следует заметить, что в процессе производства возникает экономическое неравенство, которое общество не в силах преодолеть. Однако оно может в процессе распределения, особенно перераспределения материальных благ и услуг, уменьшить негативные моменты социально-экономического неравенства. Так возникает идея государственного регулирования социальных и экономических процессов.

В настоящее время в России сохраняется неопределенность социальной политики государства по ключевым вопросам развития страны. Четко выражена недостаточность существующих институциональных предпосылок рынка и потребность найти им замену, опираясь на «заготовки» западной модели.

Для стабилизации данной ситуации необходимо постепенно, методом проб и ошибок, изменять формальные институты для развития рыночного направления и легализовать неформальные нормы для быстрого и эффективного решения социально-экономических вопросов в стране (1).

ЛИТЕРАТУРА

1. Актуальные проблемы системной трансформации в экономической теории. — М.: Издательство МГОУ, 2007. — 289 с.

2. История и философия экономики: пособие для аспирантов/ Под ред. М.В. Конотопова. — М.: КНОРУС, 2006. — 664 с.
3. Мурыгина Н.В. Формирование институциональных основ российской модели благосостояния // Дисс. ... канд. экон. наук. — Саратов, 2006.
4. Нуреев Р.М. Теория общественного выбора. Курс лекций: учеб. пособие для вузов/ Р.М. Нуреев; Гос. ун-т — Высшая школа экономики. — М.: Изд. дом ГУ—ВШЭ, 2005. — 531 с.
5. Перепелица Г.В. Формирование институциональной среды в российской экономике // Дис. канд. экон. наук. — Казань, 2006.
6. Экономическая теория (политэкономия): Учебник / Под общей ред. В.И. Видяпина, Г.П. Журавлевой. — М.: Изд-во Рос. экон. акад., 2000. — 592 с.

МОДЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ В ЗАПАДНЫХ СТРАНАХ: ОПЫТ ДЛЯ РОССИИ

Аннотация

В статье проводится ретроспективный сравнительный анализ формационной, цивилизационной моделей развития человеческого общества, моделей «индустриального общества» Р. Арона, «нового индустриального общества» Дж. Гэлбрейта, «постиндустриального общества» Д. Белла и супериндустриализма А. Тоффлера.

Abstract

This article covers retrospective and comparative analysis of formational, civilizational models of the human societies development. The main models are: «industrial society» by R. Aron, «new industrial society» by J. Galbrat, postindustrial society» by D. Bell and superindustrialism by A. Toffler.

Экономическая трансформация общества, совершаемая в последние годы в целом ряде стран, охватывает весь процесс общественного воспроизводства, социальную и политическую сферы. Изменения касаются самой экономической системы, структуры производства, переориентации ценностных критериев.

Переход от централизованной плановой экономики («реального социализма») к рыночной — сложный и длительный процесс, который требует серьезного осмысления, прогнозирования, научно обоснованной экономической и социальной политики. В экономической науке этот переход знаменуется формированием новой парадигмы, четкой постановки вопроса о том, от чего и к чему этот переход совершается, какие цели и задачи при этом преследуются, какие результаты ожидаются. Экономическая наука должна предложить ряд альтернативных программ реформирования экономики, в которых содержатся пути выхода из кризисного состояния, стабилизация народного хозяйства и направления к экономическому росту¹. Сложность поставленных проблем состоит в том, что очень живучи традиции приверженности к старым, укоренившимся догмам, которые были положены в основу «развитого социализма», а затем «социалистического рыночного хозяйства», ускорения экономики, большая часть которых осталась в виде решений вышестоящих инстанций и не принесших каких-либо положительных результатов.

Не меньшую трудность представляет специфика нашей страны: обильные богатства недр, людских ресурсов, огромная территория, наличие многонационального населения со своими традициями и отношением к общечеловеческим ценностям.

Характеристика современного состояния российской экономики, результаты проводимых реформ и дальнейшее предвидение по пути экономической трансформации, требуют теоретического осмысления целого ряда положений: рассмотрения различных концепций перехода и содержания самого процесса; следует проанализировать различные альтернативы перехода и, наконец подвести итоги проводимых за этот период реформ.

Как известно, марксистская теория исходит из формационного развития че-

¹ См.: Минакир П.А. Системные трансформации в экономике. — Владивосток, 2001; Социально-экономические модели в современном мире и путь России / Под ред. член-корр. РАН. К.К. Микульского. — М., 2003; Экономическая теория на пороге XXI века. — М., 2003.

ловеческого общества. Естественно — исторический процесс развития человечества представлялся как последовательная смена общественно-экономических формаций. К. Маркс сформулировал трехчленную классификацию исторического развития. Он выделял: первичную (архаичную, доклассовую) макроформацию, вторичную (классовую, частнособственническую) и третичную (бесклассовую) коммунистическую макроформацию¹. Методологической основой такого деления явились объективные противоречия, единство и борьба противоположностей. Разрешение нарастающих противоречий происходит в результате отрицания одной стороны другой. Это означает, что старая система разрушается и возникает новая, которая включает в преобразованном виде отдельные элементы старой системы. Переход от одной системы к другой происходит скачкообразно, путем социальных революций².

Формационная система исходит из определяющей роли материального производства и производственных отношений в историческом развитии.

Способ материальной жизни обуславливает социальное, политическое и духовное развитие. Основным субъектом истории являются классы, которые находятся в антагонистическом противоречии. «Вся писанная история — есть история борьбы классов». Разрешается противоречие в ходе социалистической революции путем ниспровержения буржуазии и превращения пролетариата в господствующий класс³.

Таковы основные положения формационной теории, которой придерживались все последователи марксизма.

Следует отметить, что формационная теория явилась положительным вкладом в осмысления истории развития человеческого общества, была предложена логическая система с внутренними законами развития. Однако современное развитие человеческого общества показывает ограниченность формационной теории: многие процессы в развитых странах мира происходят в ходе эволюционных, а не революционных сдвигов; отсутствие стадий (способов производства) в историческом развитии многих народов; падение значения классовых отношений, как одной из основ общественного развития и др. Отрицание, предполагающее разрушение всей старой системы, для перехода к качественно новому состоянию общества, не подтверждается ходом развития современного общества. Помимо того, уменьшается роль материального производства, возрастает роль сферы услуг, изменяется структура занятости, доходы и положение лиц наемного труда, размывается классовая структура общества⁴.

Еще одна сторона формационной теории не выдержала испытания в ходе исторического развития, это — отношение к рынку, тезис о преходящем характере рыночных отношений. В марксистской теории было четко прослежено возникновение товарного производства, его расцвет при капитализме и уничтожение с построением социализма.

¹ См.: Маркс К., Энгельс Ф. Соч. т. 19-е 404-419; т. 26.4.1, — С. 404-419.

² Проблема формационной концепции подверглась критике в конце 80-х гг. См.: Чешков М. Понимание целостности мира: в поисках информационной парадигмы // МЭиМО, 1990, №3; Брагинский СВ., Певзнер Н.Я. Политическая экономия, дискуссионные проблемы, пути обновления. — М., 1992.

³ См.: Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т. 4. — С. 446.

⁴ Н.Н. Моисеев отмечал, что переход системы в новое состояние во многом связан с представлениями и ценностями, возникающими в сознании человека. Последнее является одной из важнейших причин неоднозначности развития и многообразия его пути // Вопросы философии, 1991, № 3. — С. 7. Формационного взгляда на развитие систем придерживаются многие российские экономисты. См., например, Симония Н. Методологические проблемы анализа моделей социально-экономического развития. — М., 2003 и др.

Вместе с тем опыт показывает, что частная собственность на средства производства и разделение труда обуславливают особую форму общественных связей в обществе — обмен путем купли-продажи, т.е. рыночную организацию хозяйства. В посткапиталистическом обществе на смену рынку приходит планомерная организация производства «как более эффективная, дающая простор развитию производительных сил», обеспечивающая высокий уровень удовлетворения физических и духовных потребностей людей¹. Это положение о более высокой эффективности планомерной организации общества не было подкреплено теоретически и какими-либо расчетами. Игнорирование функционального анализа привело к негативным последствиям в развитии экономики, поскольку элементарная экономико-математическая модель показывает невозможность реального осуществления планомерного ведения хозяйства. Реализация этой задачи требует создания специального органа, который выявлял бы и учитывал индивидуальные и общественные потребности, увязывал бы ассортимент и объемы выпускаемой продукции с этими потребностями, доводил планы по номенклатуре до каждого производителя, согласовывал взаимные поставки, материально-техническое снабжение и пр. О невозможности этого говорят следующие расчеты: в экономике, состоящей из двух товаров, число необходимых действий (использование системы линейных уравнений идет в факториальной прогрессии) равно 8. При четырех товарах число действий будет равно 120, при пяти — 720, при шести — 5040 и т.д. При нарастании количества товаров задача становится невыполнимой. Современная номенклатура производства в 1990 г. достигла 24 млн. наименований, около 1/10 ее ежегодно обновляется².

Все сказанное говорит о том, что практическое решение проблемы планомерного управления экономикой сообразно потребностям общества и индивида, имеет непреодолимые технико-экономические препятствия. В существовавших пятилетних планах не просчитывалось и не указывалась и тысячная доля того, что планировалось.

В 60-х гг. XX в. появляются работы У. Ростоу, в которых формационному делению общества был противопоставлен иной подход. Автор выделил пять стадий экономического роста человеческого общества: «традиционное общество»; подготовка, предпосылка для взлета и подъема; взлет и подъем; движение к зрелости; эра высокого массового потребления³. Этой работой была заложена основа теории, которая в дальнейшем получила название цивилизационной теории общественного развития.

«Традиционное общество» характеризуется примитивной ручной техникой, незначительными размерами производства на душу населения, высоким удельным весом сельского хозяйства во всем общественном производстве, иерархической социальной структурой и сосредоточением экономической власти в руках крупных землевладельцев. Вторая стадия — переходная, когда складываются предпосылки для последующего развития, предпринимательство и централизованное государство, на этой стадии выделяются группы людей, которые принимают на себя риск, организуют предприятия, стремясь к прибыли. Стадия взлета характерна тем, что здесь растут силы экономического прогресса и начинают доминировать в обществе.

¹ См.: Брагинский СВ., Певзнер Я.А. Политическая экономия, дискуссионные проблемы, пути обновления. — М., 1991 г.; См. также: Любимцева СВ. Трансформация экономических систем. — М., 2003.

² См.: Брагинский СВ., Певзнер Я.А. Политическая экономия: дискуссионные проблемы, пути обновления. — М., 1991 г.

³ Rostow W. The Stages of Economics Growth. A Non-Communist Manifesto. — Cambridge University Press, 1960.

Стимул для взлета виделся главным образом в технологических факторах.

Четвертая стадия экономического развития общества называлась «индустриальным обществом», как стадия движения к зрелости. Этот период начался в Англии в XIX в., во Франции и США в 60-х гг. XIX в., в Германии — в 70-х гг., в Японии в начале XX в., а в России и Канаде после 1914 г. Пятую стадию экономического роста У. Ростоу назвал «эрой высокого массового потребления». Примером здесь являются США, главная черта — поворот в сторону производства потребительских благ длительного пользования¹.

Следует подчеркнуть, что «зрелость» У. Ростоу характеризовал как хорошо развитое индустриальное общество, как период, когда обществом эффективно применяется новая технология к основной массе своих ресурсов. Не менее интересно и другое положение, выдвинутое Ростоу: в СССР создано и развивается такое же индустриальное общество, как и в капиталистических странах. Разница, по его мнению, несущественна и проистекает из субъективного фактора, к которому он относил «цели коммунистического руководства»².

Следующим шагом, как определенное углубление теории «стадий роста», явилась концепция «индустриального общества» Р. Арона и «нового индустриального общества» Дж. Гэлбрейта. Авторы этих теорий делают попытку определить природу индустриального общества. Р. Арон выделяет пять признаков «индустриального общества»: предприятие полностью отделено от семьи; одной из основных черт индустриального общества становится технологическое разделение труда; промышленное предприятие предполагает накопление капитала; предпринимательская деятельность построена на строгом экономическом расчете; при любой форме собственности на средства производства предполагается концентрация рабочих³.

Для Арона индустриальное общество не является однородным, оно имеет свои этапы зрелости. В его рамках выделяются два типа: капиталистический и советский. Главные различия автор видит в характере собственности на средства производства, в методах управления производством и установления равновесия между производством и потреблением через рынок; деление общества на нанимателей-собственников средств производства и наемных работников, обладающих только своей рабочей силой. Дж. Гэлбрейт подчеркнул выделение в системе «автономной технотрактуры» и в управлении предприятиями группы специалистов-профессионалов.

Теории, на которых было сосредоточено внимание, положили начало цивилизационной теории экономического развития, в основе которой лежат общечеловеческие ценности.

Дж. Гэлбрейт так же, как и Р. Арон, проводит параллели в развитии индустриального общества в капиталистических странах и в СССР.

Важной чертой индустриальной системы он считает планирование. По его мнению, сложная техника требует срочных и крупных капиталовложений. Корпорации должны заранее предвидеть будущее и так организовать свою деятельность, чтобы успешно реализовать свои товары. Отсюда вытекает необходимость планирования. Планирование нейтрально по отношению к экономическому и политическому строю общества; оно одинаково свойственно и капитализму и социализму.

Положение о планировании в рыночной экономике чрезвычайно валено под-

¹ Rostow W. The Stages of Economic Growth. — 1960. — P. 73, 59.

² Rostow W. The Stages of Economic Growth. — 1960. — P. 67.

³ Aron R. Trois essais sur l'âge industriel. — Paris, 1966. — P. 98-100. А Арон отвергает схему «пяти стадий» У. Ростоу, считая ее слишком негибкой и слишком расплывчатой. — Там же. — P. 44.; Гэлбрейт Дж. К. Жизнь и наше время. — М., 1985.

черкнуть в связи с тем, что экономическая трансформация общества в переходный период отвергает планирование, видит в нем только социалистическое планирование на базе общенародной собственности и государственной монополии.

Переход к рыночной экономике по-новому высвечивает экономическую роль государства и, в том числе, государственное планирование не только бюджета, денежного обращения, но и производства, положив в основу новые принципы.

«Индустриальной системе», состоящей из крупных корпораций, соответствует «новое индустриальное государство, которое осуществляет широкое вмешательство в экономическую жизнь»¹.

Концепция Дж. Гэлбрейта пронизывает технико-экономический подход к экономическим явлениям. Техника и организация производства определяет облик нового индустриального общества.

Подготовленный всем ходом предшествующего развития современный этап НТР явился основой для дальнейшего развития экономики и послужил толчком к массовому обновлению основного капитала, которое сопровождалось как усовершенствованием существующей техники, так и освоением принципиально новой техники и технологии. В 80-х гг. возросли темпы инвестиций в новое оборудование, ускорился рост новейших отраслей промышленности (производство вычислительной техники и конторского оборудования, электронных компонентов и полупроводников и пр.). Важнейшим компонентом новой фазы НТР стала микроэлектроника. Она придала комплексный характер автоматизации производства, сделала возможным развитие гибких ее форм. При этом наибольший эффект достигался в результате объединения в непрерывный поток разрозненных ранее процессов разработки, производства и реализации продукции и услуг.

В условиях компьютеризации изменились и условия труда работника, его квалификация, повысилась роль интеллектуального труда².

Под давлением обстоятельств экономисты и социологи Запада пересматривают традиционные технократические представления и стремятся по-новому оценить происходящие в экономике и в обществе изменения, которые оказались настолько глубокими, что ряд ученых считали недостаточным говорить об индустриальном обществе и его новом этапе, начинают обосновывать новую теорию о смене цивилизации.

Начало новым изысканиям было положено концепцией «постиндустриального общества» Д. Белла. Она включает три основных компонента: во-первых, постиндустриальное общество — это общество, в экономике которого ведущую роль играет не промышленность и сельское хозяйство, а сфера услуг. Во-вторых, стержневым принципом постиндустриального общества является первостепенное значение теоретического знания, которому принадлежит роль направляющей силы социальных изменений. В-третьих, основной социальной силой постиндустриального общества становится «новый класс», состоящий из специалистов и индустриалов, монополизирующий знания и превращающий их в источник власти. Таким образом, не труд, а знание, не работник, а «новый класс» занимают ключевую позицию в постиндустриальном обществе. Университеты и другие институты знаний стали фундаментом общества, вокруг которого формируются все остальные структуры постиндустри-

¹ Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество — С. 59. Следует отметить, что «технологическое общество», его характеристика, нашли отражение в работах французского экономиста. См.: Ellul J. The Technological Society. — N.Y., 1965.

² Проблемы, связанные с изменениями в характере труда стали подниматься в работах отечественных экономистов. См.: Анчишкин А.И. Наука — техника — производство. — М., 1986; Врублевский П.К. Развитой социализм и НТП. — М., 1987 и др.

ального общества¹.

Д. Белл предлагает «информационную теорию стоимости» вместо трудовой теории стоимости, обосновывая ее тем, что, когда знания в своей систематической форме вовлекаются в практическую переработку ресурсов (в виде изобретений или организационных усовершенствований), именно знания, а не труд выступают источником стоимости.

Не менее интересна и теория супериндустриализма, выдвинутая и обоснованная американским футурологом А. Тоффлером². Этот ученый старался доказать, что все сложные и разнородные процессы перемен, переживаемые современным обществом в результате НТР, рождением «новой цивилизации». Подобный переход объясняется теорией последовательной смены «волн перемен», накатывающихся в процессе исторического развития.

«Аграрная волна» цивилизации сменилась второй великой волной и привела к утверждению индустриальной цивилизации. Эта волна характеризуется шестью принципами: стандартизация, специализация, синхронизация, максимализация и централизация. Энергетика «второй волны» основывалась на невозобновляемых источниках угля, нефти и газа. Такая энергетика, а также производство текстиля, стали, автомобилей, каучука являлись базовыми отраслями, определяющими содержание «второй волны». Технический прогресс модифицирует не только применение новой технологии, новую структуру производства, но и новые социальные процессы в обществе, свойственные данной стадии развития экономики.

С начала 60-х гг. XX в. началось приближение «третьей волны». Для нее характерны иные принципы, противоположные принципам индустриального общества, указанные в работах А. Тоффлера. Это: дестандартизация, деспециализация и т.д. Определяющими отраслями экономики «третьей волны» становятся: а) предприятия по производству электронно-вычислительной техники; б) космическая индустрия; в) отрасли, связанные с разработкой и использованием ресурсов океана; г) генная инженерия.

Рынок массового производства распадается на мини-рынки, отражающие дифференциацию потребностей. Это находит свое выражение в дальнейшем разделении рынка труда и росте новых профессий. Происходит переход экономики от производства товаров к производству услуг, преобладанию среди занятых работников класса профессиональных специалистов и техников; теоретические назначения играют ведущую роль при введении новых методов организации экономики и определения социальной структуры. Техничко-экономическая среда организуется на контроль над технологией, обеспечивается процесс развития новой «интеллектуальной технологии»³.

В работе А. Тоффлера большое место занимают вопросы изменений в формах, структуре и направлениях занятости населения; обоснования тенденций все большего сочетания в одном лице производителя и потребителя. Это выражается в системе самообслуживания, которая, развиваясь, охватывает все новые сферы экономики, включая медицину, услуги по наладке бытовой техники, строительство, что связывается А. Тоффлером с законом «относительной неэффективности». Этот закон выражается в том, что «чем больше автоматизировано производство, снижающее стоимость единицы про-

¹ Bell D. The social framework of information society// The computer age: A twenty year view//Ed. by Dertouzos M.L. a Moses I. Cambridge (Mass): L., 1981. — P. 166.

² Toffler A Previews and premises An overview the auth of Future Shock and the Third Wave — Toronto et Autam Book, 1983.

³ Тоффлер А. Третья волна // США: экономика, политика, идеология. 1982. № 7, № 11.

дукции, тем больше стоимость услуги ремонтной техники¹.

Работы Дж. Белла и А. Тоффлера поднимают и другие вопросы, связанные с изменением социальных отношений в обществе, с занятостью, условиями труда, социальными ценностями личности.

Таким образом, эволюция капиталистического индустриального общества привела к цивилизационной парадигме, которая находится пока в состоянии поиска критериев общечеловеческих ценностей, но уже выделила несколько направлений в механизме его формирования. Сюда включаются: правовые механизмы регулирования, основанные на праве частной собственности и их распространение на все области экономических отношений; демократические формы организации общества, выявления и балансирование его интересов, демократическая форма организации государственной власти; условия воспитания человека — его этики, морали, ценностей, приоритетов, а также образования. Нацеленность на исследование этих механизмов составляет главную особенность цивилизационного подхода в работах западных экономистов, социологов и философов².

Таким образом, экономическая трансформация общества охватывала капитализм в течение нескольких столетий, прошла через несколько этапов зрелости индустриального общества и подошла к проблеме цивилизации, выдвинув на первое место общечеловеческие ценности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анчишкин А.И. Наука — техника — производство. — М., 1986.
2. Брагинский С.В., Певзнер Н.Я. Политическая экономия, дискуссионные проблемы, пути обновления. — М., 1992.
3. Врублевский П.К. Развитой социализм и НТП. — М., 1987.
4. Гэлбрейт Дж. К. Жизнь и наше время. — М., 1985.
5. Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество. — М., 1985.
6. Любимцева С.В. Трансформация экономических систем. — М., 2003.
7. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т. 4, 19.
8. Минакир П.А. Системные трансформации в экономике. — Владивосток, 2001.
9. Симония Н. Методологические проблемы анализа моделей социально-экономического развития. — М., 2003.
10. Социально-экономические модели в современном мире и путь России / Под ред. член-корр. РАН К. Миккульского. — М., 2003.
11. Тоффлер А. «Американская модель» с будущим в конфликте. — М., 1984.
12. Тоффлер А. Третья волна // США: экономика, политика, идеология. 1982. № 7, № 11.
13. Чешков М. Понимание целостности мира: в поисках информационной парадигмы // МЭиМО, 1990, № 3.
14. Экономическая теория на пороге XXI века. — М., 2003.
15. Aron R. Trois essais sur l'age industriel. — Paris, 1966.
16. Bell D. The social framework of information society // The computer age: A twenty year view//Ed. by Dertouzos M.L. a Moses I. Cambridge (Mass): L., 1981.
17. Ellul J. The Technological Society. — N.Y., 1965.
18. Rostow W. The Stages of Economics Growth. A Non-Communist Manifesto. — Cambridge University Press, 1960.
19. Toffler A Future Shock. — N.Y. 1971.
20. Toffler A Previews and premises An overview the auth of Future Shock and the Third Wave — Toronto et Autam Book, 1983.

¹ Toffler A. Future Shock. — N.Y. 1971. — P. 185-186. А Тоффлер считает, что происходящие изменения это не только техническая революция, «это возникновение новой цивилизации в самом широком смысле» — «Американская модель» с будущим в конфликте — М., 1984 — С. 30-31.

² Проблемам цивилизационного подхода посвящена работа советских экономистов «Капитализм и рынок. Экономисты размышляют». — М., 1993.

РАЗДЕЛ II. ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

Волков М.М.,
МГОУ

ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ ОРГАНИЗАЦИЙ ПРОМЫШЛЕННОГО ТИПА

Аннотация

В статье рассматривается управление финансовыми рисками организаций промышленного типа в качестве управляющей системы и как специальной области управления промышленной организацией. Предложены функции управления финансовыми рисками с вышеупомянутых позиций. Автором детально описывается механизм управления финансовыми рисками в виде совокупности основных элементов воздействия на процесс разработки и реализации рискованных решений в области хозяйственной деятельности организации, также сформулированы основные положения подхода к управлению финансовыми рисками структур промышленного типа.

Abstract

This article tells about financial risk management of the industrial type organizations as management system and as the special area of management in the industrial type organizations. The functions of financial risk management in a point of view mentioned the last are here as well. The author describes the mechanism of financial risk management in details as the aggregate of influence elements on process of working out and realization of risk decisions in the area of the organization economic activities and the substantive provisions of the approach to financial risk management of the industrial type structures are also presented.

Одним из ключевых моментов в разработке организационно-методического обеспечения управления финансовыми рисками организации промышленного типа является рассмотрение управления финансовыми рисками как управляющей системы и как специальной области управления промышленной организацией. Неотъемлемым элементом является также механизм управления финансовыми рисками.

Достижение основной цели управления финансовыми рисками, а именно максимизации стоимости бизнеса [2, 3], реализуется путем рассмотрения и осуществления этого управления с двух позиций. Эти позиции определяются комплексным содержанием управления финансовыми рисками:

- управление финансовыми рисками организации промышленного типа как управляющая система, учитывающая специфику менеджмента;
- управление финансовыми рисками организации промышленного типа как специальная область управления организацией.

Основными функциями управления финансовыми рисками как управляющей системы являются:

1. Формирование информационных систем, обеспечивающих обоснование альтернативных вариантов принимаемых управленческих решений. В процессе реализации этой функции должны быть определены объемы и содержание информационных потребностей системы интегрированного управления финансовыми рис-

ками; сформированы внешние и внутренние источники информации, удовлетворяющие эти потребности; организован постоянный мониторинг финансовых рисков организации и конъюнктуры финансового рынка.

2. Осуществление мониторинга финансовых рисков различных аспектов хозяйственной деятельности организации. В процессе реализации этой функции проводятся экспресс — и углубленный анализ рисков отдельных финансовых операций, и внутренних «центров ответственности», хозяйственной деятельности организации в целом и в разрезе отдельных ее направлений.

3. Осуществление планирования финансовых рисков хозяйственной деятельности организации по основным ее направлениям. Реализация этой функции управления финансовыми рисками связана с разработкой оперативного плана по основным направлениям защиты организации от возможных финансовых угроз внешнего и внутреннего характера, обеспечивающих нейтрализацию идентифицированных финансовых рисков.

4. Осуществление эффективного контроля реализации принятых рискованных решений. Реализация этой функции управления финансовыми рисками связана с созданием соответствующих систем внутреннего контроля в организации, разделением контрольных обязанностей отдельных служб и менеджеров, определением перечня контролируемых показателей и контрольных периодов, оперативным реагированием на результаты осуществляемого контроля.

Функциями управления финансовыми рисками как специальной области управления структуры промышленного типа являются:

1. Управление формированием портфеля принимаемых финансовых рисков. Функциями этого управления являются идентификация возможных финансовых рисков организации, связанных с его предстоящей хозяйственной деятельностью; избежание отдельных финансовых рисков за счет отказа от чрезмерно рискованных финансовых операций и сделок; определение окончательного состава отдельных финансовых рисков, принимаемых организацией.

2. Управление оценкой уровня и стоимости финансовых рисков. В процессе реализации этой функции осуществляется выбор методов оценки отдельных финансовых рисков с учетом имеющейся информационной базы и квалификации менеджмента организации, выявляется возможный объем связанных с ними финансовых потерь в разрезе отдельных операций и по хозяйственной деятельности в целом.

3. Управление нейтрализацией возможных негативных последствий финансовых рисков в рамках организации. Функциями этого управления является разработка и реализация мероприятий по профилактике и минимизации уровня и стоимости отдельных финансовых рисков за счет соответствующих внутренних механизмов, оценка эффективности осуществления таких мероприятий.

4. Управление страхованием финансовых рисков. В процессе выполнения этой функции формируются критерии передачи финансовых рисков предпринимательской организации страховым компаниям, осуществляется выбор соответствующих страховых компаний для сотрудничества с учетом их специализации и рейтинга на страховом рынке, согласовывается система условий заключаемого договора страхования, оценивается эффективность передачи отдельных финансовых рисков организации внешнему страховщику.

Основные функции управления финансовыми рисками представлены в наиболее агрегированном виде. Каждая из этих функций может быть конкретизирована более целенаправленно с учетом специфики хозяйственной деятельности струк-

туры промышленного типа и портфеля ее финансовых рисков.

Процесс управления финансовыми рисками организации промышленного типа базируется на определенном механизме. Механизм управления финансовыми рисками представляет собой совокупность основных элементов воздействия на процесс разработки и реализации рискованных решений в области хозяйственной деятельности организации. В структуру механизма интегрированного управления финансовыми рисками входят следующие элементы: а) элемент регулирования финансовой деятельности, которая включает государственное нормативно-правовое регулирование хозяйственной деятельности организации; б) элемент внешней поддержки хозяйственной деятельности организации включает государственное и другие внешние формы финансирования организации, кредитование организации, лизинг, страхование и т.п.; в) элемент финансовых рычагов включает следующие основные формы воздействия на процесс принятия и реализации управленческих решений: цену, процент, прибыль, чистый денежный поток, страховую премию, прочие экономические рычаги; г) элемент финансовых методов состоит из следующих основных способов и приемов [5, 6], с помощью которых обосновываются и контролируются конкретные управленческие решения в различных сферах хозяйственной деятельности предприятия:

- метод технико-экономических расчетов;
- балансовый метод;
- экономико-статистические методы;
- экономико-математические методы;
- экспертные методы;
- методы дисконтирования и наращения стоимости;
- методы диверсификации;
- методы хеджирования;
- другие методы.

д) элемент финансовых инструментов состоит из следующих контрактных обязательств, обеспечивающих механизм реализации отдельных управленческих решений организации и фиксирующих его финансовые отношения с другими экономическими объектами: платежные инструменты, кредитные инструменты, депозитные инструменты, инструменты инвестирования, инструменты страхования, прочие виды финансовых инструментов.

Применение механизма управления финансовыми рисками организации промышленного типа позволяет в полном объеме реализовать стоящие перед ним цели и задачи и способствует результативному осуществлению функций интегрированного управления финансовыми рисками организации [4].

Основными положениями подхода к управлению финансовыми рисками структур промышленного типа являются:

— формирование информационной базы управления финансовыми рисками организации. Формирование информационной базы в зависимости от вида осуществляемых хозяйственных операций предусматривает включение в ее состав данных о динамике факторов внешней среды и конъюнктуры рынка в разрезе отдельных его сегментов, финансовой устойчивости и платежеспособности потенциальных дебиторов — покупателей продукции, финансовом потенциале партнеров по инвестиционной деятельности и др. В процессе оценки качества сформированной информационной базы проверяется ее полнота для характеристики отдельных видов финансовых рисков; возможность сопоставимой оценки сумм финансовых

потерю в едином уровне цен; надежность источников информации;

— идентификация финансовых рисков. Идентификация осуществляется по следующим стадиям: на первой стадии идентифицируются факторы финансового риска, связанные с хозяйственной деятельностью предпринимательской организации в целом. В процессе этой идентификации факторы подразделяются на систематические и несистематические. На второй стадии в разрезе каждого направления хозяйственной деятельности определяются присущие им систематические виды финансовых рисков. В связи со спецификой хозяйственной деятельности предпринимательской организации отдельные из рассмотренных в процессе классификации виды систематических финансовых рисков из формируемого перечня исключаются. На третьей стадии определяется перечень несистематических финансовых рисков, присущих отдельным видам хозяйственной деятельности или намечаемых финансовых операций организации. На четвертой стадии формируется предполагаемый общий портфель финансовых рисков, связанных с предстоящей хозяйственной деятельностью организации. На пятой стадии на основе портфеля идентифицированных финансовых рисков определяются сферы наиболее рискованных видов и направлений хозяйственной деятельности организации по критерию широты генерируемых ими финансовых рисков;

— оценка финансовых рисков. В процессе интегрированного управления финансовыми рисками этот этап представляется наиболее сложным, требующим использования современного методического инструментария, высокого уровня технической и программной оснащенности менеджмента, а также привлечения в необходимых случаях квалифицированных экспертов.

На первом этапе определяется вероятность возможного наступления рискованного события по каждому виду идентифицированных финансовых рисков. С этой целью используется обширный методический инструментарий оценки, позволяющий оценить уровень этой вероятности в конкретных условиях. Выбор отдельных методов оценки определяется следующими факторами:

- видом финансового риска;
- технической и программной оснащенностью менеджеров, возможностью использования современных компьютерных технологий проведения такой оценки; возможностью привлечения к оценке сложных финансовых отношений квалифицированных экспертов и др.

На рис. 1 представлена система оценки финансовых рисков в общем виде, которая, по нашему мнению, обеспечивает упорядоченное исследование финансовых рисков. Деление на подсистемы связано с возможностью вычленения совокупностей взаимосвязанных элементов, способных выполнять относительно независимые функции, подцели, направленные на достижение общей цели системы. Хозяйственная деятельность промышленной организации может быть представлена в виде трех составляющих: операционной, финансовой и инвестиционной деятельности. Следует отметить, что именно на данной стадии деления формируется

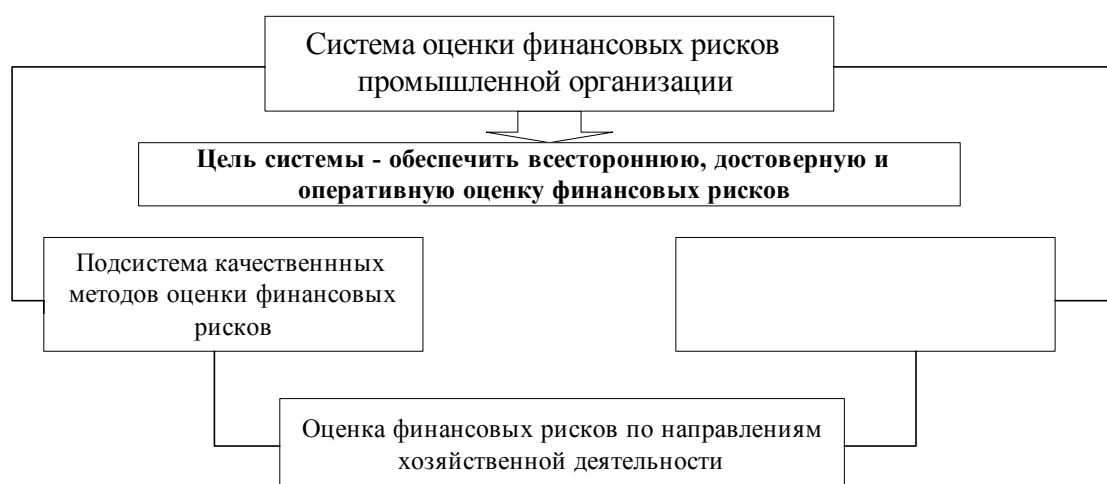


Рис.1. Система оценки финансовых рисков в общем виде группа финансовых рисков организации, вероятность реализации которых определить сложно

На втором этапе определяется размер возможного финансового ущерба при наступлении рискового события. Этот ущерб характеризует максимально возможный убыток от осуществления финансовой операции или определенного вида хозяйственной деятельности без учета возможных мероприятий по нейтрализации негативных последствий финансового риска. Финансовый ущерб выражается суммой потери ожидаемой прибыли, дохода или капитала, связанного с осуществлением рассматриваемой финансовой операции, при наихудшем сценарии развития событий.

В процессе принятия предпринимательской организацией решения о допустимости финансового риска важно представлять не столько вероятность определенного уровня финансовых потерь, сколько вероятность того, что потери не превысят некоторого предельного уровня.

Оценка финансового риска как вероятной прогнозной величины предполагает учет его двойственного воздействия на конечные результаты предпринимательства [6], т.е. измерение его положительных и отрицательных последствий и установление количественной взаимосвязи между ними.

Обобщенную характеристику всех последствий финансового риска дает среднее ожидаемое значение (F), определяемое как средневзвешенное из всех возможных результатов:

$$F = F_1 P_1 + F_2 P_2 + \dots + F_n P_n = \sum_{i=1}^n F_i P_i, \quad (1.1)$$

где F_i — значения возможных результатов, которые чаще всего оцениваются абсолютными или относительными показателями прибыли;

P_i — вероятность получения соответствующих результатов;

n — число возможных результатов.

Ожидаемое значение результата как любая средняя величина отражает типичный уровень определяемого показателя, но при этом нивелирует различия между конкретными возможными результатами. В то же время та или иная конкретная степень риска проявляется в изменчивости результата.

На третьем этапе оценки уровня финансового риска с учетом вероятности на-

ступления рисковому событию и связанного с ним возможного финансового ущерба определяется общий исходный уровень финансового риска по отдельным хозяйственным операциям или отдельным видам хозяйственной деятельности;

— оценка возможностей снижения исходного уровня и затрат на управление финансовыми рисками. Эта оценка осуществляется последовательно по следующим основным стадиям. На первой стадии определяется уровень управляемости рассматриваемых финансовых рисков. Этот уровень характеризуется конкретными факторами, генерирующими отдельные виды финансовых рисков, наличием соответствующих механизмов возможного внутреннего их страхования, возможностями распределения этих рисков между партнерами по финансовым операциям и т.п. На второй стадии изучается возможность передачи рассматриваемых рисков страховым компаниям. В этих целях определяется, имеются ли на страховом рынке соответствующие виды страховых продуктов, оценивается стоимость и другие условия предоставления страховых услуг. На третьей стадии оцениваются внутренние финансовые возможности предпринимательской организации по обеспечению снижения исходного уровня и стоимости отдельных финансовых рисков — созданию соответствующих резервных денежных фондов, оплате посреднических услуг при хеджировании рисков и т.п. При этом затраты по возможному снижению исходного уровня и стоимости финансовых рисков сопоставляются с ожидаемым уровнем доходности соответствующих финансовых операций;

— установление системы критериев принятия рискованных решений. Формирование системы таких критериев базируется на философии управления финансовыми рисками и конкретизируется с учетом политики осуществления управления различными аспектами его хозяйственной деятельности. Дифференцированная в разрезе отдельных аспектов финансовой деятельности система критериев выражается обычно показателем предельно допустимого уровня финансовых рисков;

— принятие рискованных решений. На основе оценки исходного уровня финансового риска, возможностей его снижения и установленных значений предельно допустимого их уровня процедура принятия рискованных решений сводится к двум альтернативам — принятию финансового риска или его избежанию. В отдельных случаях в предпринимательской организации может быть установлена дифференциация полномочий менеджеров различного уровня управления по принятию финансовых рисков, генерирующих различную степень угрозы финансовой безопасности организации;

— выбор и реализация методов нейтрализации возможных негативных последствий финансовых рисков. Такая нейтрализация призвана обеспечить снижение исходного уровня принятых финансовых рисков до приемлемого его значения, процесс нейтрализации возможных негативных последствий финансовых рисков заключается в разработке и осуществлении организацией конкретных мероприятий по уменьшению вероятности возникновения отдельных видов рисков и снижению размера связанных с ними ожидаемых финансовых потерь. Эти меры предусматривают использование как внутренних механизмов нейтрализации финансовых рисков, так и внешнего их страхования. В процессе разработки и реализации мер по нейтрализации финансовых рисков обеспечивается принцип экономичности управления ими;

— анализ и контроль финансовых рисков. Контроль финансовых рисков организации строится в разрезе следующих основных блоков[3, 6, 10]:

- анализ и контроль факторов, генерирующих финансовые риски;
- контроль реализации мер по нейтрализации возможных негативных последствий финансовых рисков;

- анализ и контроль бюджета затрат, связанных с управлением финансовыми рисками;
- анализ и контроль результатов осуществления рискованных хозяйственных операций и видов хозяйственной деятельности.

В процессе анализа и контроля финансовых рисков при необходимости обеспечивается корректировка ранее принятых управленческих решений, направленная на достижение предусмотренного уровня финансовой безопасности предпринимательской организации. Процесс контроля является составной частью процесса управления финансовыми рисками. Каждый сотрудник финансовых служб организации несет определенную ответственность за управление финансовыми рисками. Полную ответственность несет руководитель организации. Прочие менеджеры должны обеспечивать поддержку философии организации в области управления финансовыми рисками, способствовать соблюдению показателей принимаемых рисков, управлять финансовыми рисками в рамках своих зон ответственности с учетом допустимых для них уровней финансового риска. Ключевые обязанности по поддержке данного процесса обычно выполняют финансовый директор, внутренний аудитор, риск-менеджер, главный бухгалтер и другие должностные лица. Остальные сотрудники отвечают за соблюдение установленных в организации процедур, норм и правил управления финансовыми рисками.

Итак, возможности, открываемые управлением финансовыми рисками промышленной организации, помогают руководству в достижении целевых показателей прибыльности и рентабельности, а также в предотвращении нерационального использования финансовых ресурсов. Управление финансовыми рисками помогает обеспечить эффективный процесс составления финансовой отчетности, а также соблюдение законодательных и нормативных актов, избежать нанесения ущерба репутации организации и связанных с этим последствий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бланк И.А. Управление финансовыми рисками. — К.: «Ника-Центр», 2005. — 600 с.
2. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов: Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 1997. — 292 с.
3. Волков М.М., Рябиченко С.А. Факторы возникновения финансовых рисков предприятий промышленной сферы // «Вестник Московского государственного областного университета». № 3. Серия «Экономика». — М.: Изд-во МГОУ, 2006. — 85–87 с.
4. Вяткин В., Хэмптон Дж., Казак А. Принятие финансовых решений в управлении бизнесом. — М.— Екатеринбург: Издательский дом «ЯВА», 1998. — 208 с.
5. Гаврилин Е.В. Критерии стоимостной оценки эффективности направлений развития производства и принятия управленческих решений на уровне хозяйствующих субъектов // Финансы и кредит. — 2005. — №18. — С. 28-33.
6. Ковалев В.В., Ковалев Вит. В. Финансовая отчетность и ее анализ. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2004. — 768 с.
7. Крылов Э.И. Методологические вопросы анализа финансового состояния во взаимосвязи с инвестиционной привлекательностью предприятия / Э.И. Крылов, В.М. Власова, И.В. Журавкова // Финансы и кредит. — 2002. — № 15. — С. 27–25
8. Прозоровская Л.В. Исследование процесса оценки финансовых рисков / Л.В. Прозоровская, Л.В. Бацких // Финансы и кредит. — № 33. — 2006.
9. Andren N., Jankensgard H., Oxelheim L. Exposure-based Cash-Flow-at-Risk under macroeconomic Uncertainty, working paper, Lund University and Lund Institute of Economic Research, Lund, 2005.
10. Brealy R.A., Myers St.C., Marcus A.J. Fundamentals of Corporate Finance. — N.Y.: McGRAW-HILL, INC, 1995. — 665 p.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ ФОТОУСЛУГ

Аннотация

В работе автор рассматривает российский рынок фотоуслуг, в частности вопросы, связанные с классификацией услуг в условиях развития новых технологий и новых форм обслуживания. Также в работе предложены рекомендации по систематизации и группировке предприятий, оказывающих фотоуслуги населению.

Abstract

In work the author examines the Russian market of photoservices, in particular the questions connected to classification of services in conditions of development of new technologies and new forms of service. Also this work contains recommendations necessary for groupings of the enterprises rendering photoservices.

Фотоуслуги традиционно играли существенную роль в системе бытового обслуживания населения (3,4% от общего объема бытовых услуг, по данным Минэкономразвития на 01.01.2005 г.). На протяжении всего периода существования данной отраслевой подгруппы не было единого подхода к определению понятия и содержания термина «фотоуслуги». В разные исторические этапы развития данной группы услуг, была различной состав и структура услуг, входивших в эту группировку. Современное состояние рынка характеризуется структурными изменениями, обусловленными как общими тенденциями присущими для бытовых услуг в целом, так и специфическими, характерными для данной отраслевой подгруппы. Обзор публикаций последних лет, посвященных вопросам развития данного рынка, позволяет сделать вывод об отсутствии современных подходов к классификации услуг, данной отраслевой подгруппы. В связи с этим разработка современных подходов к организации деятельности предприятий фотоуслуг невозможна без соответствующей теоретической и методологической базы.

В официальных документах (классификаторы ОКУН и ОКВЭД) данный сегмент рынка определяется как «фотоработы», «услуги фотографий» или «услуги фотоателье, фото-, кинолабораторий», что не отражает в полной мере сущности данной отраслевой подгруппы. «Фотоработы», а также результат этих работ – фотографии – имеют широкое применение в различных сферах народного хозяйства. Краткую характеристику данных видов экономической деятельности содержащихся в ОКВЭД, можно представить в виде таблицы.

Таблица 1

Классификация фоторабот

№ п/п	Раздел (подраздел) классификатора	Группа/подгруппа	Вид деятельности
1.	Подраздел DE. «Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность»	Издательская и полиграфическая деятельность	Издание фотографий; эстампов; плакатов; календарей всех видов; иллюстрированных, поздравительных почтовых открыток; художественных репродукций; переводных картинок и прочих печатных материалов.

2.	<u>Раздел К. «Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг».</u>	Деятельность в области фотографии для коммерческих целей и частных клиентов	Фотосъемка, включая аэрофотосъемку. Изготовление фотографий: портретных фотографий на документы, школьных и свадебных фотографий и т.п. Фотографии для рекламы, издательской продукции, журналов мод, операций с недвижимостью, для целей туризма; аэрофотоснимки. Обработка фотоплёнок: проявление, печатание и увеличение с фотографий, негативов или киноплёнок, снятых клиентами; помещение диапозитивов в рамки;. Пересъемка, восстановление или ретуширование фотографий. Эта группировка также включает эксплуатацию фотоавтоматов, действующих при опускании монет.
3.	<u>Раздел О. «Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг».</u>	Деятельность информационных агентств	Деятельность агентств печати, предоставляющих новости, фотографии и другие материалы средствам массовой информации. Деятельность информационных служб по предоставлению научно-технической, правовой, статистической, социально-экономической, финансовой, коммерческой, отраслевой и прочей информации. Деятельность журналистов и фоторепортеров.

Анализируя весь спектр видов экономической деятельности, в которых изготовление фотографий является неотъемлемой частью общего процесса оказания услуг, считаем необходимым выделить два принципиальных направления:

1. Фотографии для индивидуальных потребителей, к которым относятся услуги, направленные на удовлетворение личных потребностей, например:

- фотосъемка (в том числе выездная съемка);
- изготовление фотографий (в том числе портретных фотографий на документы, школьных и свадебных фотографий и т.п.);
- обработку фотоплёнок (в том числе проявление и восстановление старых негативов);
- печатание и увеличение с фотографий, негативов или киноплёнок;
- пересъемку, восстановление или ретуширование фотографий и т.д.

2. Фотографии для коммерческих целей, представляющие собой составной элемент процесса создания услуги, направленной на удовлетворение потребностей хозяйствующих субъектов, например:

- фотосъемка объектов архитектуры, сооружений и интерьеров, включая аэрофотосъемку;
- изготовление фотографий для рекламы (в том числе для издательской продукции, журналов мод, для операций с недвижимостью, для целей туризма и т.д.).

Учитывая принципиальные различия между двумя данными группами, считаем необходимым группе «фотографий, направленных на удовлетворение индивидуальных потребностей» дать название «фотоуслуги».

Сам термин «фотоуслуги» долгое время, использовался лишь в среде профессионалов и на бытовом уровне, а в официальных документах применялся термин «услуги фотоателье и фото– и кинолабораторий».

Исходя из классификации услуг предложенной Ф. Котлером, фотоуслуги можно разделить на две категории:

1) Услуги, предоставляемые на основе использования оборудования (например, печать фотографий, цифровая обработка изображения и т.д.).

2) Услуги, требующие присутствие клиента (например, фотосъемка на документы, художественная фотография и т.д.).

Данная классификация считается устаревшей и, следовательно, содержит услуги, большая часть которых не предоставляется современными предприятиями, вследствие того, что спрос на них отсутствует. За прошедшие 10 лет появилось множество новых услуг, которых данный классификатор не учитывает. Данный факт обуславливает необходимость в формулировании современных подходов к определению термина «фотоуслуги».

Таблица 2

Место фотоуслуг в системе классификации платных услуг

№ п/п	Классификационный признак	Фотоуслуги
1.	По потребителю	индивидуальные
2.	По массовости	уникальные (изготовление фотосувениров); стандартные (печать фотографий, фото на документы и т.д.)
3.	По сферам потребления	многофункциональные
4.	По концентрации производства	специализированные; диверсифицированные
5.	По территориальной локализации	центр, окраина, городская агломерация, поселок
6.	По степени осуществления результата	процессы (фотосъемка, цифровая обработка и т.д.); материальные вещи, объекты (фотографии и т.д.)
7.	Уровень личных контактов персонала с клиентурой	ограниченный контакт

За период с 1990 г. по настоящее время структура фотоуслуг подверглась значительным изменениям. Связано данное обстоятельство прежде всего с изменениями в структуре доходов и расходов потребителей. Ряд услуг оказались невостребованными и перестали пользоваться спросом у населения, в результате чего и были вытеснены с рынка. Наряду с этим появление компактных фотокамер способствовало появлению новых видов услуг, не предусмотренных в ОКУН. Таким образом, сочетая предложенную группировку фотоуслуг с предлагаемой далее классификацией целесообразным представляется внесение изменений в Общероссийский классификатор услуг населению (ОКУН).

Проанализировав разнообразие существующих видов услуг, предлагаем полную классификацию фотоуслуг, обладающих признаками бытовых услуг.

По технологическому признаку:

- услуги печати (печать на бумаге);
- услуги по изготовлению сувениров (печать на различных поверхностях);
- фотосъемка;
- обработка изображения (оцифровка изображения, компьютерная обработка, создание электронных фотоальбомов и т.д.);
- прочие услуги;

Услуги фотосъемки по характеру удовлетворения нужд потребителя:

- фотосъемка для документов;
- фотосъемка для личных/индивидуальных целей (изготовление портретов, студийная и выездная фотосъемка);

— прочие виды фотосъемки.

По способу вывода на печать:

— аналоговая печать (проекционная, оптическая);

— цифровая печать (струйная, термосублимационная и т.д.);

— прочие виды печати (в том числе ручная);

По срокам исполнения заказа:

— моментальные услуги;

— срочные услуги (выполняемые в течение часа);

— в порядке общей очереди, установленной исполнителем услуг.

По типу и форме обслуживания:

— выездное обслуживание;

— обслуживание в стационарных условиях (фотоателье, приемный пункт, фотомагазин и т.д.);

— прочие формы обслуживания (в том числе самообслуживание с использованием фотоавтоматов).

В зависимости от спектра предлагаемых фотоуслуг все предприятия можно разделить на две группы — однопрофильные и многопрофильные.

К однопрофильным предприятиям следует отнести фотостудии, фотоателье и фотолаборатории, т.е. предприятия, которые специализируются на одном виде услуг. Отличительной особенностью данной группы являются:

- ассортимент предлагаемых услуг — ограниченный (в рамках одной отраслевой подгруппы);

- техническая оснащенность предприятия (позволяет сконцентрироваться на определенных видах фотоуслуг). Например, основные производственные фонды фотоателье позволяют специализироваться на фотосъемке (в том числе и художественная фотография).

Многопрофильные предприятия специализируются на предоставлении широкого спектра бытовых услуг, в том числе и фотоуслуг (например, дома быта, комплексные приемные пункты, комплексные предприятия с преобладанием какого-либо одного или двух видов услуг). Для данной группы предприятий характерно следующее:

- производственные помещения позволяют кооперировать с другими сферами деятельности, в частности с отдельными видами бытовых услуг или с предприятиями торговли. В первом случае такое сочетание образуют комплексные приемные пункты, либо предприятия комплексного обслуживания типа мультисервис или дома быта. Сочетание фотоуслуг и торговли фототоварами (в том числе сопутствующими товарами) на одном предприятии образуют другой тип многопрофильных предприятий — фотомагазины;

- техническая оснащенность предприятия позволяет специализироваться на предоставлении широкого спектра фотоуслуг в рамках данной отраслевой подгруппы. Например, фотосалоны совмещают услуг фотосъемки, печати и цифровой обработки фотографий на одном предприятии.

По уровню конкурентоспособности и технической оснащенности предприятий можно выделить следующие типы хозяйствующих субъектов:

1. Тип приватизированные предприятия.

Анализ структуры участников рынка позволяет сделать вывод о том, что значительная часть предприятий, работающих на российском рынке фотоуслуг, составляют приватизированные фотопредприятия, которые в период командно-админис-

тративной экономики принадлежали кино- и фотообъединениям. В начале 90-х гг. предприятия данного типа были приватизированы трудовыми коллективами. При этом они унаследовали от предыдущих предприятий оборудование, помещение, персонал. Кроме того, к таким предприятиям, как правило, переходили как долги организации-предшественника, так и ее капитал, в зависимости от того, в каком состоянии находилось дело во время приватизации. Такие фотопредприятия уже в самом начале своей работы имели сложившуюся репутацию и были хорошо известны жителям района, в котором располагались. Значительная часть приватизированных предприятий кардинально меняли направления деятельности, другая часть приватизированных предприятий сменили профиль, сохранив лишь отдельные виды фотоуслуг (приемные пункты и т.д.). Тем не менее в настоящее время предприятия данного типа характеризуются низким уровнем производительности и ограниченным ассортиментом предлагаемых услуг. Низкий уровень квалификации персонала, моральный и физический износ оборудования являются основными причинами неконкурентоспособности предприятий данного типа.

2. Тип – сетевые предприятия.

Представители данной группы – это предприятия, организованные частными предпринимателями по системе франчайзинга или с использованием лизинговых схем. Время их создания совпало с началом экономических реформ 90-х годов. Представители крупнейших мировых торговых марок активно внедряли свои технологии на российский рынок. Существенными достижениями отметились такие бренды, как Kodak, Konica, Fuji и Agfa. Как показывают исследования Федеральной антимонопольной службы, на долю предприятий данного типа в 2002 г. приходилось 75% объемов всего рынка фотоуслуг. Практически все предприятия этого типа на ранних этапах возникновения использовали лизинг для технического оснащения своего предприятия. Часть предприятий были основаны по системе франчайзинга, что тоже способствовало высокому уровню технической оснащенности предприятий. Данный тип предприятий характеризуются широким ассортиментом услуг, стандартным комплектом оборудования и наличием учебных центров для подготовки и повышения квалификации персонала. Предприятия данного типа являются наиболее конкурентоспособными, так как легко адаптируются к меняющимся условиям внешней среды.

3. Тип «Комнатные предприятия».

Предприятия данного типа специализируются на оказании одного вида услуги. Такие предприятия, как правило, расположены на маленьких площадях и редко располагают своим оборудованием, а спектр их услуг ограничивается продажей фототоваров и изготовлением «фото на документы». Зачастую их техническое оснащение состоит из фотоаппарата, компьютера и лазерного принтера.

4. Тип «Смежные предприятия».

Такие предприятия характеризуются тем, что фотоуслуги не являются основным профилем их деятельности, а всего лишь одним из дополнительных источников прибыли. Большинство магазинов компьютерной техники и салоны сотовой связи на сегодняшний день предлагают своим клиентам услуги цифровой печати фотографий с любых видов носителей информации. Такие предприятия специализируются только на печати фотографий и имеют собственное оборудование. Стоимость услуг печати на предприятиях такого типа не сильно отличается от средних цен на аналогичные услуги в этом регионе.

Технология оказания фотоуслуг за последние двадцать лет претерпела сущес-

твенные изменения. Эволюция услуг данной отраслевой подгруппы состоит из трех исторических этапов.

1. В период командно-административной экономики (до 1990 г.), вся система бытового обслуживания представляла собой единую сеть государственных предприятий на территории всей страны. Фотоуслуги преимущественно предоставлялись на стационарных предприятиях — фотостудии, фотоателье и так далее, изредка индивидуальными фотографами. Ассортимент фотоуслуг и цены регулировались в соответствии с госпланом. Качество услуг регламентировали нормативными документами РСФСР (в основном ГОСТом). В связи с тем, что процесс получения фотоснимка, а также последующая его печать была не доступна для большинства потребителей, то количество так называемых фотолюбителей в этот период был не слишком велико. Для производства фотоуслуг применялись отечественные технологии и расходные материалы. Наиболее крупные из них — как Красногорский завод им. Зверева, Славич, Тасма, Ленинградское оптико-механическое объединение и т.д. Полный перечень предлагаемых услуг выглядел следующим образом:

- художественная фотосъемка (в том числе портрет);
- фотографии на документы;
- выездная фотосъемка;
- видеосъемка;
- звукозапись;
- прочие виды фотоуслуг (изготовление фото на керамике, фоторамки, ретуширование снимков и т.д.).

2. В период формирования рыночных отношений (1991–1999 гг.), технологическая цепочка существенно упрощается. На российском рынке появляются недорогие компактные пленочные фотоаппараты, с помощью которых процесс фотосъемки становится возможным в домашних условиях и не требует специальных знаний фототехники. Основное преимущество такого рода техники — это простота в эксплуатации. В то же время на отечественном рынке фотоуслуг появляются импортные технологии, а вместе с ними и рыночные способы хозяйствования. Процесс изготовления фотоснимка значительно упрощается — заказчики сдают пленку в фотолaborаторию, получая взамен распечатанные фотоснимки. Еще одним катализатором развития российского рынка фотоуслуг является приватизация государственных предприятий, а также создание новых предприятий по системе франчайзинга.

3. Современный этап развития рынка характеризуется переходом на цифровые технологии изготовления фотографий (2000–2008 гг.). Основными отличительными особенностями новой технологии являются:

- экологичность;
- высокая производительность;
- высокое качество конечного результата по сравнению с пленочной техникой;
- простота в эксплуатации.

В России этот процесс начался значительно позже, чем в остальных европейских странах. К основным параметрам полноценного цифрового рынка фотоуслуг относятся:

- высокий удельный вес цифровых фотоуслуг в общей структуре фотоуслуг;
- широкий ассортимент цифровых фотоуслуг (в том числе дублирующие аналоговые фотоуслуги);
- высокий спрос на цифровые фотоуслуги;
- высокие темпы роста продаж цифровой фототехники;

Процесс перехода на цифровые технологии в России продолжается до сих пор и длится значительно дольше, чем в остальных развитых странах. Причиной тому является несовершенство нормативно-правовой базы и отсутствие современных теоретических и методологических подходов к организации деятельности предприятий фотоуслуг.

Обобщая вышеизложенное, считаем в современных условиях перестроить классификацию фотоуслуг таким образом, чтобы появление новых видов услуг и форм обслуживания потребителей, связанное с развитием технологий в данной сфере, не создавало преград для формирования эффективной нормативно-правовой базы и не ограничивало дальнейшее внедрение нововведений в повседневную практику.

ЛИТЕРАТУРА

1. Асаенок А.В. Разработка стратегии поведения фирмы на рынке фототоваров и фотоуслуг на региональном уровне/ А.В. Асаенок, А.В. Гонзуревский, В.Н. Менжерес. — Саратов: Саратовский государственный технический университет, 1999.
2. Емельянов Л. В 2003 г. продано 50 млн. цифровых фотокамер // Фотодело, № 3, 2004. — С. 23–31.
3. Зайнашева З.Г. Основы обеспечения конкурентоспособности системы сервиса: [монография] З.Г. Зайнашева. — Моск. межд. высш. шк. бизнеса «Мирбис» (ин-т). — М.: Маркетинг, 2003.
4. Копылов О.Г. Регулирование развития рынка бытовых услуг в муниципальном образовании: на примере Московской области: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. — М., 2005.
5. Радина О.И. Мониторинг социально-экономического развития региона (на примере рынка бытовых услуг): [монография] О.И. Радина, И.П. Котова, ответственный редактор Овчинников В.Н., Ростов н/Д: изд-во АПСНСКНЦВН, 2005.
6. Шевцов М.Ю. Формирование и развитие рынка фотоуслуг, на примере г. Москвы: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. — М., 2002. — 18 с.
7. Экономика сферы обслуживания (отраслевой аспект) / Под ред. д.э.н. Новицкого А.Г. и Литвиновой, МГУС. — М., 2005.

Иконникова И.В.,

*Калужский филиал МГТУ им. Н.Е. Баумана,
старший преподаватель кафедры экономики*

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА

Аннотация

Перед предприятиями встает необходимость в разработке долгосрочной стратегии поведения, чтобы быть конкурентоспособными в условиях быстро меняющейся ситуации на рынке.

Отсюда следует, что реализация маркетинговой деятельности предприятий требует разработки такой маркетинговой стратегии, которая была бы легко интегрированной в существующую систему производства и управления с высокой скоростью реализации, наполнена новаторскими идеями, положительно воспринята коллективом предприятия.

Abstract

There is a necessity for working out of long-term strategy of behaviour to be competitive in the conditions of quickly varying situation in the market before the enterprises.

From here follows, that realisation of marketing activity of the enterprises demands working out of such marketing strategy which would be easily integrated into existing system of manufacture and management with high speed of realisation, is filled by innovative ideas, positively apprehended by enterprise collective.

Стратегическое управление деятельностью предприятия в целом и его функционированием на рынке в современных условиях является основным подходом к разработке его маркетинговой стратегии. Чтобы быть конкурентоспособными в условиях быстро меняющейся ситуации на рынке перед предприятиями встает необходимость в разработке долгосрочной стратегии поведения.

В экономической науке дан не один десяток определений понятия «маркетинг», в основу которых положена концепция рыночного управления, например: «Маркетинг — это один из видов творческой управленческой деятельности, который содействует расширению производства и торговли и увеличению занятости путем выявления запросов потребителей и организации исследований и разработок для удовлетворения этих запросов; маркетинг увязывает возможности производства с возможностями реализации товаров и услуг, обосновывает характер, направления и масштабы всей работы, необходимой для получения прибыли в результате продажи максимального количества продукта конечному потребителю» (1).

Такое определение сущности маркетинга является наиболее полным, отражающим взаимосвязь производства и потребления, учитывает необходимый баланс интересов производителя и потребителя товаров и услуг. Нацеленность деятельности предприятия на конкретного потребителя, зависимость потребления от производства дают основания полагать, что в основе маркетинговой деятельности предприятия находится производитель. Потребитель выступает основным действующим лицом внешней среды предприятия, которое реализует свою маркетинговую концепцию управления. Процесс согласования запросов потребителей и возможностей производителей товаров и услуг происходит именно во внешней среде. На возможности производителя устанавливать и поддерживать сотрудничество с потребителя-

ми товаров и услуг оказывают влияние факторы внешней среды маркетинга.

В процессе своей деятельности предприятие не может в полной мере контролировать внешние факторы, поэтому должно к ним приспосабливаться. На его деятельности также отражается и социально-экономическая ситуация в стране, уровень и качество конкуренции, законодательная база и правовое поле в целом.

Перед предприятием, ориентированным на стратегическое управление, неизбежно возникает необходимость определения выбора маркетинговой стратегии, отвечающей именно целям и задачам данной компании. В экономической теории существуют пять основных видов маркетинговой стратегии, на основе которых предприятия реализуют свою маркетинговую деятельность:

- концепция совершенствования производства;
- концепция совершенствования товара;
- концепция интенсификации коммерческих усилий;
- концепция маркетинга;
- концепция социально-этичного маркетинга (2).

Указанные концепции маркетинговой стратегии предприятия сформировались в последние десятилетия в результате анализа социальных, экономических и политических перемен в мировой экономике. Общую тенденцию их развития можно определить как смещение маркетинговых усилий предприятий с производства товаров и услуг на коммерческие усилия, направленные на проблемы потребителя и вопросы социальной этичности.

Концепция совершенствования производства характеризуется снижением цен на товары и услуги за счет повышения экономической эффективности производства методом внедрения новых технологий, поэтому необходимо совершенствовать распределительную и сбытовую систему, чтобы понравившийся продукт стал доступным широкому кругу потребителей. Производственная концепция целесообразна к применению в том случае, когда спрос превышает предложение или когда для снижения высоких цен на товары и услуги предприятие должно сделать акцент на увеличение производительности.

Основой концепции совершенствования товара является предположение, что предприятие направляет усилия на производство товаров высокого качества и реализует их по умеренным ценам, что способствует росту объема продаж и налаживанию хороших взаимоотношений с потребителями. Руководству предприятия, используя концепцию совершенствования товара, необходимо помнить, что потребителям нужен не продукт сам по себе, а возможность решения их проблем с помощью предлагаемого товара или услуги, при этом актуальным является вопрос продвижения продукта или услуги с помощью доступных цен, хорошего дизайна, рекламы и так далее — иначе даже товары высокого качества не найдут своего потребителя.

Метод стимулирования потребителей и побуждения приобретать товары и услуги данного предприятия, а не продукцию их конкурентов, лежит в основе концепции интенсификации коммерческих усилий. Предприятия в основном используют указанную концепцию в периоды перепроизводства товаров или при реализации товаров и услуг пассивного спроса (например, услуги страхования), т.е. таких товаров и услуг, в приобретении которых покупатель не проявляет выраженного стремления.

Концепция маркетинга основана на выявлении потребностей целевых сегментов рынка по ассортименту и качеству товаров и услуг, необходимости приспособить под них непосредственно производство и сбыт, причем эффективнее своих конкурентов.

Концепция коммерческих усилий по сбыту и концепция маркетинга в своей основе близки по содержанию. Их основное различие состоит в том, что предприятия свои коммерческие усилия по сбыту нацеливает на нужды продавца, а концепция маркетинга в деятельности предприятия направлена на нужды покупателя. Более подробно различие этих концепций показано в таблице (3).

Достижение целей предприятия и обеспечение его развития путем удовлетворения разумных потребностей, как отдельного потребителя, так и общества в целом, предполагает концепция социально-этичного маркетинга.

**Различия в деятельности организаций (предприятий)
со сбытовой и маркетинговой ориентацией**

Сбытовая ориентация	Маркетинговая ориентация
У руководства на высшем уровне	
На первом месте учет потребностей организации	На первом месте учет потребностей потребителя
Самые высокие должности занимают	
Инженеры, отвечающие за производство продукции	Специалисты, обладающие профессиональными управленческими знаниями
Производится и продается	
То, что удастся произвести	То, что будет безусловно продано
Ассортимент продукции и услуг	
Обычно узкий	Обычно широкий, комплексный
Формирование целей	
На основе внутренних факторов развития	На основе факторов внешней среды
Горизонт перспективного планирования	
Преимущественно краткосрочный и среднесрочный	Преимущественно долгосрочный с выработкой стратегии развития
Главное внимание обращено на	
Снижение издержек производства вне зависимости от потребностей клиентов в перспективе	Учет потребностей (особенно перспективных) потенциальных клиентов
Инновационная деятельность	
Направлена на совершенствование оказываемых услуг при незначительном учете действий конкурентов	Направлена на анализ рынка (в том числе клиентов и конкуренции) на основе возможной полной информации об объективных критериях конкурентоспособности
Ценовая политика	
Имеет в основе издержки производства	Имеет в основе цены на рынке, учитывает действия конкурентов
Разработка идей новых услуг	
Осуществляется на основе оказываемых услуг путем сокращения издержек производства	Осуществляется на основе анализа потребностей клиентов и иных рыночных факторов
Производственный процесс	
Как правило, жесткий, связан с необходимостью организации обслуживания клиентов	Максимально гибкий, начинается с определения спроса на услуги и емкости рынка, а также учитывает процесс обслуживания клиентов
Упаковка	
Рассматривается как средство сохранения товара	Рассматривается как средство ФОСТИС и лишь затем как средство сохранения товара
Конкурентоспособность продукции и услуг	
Рассматривается через призму цены реализации	Рассматривается через призму «цены потребления», продажная цена играет подчиненную роль

Философия высшего руководства	
Выражается словами Г. Форда «Мы можем дать покупателю машину любого цвета, но при условии, что этот цвет — черный».	Выражается словами: «Мы управляем не заводом, а оптовой организацией, удовлетворяющей потребности клиента в максимальной степени»

Обострение в современном мире проблем экологии и защиты окружающей среды, быстрый рост населения в отдельных странах, определенный дефицит природных ресурсов и другое вызвало возникновение концепции социально-этичного маркетинга, которая требует сбалансированного учета трех основных факторов: прибыли предприятия, удовлетворения запросов потребителей и учета интересов общества. Предприятие определяет ведущую стратегию маркетингового поведения, которой она будет придерживаться в своей деятельности, опираясь на рассмотренные подходы.

Нашедшие широкое применение в экономиках западных странах подходы реализации маркетинговой деятельности предприятий не могут широко использоваться в настоящее время в российской практике, так как условия применения каждой из них на Западе не совпадают с российскими условиями.

Концепция совершенствования производства ограничена в применении тем, что снижение цен на товары и услуги может происходить на базе внедрения новых прогрессивных технологий и, как следствие, повышения эффективности производства. Известно отставание России в использовании прогрессивных инновационных технологий в производстве массовой продукции, хотя в этом направлении в последнее время предпринимаются попытки на государственном уровне, которые связаны в основном с высокотехнологичными отраслями военно-промышленного комплекса.

Подход, основанный на концепции совершенствования товара, подразумевает производство товаров и услуг высокого качества, их реализацию по умеренным ценам, что также ограничено в применении современной России. Производство товаров высокого качества требует высоких технологий, высококачественного сырья и высокого уровня профессионализма работников, что в немалой степени было утрачено за годы экономических преобразований и реформ.

Другой подход, в основе которого концепция увеличения сбыта за счет интенсификации коммерческих усилий, применяется при перепроизводстве товаров или чтобы побудить потребителя приобретать товары не первой необходимости. Большинство потребителей в России не ощущает перепроизводства отечественных товаров на рынке. При ограниченной покупательной способности населения трудно склонить потребителя покупать товары пассивного спроса.

Концепция маркетинга связана с наличием свободной конкуренции среди производителей товаров и услуг, но она ввиду монополизации российского рынка производителей не может быть реализована нашими предприятиями в полной мере. Монополизированы транспортные услуги, тепло-, водо-, газо-, электроснабжение. Если нет возможности выбора необходимого товара или услуги, очевидна слабость законодательной базы по защите прав потребителей, производитель без всякого маркетинга легко реализует свою продукцию по высоким ценам, так как диктует условия потребителю, который полностью зависим от него. Мелкие и средние предприятия, производители товаров широкого потребления, не могут быть конкурентоспособными ввиду своего низкотехнологичного производства, поэтому этот подход также в традиционном виде для российских предприятий трудно осуществим.

Подход, использующий концепцию социально-этичного маркетинга, и призванный сосредоточить усилия в маркетинге на проблемах экологии и защиты окружающей среды, также неприемлем для нас сегодня, так как носит в основном директивный характер, а предприятия для решения указанных проблем практически не выделяют средств.

В реализации маркетинговой деятельности предприятий необходимы новые подходы в разработке маркетинговой стратегии для достижения быстрого прорыва в экономике. Необходим выбор такой маркетинговой стратегии, которая сопровождалась бы резким снижением издержек, была бы высоко технологичной, легко интегрированной в существующую систему производства и управления с высокой скоростью реализации, которая была бы наполнена новаторскими идеями.

Условием выхода предприятий на передовые позиции в сегодняшней российской конкурентной среде и их «выживаемости» в рыночной экономике является их стратегическое маркетинговое развитие, которое понимают как постоянное и всестороннее совершенствование и развитие системы маркетинга и маркетинговой деятельности предприятия в соответствии с его экономическим потенциалом.

Стратегическое маркетинговое развитие направлено на выявление и наращивание конкурентных преимуществ предприятия на основе развития его сильных сторон и сглаживания слабых, с ориентацией на тенденции развития обслуживаемого рынка. Стратегическое маркетинговое развитие предприятия — это адаптивный непрерывный процесс, предусматривающий выполнение следующих основных функций:

- формирование и корректировку портфеля стратегий маркетингового развития;
- формирование и корректировку генеральной маркетинговой стратегии;
- развитие тактики маркетинга;
- развитие службы маркетинга;
- развитие маркетинговой системы информации;
- маркетинговое управление или управление маркетингом предприятия.

Использование концепции маркетингового управления является важным условием стратегического маркетингового развития предприятия. Эту проблему выделил Ф. Котлер, который определил маркетинговое управление как «процесс планирования и реализации политики ценообразования, продвижения и распределения идей, продуктов и услуг, направленный на осуществление обменов, удовлетворяющих как индивидов, так и организации» (4).

Это определение не охватывает все элементы маркетингового управления, поэтому не является полным. Попытку дать более широкое толкование сущности маркетингового развития и управления предприятием предпринял российский ученый в области маркетинга Е.П. Голубков (5).

В зависимости от уровня развития маркетинга на предприятии он выделяет три уровня его использования:

во-первых, деятельность предприятия в целом ориентирована на маркетинг как на концепцию рыночного управления, что предполагает не просто создание на предприятии служб маркетинга, а изменение всей философии управления;

во-вторых, на предприятии используются отдельные комплексы (группы взаимосвязанных методов и средств) маркетинговой деятельности (разработка и производство продукции, исходя из изучения спроса и конъюнктуры рынка, послепродажное обслуживание и др.), хотя в целом «дух» маркетинга не охватил все предприятие;

в-третьих, на предприятии изолированно реализуются только некоторые элементы маркетинга (реклама, стимулирование продаж, ценообразование с учетом спроса и др.).

Таким образом, при использовании Е.П. Голубковым термина «маркетинговое управление», речь идет об управлении всей деятельностью предприятия на принципах маркетинга, т.е. об использовании маркетинга как философии.

Маркетинговое управление осуществляется далеко не всегда и не на всех предприятиях даже в странах с развитой рыночной экономикой. В случаях, когда в силу специфики деятельности предприятий, особенностей рынка, взглядов руководства, маркетинг играет скромную роль в их деятельности, т.е. маркетинговое управление не стало доминирующим для предприятия в целом, следует говорить не маркетинговом управлении, а об управлении маркетингом или управлении маркетинговой деятельностью.

Управление маркетинговой деятельностью предприятия предполагает решение следующих задач:

- поиск целевых рынков;
- проведение маркетинговых исследований;
- разработку конкурентного продукта;
- разработку других элементов комплекса маркетинга (назначение цены, выбор методов продвижения продукта и доведение его до потребителей);
- организацию обратных связей с потребителями (6).

Охарактеризуем основные этапы процесса разработки и обеспечения стратегического маркетингового развития предприятия, который начинается с определения корпоративной миссии, представляющей собой концепцию рыночной деятельности, характеризует возможность заниматься данным видом бизнеса, на который предприятие ориентируется с учетом рыночных потребностей, типологии потребителей, особенностей своих товаров или услуг и наличия конкурентных преимуществ.

Стратегическое планирование бизнеса является вторым этапом процесса обоснования и обеспечения стратегического маркетингового развития организации, которое предусматривает выявление отдельных товаров и товарных групп, источников материальных, трудовых и финансовых ресурсов, их необходимое количество, эффективность распределения.

Анализ маркетинговых стратегий (третий этап) выявляет вероятные маркетинговые стратегии по важнейшим направлениям деятельности с целью определения и выбора из них таких направлений, которые могут обеспечить предприятию в будущем устойчивые конкурентные позиции.

На четвертом этапе разрабатывается генеральная стратегия маркетинга предприятия на основе локальных стратегий, при этом не должно быть противоречий между локальными и глобальной целями.

С созданием организационного обеспечения стратегического маркетингового развития предприятия связан заключительный этап процесса. Это связано с необходимостью решения следующих задач:

- адаптация технологии управления и взглядов менеджеров к концепции стратегического маркетингового развития;
- создание службы маркетинга, способной играть координирующую роль по отношению к другим подразделениям организации и обеспечить все виды деятельности, нацеленные на ее стратегическое маркетинговое развитие;
- создание эффективной маркетинговой системы информации в рамках кор-

поративной информационной системы.

На практике концепция стратегического маркетингового развития предприятия для ее эффективного воплощения требует соответствующего организационного обеспечения, которое включает следующие основные направления:

- формирование маркетингового мышления учредителей предприятия и его руководителей высшего уровня;
- выработка стратегического маркетингового подхода к деятельности у менеджеров среднего и нижнего звена, а также доведение его основных идей до всего персонала;
- создание адекватной структуры службы маркетинга;
- создание соответствующей маркетинговой информационной системы;
- формирование подхода к контролю маркетинга предприятия, соответствующего целям и условиям стратегического маркетингового развития.

Реализация маркетинговой стратегии связана с наибольшими трудностями для любого предприятия. Взаимоотношения внутри предприятия между руководством и отдельными исполнителями, слаженность действий маркетингового подразделения, натянутые отношения или конфронтация между разными подразделениями или отделами внутри предприятия могут влиять на успех реализации стратегии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Myron J. Gordon. The Investment, Financing and Valuation of the Corporation. Homewood, III: Richard D. Irwin. Inc, 1962.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. — М.: Бизнес-книга, 1996, С. 21.
3. Завьялов П.С., Демидов В.Е. Формула успеха: маркетинг (сто вопросов — сто ответов о том, как эффективно действовать на внешнем рынке). — М.: Международные отношения, 1991. С. 32–33.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. — СПб.: Питер, 1999, С. 46.
5. Голубков Е.П. О некоторых аспектах концепции маркетинга и его терминологии //Маркетинг в России и за рубежом. 1999, № 6, С. 5.
6. Карлофф Б. Деловая стратегия. — М.: Экономика, 1991. С. 63.

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИТ-РИСКАМИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПРОМЫШЛЕННОГО ТИПА

Аннотация

Ведение программных проектов представляет собой достаточно трудоемкий и болезненный процесс, сопровождающийся множеством рисков и непредвиденных ситуаций. Но это ни в коем случае не подразумевает отказ от использования новых технологий и внедрения новых информационных систем, скорее говорит о большей ответственности при принятии решений.

Для решения множества проблем, с которыми сталкиваются руководители программных проектов целесообразно использование информационной системы управления рисками. Функциональность современных систем позволяет своевременно отслеживать возникновение рисков, моделировать возможные сценарии развития, принимать более обоснованные управленческие решения на основе анализа сценариев и математических расчетов. Все это позволит менеджеру программного проекта оптимизировать деятельность по внедрению информационной системы и обеспечить лучшее взаимодействие и информированность внутри команды.

В настоящее время существует широкий выбор систем в области управления рисками, однако можно говорить о недостатках их специфики в области управления программами и проектами. Автором статьи предлагается рассмотреть различные подходы к выбору систем управления рисками в области информационных технологий и программной инженерии и сделать обзор наиболее функциональных систем в этой области.

Abstract

Implementation of IT and program projects seems to be very complicated and taught process, associated with many uncertainties and risks. Sure, this does not mean the rejection of such projects, supposed the more responsibility for the decision making process of new information technologies implementation.

To manage various problems which face project managers, it makes sense to use special risk management software. The functionality of modern risk management systems allows identifying risk occurrence, conducting scenario modeling, take the more appropriate managing decisions based on scenario analysis and mathematical calculations. All these functionality will support project manager to optimize his business activities in accordance to risk management practices and ensure better coordination and balance inside the project team.

Currently there available a wide range of project management software, but it is reasonable to conduct some analysis in terms of applicability to specific IT projects.

The author will review the most appropriate software solutions for the risk management in IT area, conduct competitive analysis and provide some recommendations on software selection.

Введение

Сегодня информационные технологии (ИТ) являются одним из важнейших элементов деятельности компаний. Все больше руководителей предприятий понимают необходимость внедрения информационных систем и четко представляют себе те конкурентные преимущества, которые могут дать их производству совре-

менные информационные технологии в условиях все возрастающей масштабности сложности реализуемых проектов. Отмечается готовность предприятий тратить немалые деньги на самые передовые информационные технологии и внедрение программных проектов, непосредственно относящихся к области ИТ. Это подтверждают исследования Gartner, на основе которых к 2012 г. предприятия будут иметь дело с объемами данных, в 30 раз превышающими объемы данных в 2002 г. Вот почему процесс управления рисками можно определенно назвать актуальным и необходимым для реализации успешных проектов в области информационных технологий (программных проектов).

Необходимость управления рисками в программных проектах

Программные проекты можно назвать одним из наиболее сложных типов проектов для управления. Для программных проектов характерен высокий уровень рисков, неопределенность при планировании, необходимость координации работ отдельных сотрудников и подразделений для избегания конфликтов между менеджером проекта, высшим руководством, руководителями вовлеченных в проект подразделений и персоналом предприятия.

Независимо от величины и масштабов программного проекта, руководство компании, планируя и достигая определенные цели, постоянно сталкивается с соответствующими управленческими проблемами — как спланировать работы во времени и успеть к определенному сроку, какие потребуются ресурсы и как добиться качественного выполнения в рамках бюджета. Обычно информация, используемая для управления программными проектами, доступна из источников в разрозненных приложениях (например, отчетность из систем мониторинга ИТ-инфраструктуры и приложений, систем класса Service Desk, OSS систем, систем управления проектами и т.д.), а не из единого источника. Кроме этого, такая информация зачастую представляет собой технические данные, которые еще необходимо преобразовать в бизнес-информацию, чтобы они могли быть поняты и использованы заинтересованными сторонами. Однако для многих организаций усилия по интеграции существующих инструментов, систем и источников данных для получения управленческой информации неосуществимы с точки зрения как ресурсов, так и капитальных вложений.

Хотя ни один пакет для управления рисками не обеспечит вместо вас хорошее планирование и управление рисками, использование встроенных функций математического моделирования, средств планирования реагирования и мониторинга изменений увеличит шансы завершения проекта в срок и в рамках бюджета за счет снижения неопределенности и повышения качества управления рисками. Технологии управления рисками позволяют использовать различные методы идентификации и оценки рисков. Спектр методик количественного анализа широк: от PERT анализа и анализа «Что-Если» до сложных вычислений Monte Carlo, методов Event-Tree-Analysis, цепей Маркова и пр.

Программное обеспечение по управлению рисками программных проектов

При желании можно найти программные пакеты, реализующие те или иные средства управления рисками. Гораздо сложнее подобрать комплексную систему управления рисками, которая бы специализировалась на области информационных технологий и могла бы отслеживать риски проекта и контролировать проект.

Конечно, в настоящее время существует несколько сотен систем, так или иначе реализующих функции управления рисками. Некоторые из них представляют собой информационные системы управления проектами, в которых присутствует мо-

дуль управления рисками, другие являются приложениями к системам календарного планирования, либо самостоятельными программными продуктами по управлению рисками. Третьи специализируются на рисках информационной безопасности, например BS7799 или ISO17799, а потому позволяют определить не уровень рисков программных проектов, а степень соответствия тому или иному стандарту [5].

В качестве продукта поддержки процессов управления рисками при реализации программных проектов может использоваться как специализированная система, так и модуль управления рисками многофункциональной системы управления проектами (например, Microsoft Project, Open Plan, Primavera и пр.) или модуль системы управления предприятием (например, Oracle, SAP, Microsoft Axapta и пр.). Также возможно создание собственной разработки в области управления ИТ-рисками программных проектов.

Построение собственной системы управления ИТ-рисками является более сложной задачей, чем выбор существующего пакетного решения, и требует не только хороших теоретических знаний в области методологии управления рисками, но и практического опыта внедрения. Следует заранее предпринять действия, чтобы не допустить типичных ошибок, которые состоят в отсутствии доверия к полученным результатам оценки ИТ-рисков со стороны руководства, недостаточной обоснованности расходов на снижение рисков, а также в сопротивлении внедрению мер снижения рисков в бизнес-подразделениях и технических службах.

При принятии решения об использовании пакетного (готового) решения в области управления рискам программных проектов следует учесть некоторые ограничения, а именно:

- возможна сложность интеграции с существующими приложениями в случае нестандартной базовой ИТ;
- возможны трудности с самостоятельным выбором подходящего поставщика и формированием объективных критериев;
- возможность избыточной функциональности и неудобство программного интерфейса;
- необходимость выполнения пользовательских настроек и проблемы локализации.

Выбор системы управления рисками

Процесс выбора поставщика, как правило, происходит в соответствии с основными этапами: обзор рынка, формирование требований к системе и подготовка информационного запроса поставщикам (при необходимости), рассылка информационного запроса и анализ ответов поставщиков программного обеспечения (ПО), выбор системы.

Критериями выбора системы будут выступать следующие категории требований:

- информация о поставщике и продукте;
- функциональные требования;
- технические требования;
- цены и условия.

Информация о поставщике и продукте содержит контактную информацию о поставщике, опыт работы и финансовые показатели. Также приведены масштабы деятельности, географический охват и направления деятельности компании поставщика, стратегические партнеры.

Функциональные требования содержат требования к функциональности системы управления рисками в сфере ИТ. Функциональные требования содержат также

описания возможности настройки данной функциональности в системе (например, возможность настраивать поля, формулы, оформление графиков, шаблонов отчетов и прочее).

Технические требования содержат критерии по техническим требованиям к аппаратному и программному обеспечению, описание конфигурации, необходимой для полнофункциональной работы информационной системы управления рисками.

Цены и условия содержат оценку стоимости покупки, внедрения и поддержки системы управления рисками с учетом приведенного примера количества пользователей.

При выборе систем следует учитывать широту охвата основных процессов управления рисками: идентификации рисков, оценке (качественной и количественной), выборе методов реагирования, мониторинге и контроле противорисковых мероприятий.

Следует обратить особое внимание на функциональность обновления величин рисков, мониторинга эффективности используемых способов управления и способов управления остаточными рисками (например, перерасчет максимально допустимых величин рисков; процесс реагирования на инциденты и пр.), качества процесса реагирования на риски. В качестве достоинства инструмент оценки ИТ-рисков программных проектов может позволять отследить связи между выявленными рисками и причинами, которые ведут к ним [2].

Обзор систем управления рисками в области программных проектов и ИТ

В качестве примера систем управления рисками в области программных проектов и ИТ хотелось бы более детально остановиться на нескольких наиболее актуальных, по мнению автора, системах.

1. «Офис Управления Проектами – РМО»

Система предназначена для использования в компаниях и департаментах, которые ведут проекты в сфере информационных технологий — разработку программного обеспечения, установку и наладку аппаратного обеспечения и сетей, внедрение и сопровождение систем.

РМО позволяет значительно ускорить выполнение ИТ-проектов за счет использования технологии быстрого пути, когда очередная фаза проекта начинается до срока сдачи предыдущей, если уровень риска является приемлемым. Гибкая настраиваемая система уведомлений избавляет руководителей от рутины ежедневного просмотра статуса рисков. Система сообщает о приближающихся сроках сдачи работ, об отклонениях от графика, о возникших проблемах внутри групп исполнителей.

2. IBM Rational Portfolio Manager

Система полностью поддерживает методологию COBIT® [3, 4] и предоставляет инфраструктуру для введения элементов управления, которые помогут обеспечить соответствие законодательным нормативам, таким как закон Сарбейнса-Оксли и соглашение Basel II, и устранить разрыв между потребностями управления, техническими проблемами, бизнес-рисками и требованиями показателей производительности и реализацией инструментов финансового контроля.

По данным компании IBM — Portfolio Manager осуществляет поддержку процессов идентификации и контроля рисков, позволяет выявить и уменьшить самые высокие воздействия рисков путем задания пользовательского триггера, который уведомит вас о возникновении риска. Можно предоставить показатели, которые покажут, например, насколько хорошо выполняется снижение риска, периодически фиксируя количество событий триггера, интенсивность событий триггера, сколько времени потребовалось на разрешение события и какой уровень эскалации потребовался.

3. OCTAVE-S на основе методологии информационной безопасности Octave (Operationally Critical Threat, Asset and Vulnerability Evaluation)

Система предусматривает высокую степень гибкости, достигаемую путем выбора критериев, которые предприятие может использовать при адаптации под собственные нужды и позволяет поддерживать следующие процессы управления рисками:

- идентификация критичных информационных активов;
- идентификация угроз для критичных информационных активов;
- определение уязвимостей, ассоциированных с критичными информационными активами;
- оценка рисков, связанных с критичными информационными активами.

4. Risk Watch, RiskWatch, Inc

Программное обеспечение специализируется на анализе и контроле информационных рисков и является мощным средством анализа и управления рисками. В семейство RiskWatch входят программные продукты для проведения различных видов аудита безопасности.

В качестве критериев для оценки и управления рисками используются «предсказание годовых потерь» (Annual Loss Expectancy – ALE) и оценка «возврата от инвестиций» (Return on Investment – ROI). В части оценки рисков система позволяет устанавливать связи между ресурсами, потерями, угрозами и уязвимостями, рассчитывать математические ожидания потерь с учетом частоты возникновения угрозы риска и стоимость ресурса, который подвергается риску.

5. CRAMM на основе методологии управления рисками CRAMM (CCTA Risk Analysis and Management Method) [1]

Система CRAMM предполагает использование технологий оценки угроз и уязвимостей по косвенным факторам с возможностью проверки результатов. В нее заложен механизм моделирования информационных систем с позиции безопасности с помощью обширной базы данных по контрмерам. CRAMM нацелен на детальную оценку рисков и эффективности предполагаемых к использованию комбинаций методов управления рисками.

Помимо анализа рисков CRAMM позволяет решать ряд параллельных задач, включая:

- проведение обследования используемой / внедряемой ИТ и выпуск сопроводительной документации на всех этапах его проведения;
- проведение аудита на основе стандарта безопасности информации BS 7799:1995 (Code of Practice for Information Security Management)
- разработку политики безопасности и плана обеспечения непрерывности бизнеса.

6. КОНДОР+

Программный продукт позволяет менеджерам ИТ-проектов проверить политику информационной безопасности компании на соответствие требованиям ISO 17799. КОНДОР+ включает в себя более 200 вопросов, ответив на которые специалист получает подробный отчет о состоянии существующей политики безопасности, а также модуль оценки уровня рисков соответствия требованиям ISO 17799.

В отчете отражаются все положения политики безопасности, которые соответствуют и не соответствуют стандарту, а также существующий уровень риска невыполнения требований политики безопасности в соответствии со стандартом. Элементам, которые не выполняются, даются комментарии и рекомендации экспертов. По желанию специалиста, работающего с программой, могут быть выбраны

генерация отчета, например, по какому-то одному или нескольким разделам стандарта ISO 17799, общий подробный отчет с комментариями, общий отчет о состоянии политики безопасности без комментариев для представления руководству. Все варианты отчетов для большей наглядности сопровождаются диаграммами.

Помимо перечисленных систем на российском рынке также присутствуют такие многофункциональные системы в области управления рисками, как: @Risk Professional for Project, Dekker TRAKKER, Enterprise project, ER Project 1000, Intelligent Planner, Mesa/Vista Risk Manager, Risk Track, Open Plan. Эти программные продукты специализируются больше на проектных рисках и затрагивают аспекты информационной безопасности в наименьшей степени.

7. *RISK Management*, приложение в составе CEISOQ (Modeling Software Complex for Evaluation of Information Systems Operation Quality)

Приложение RISK Management поддерживает задачи, решаемые с применением математических методов и моделей в жизненном цикле системы согласно стандартам ISO/IEC, в том числе в процессе разработки проекта и системы, при проведении контроля, аудита и сертификации.

RISK Management помогает менеджеру в определении событий, которые отрицательно влияют на систему, классификации рисков, определении методов формализованной оценки рисков в терминах и показателях качества, затрат, сроков или технических характеристик [7].

Рассмотрим сравнительные характеристики специализированных систем в области управления рисками для реализации программных проектов, которые представлены в таблице 1:

**Сравнительный анализ систем по управлению рисками
в области программных проектов**

Критерии \ Система	IBM Rational Portfolio Manager	OCTAVE-S	Risk Watch	CRAMM	КОНДОП+	Risk Management (CEISOQ)
Учитывает специфику программных проектов	X	X	X	X	X	X
Поддерживает методологию управления рисками	X	X		X		
Идентификация (классификаторы) риска	X			X	X	X
Количественная оценка на основе моделирования	X	X		X		X
Возможности моделирования реагирования на риск			X	X		X
Гибкие настраиваемые отчеты		X		X	X	X
Поддержка информационной безопасности	X	X	X		X	X
Поддержка русского языка в системе	X				X	

Так, к наиболее привлекательным системам можно отнести IBM Rational Portfolio Manager, CRAMM и Risk Management (CEISOQ).

Заключение

Использование информационных технологий является сегодня обязательным условием для эффективного управления промышленным предприятием и повышения его конкурентоспособности. Переход на другой качественный уровень работы с информацией и автоматизация деятельности с помощью внедрения программных проектов представляют собой достаточно трудоемкий и болезненный процесс, сопровождающийся множеством рисков и непредвиденных ситуаций.

До принятия решения о внедрении той или иной системы управления ИТ-рисками программных проектов следует убедиться, что она достаточно полно учитывает бизнес-потребности компании, ее масштабы, а также соответствует лучшим мировым практикам и имеет достаточно подробное описание процессов и требуемых действий.

Качественная система управления рисками позволит менеджеру программного проекта принимать более обоснованные управленческие решения на основе количественных данных и обеспечить лучшее взаимодействие команды проекта.

ЛИТЕРАТУРА

1. A practical guide to the use of CRAMM, 2003.
2. Guide for developing security plans for information technology systems. – NIST Special Publication, 800-18, 2000.
3. Standards for Information Systems Auditing. – ISACA Standards, 2000
4. CobiT: Control Objectives. – ISACA, 3rd Edition, 2000
5. Guide for developing security plans for information technology systems. – NIST Special Publication, 800-18, 2000.
6. <http://www.cert.org> – Координационный центр CERT Университета Карнеги-Меллон: бюллетени по вопросам сетевой безопасности, рекомендации.
7. Костокрызов А.И. 100 Математических моделей для эффективного управления качеством вооружения и военной техники (ВВТ) в контексте требований системообразующих стандартов // Бюллетень «Менеджмент. Вооружение. Качество», Специальный выпуск, 2005, с.

В статье также использовались материалы с сайтов компаний производителей ПО:

www.ibm.com
www.cert.org/octave
www.a2nta.ru
www.riskwatch.org
www.cramm.com
www.sec4all.net

**Пещеров Г.И.,
Пещеров В.Г.**

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМЫ СОДЕРЖАНИЯ И РЕФОРМИРОВАНИЯ СИЛОВЫХ СТРУКТУР В СЕГОДНЯШНИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ В РОССИИ

Аннотация

Статья посвящена анализу процесса содержания и реформирования силовых государственных структур в сегодняшних экономических условиях в стране.

Abstract

In this article the authors analyse the state problems of modern Russia and suggest the directions of their solution by investigating the methodological aspects of the normative and Russia state system.

Произошедшие экономические и социально-политические изменения в последние годы в стране и в мире в целом произвели перестройку не только в характерах и действиях людей, но также и в психологическом осмыслении происходящего с точки зрения рациональных оценок их экономических последствий. Не случайно в настоящее время любая деятельность конкретной личности или организации оценивается с точки зрения экономической эффективности. Анализируя состояние российской экономики и оценивая перспективы ее развития целесообразно придерживаться минимизации издержек как на выпуск промышленной продукции и воспроизводство основных средств производства, так и на содержание государственных структур. Особую озабоченность в настоящее время составляет проблема снижения непроизводственных издержек, например, сокращение тех структур, которые не являются производителями продукции, а составляют элемент обеспечивающих структур. Одним из таких являются силовые структуры, куда входят Вооруженные силы РФ, Министерство внутренних дел РФ, МЧС РФ и др. Возникает парадокс. С одной стороны, мы должны обеспечить безопасность и поддерживать внутренний порядок в стране, с другой стороны, необходимо снизить непроизводственные расходы, напрямую не приносящие доход государству.

По результатам исследований представляется целесообразным унификация системы обеспечения безопасности и поддержания порядка в стране. Каким образом?

В настоящее время ярко проявляется тенденция профессионализма силовых структур, тем самым гражданское общество теряет свою способность самостоятельного сосуществования и абстрагируется, как слабое звено общества, требующее постоянного контроля и обеспечения. А если посмотреть на эту проблему с другой точки зрения? К примеру, по законам природы, каждый биологический организм, по большому счету, должен выживать самостоятельно. Так почему же мы в человеческом обществе игнорируем эти законы? Может быть, целесообразно создавать такие условия в обществе, чтобы каждый человек мог выживать самостоятельно и тогда коллективное обеспечение безопасности и защиты будет и эффективным и экономичным. Исходя из этого, представляется целесообразным готовить каждого члена общества морально и физически постоять за себя и за то общество, где он живет. Каким образом?

Прежде всего, воспитание гражданина — патриота своего Отечества, создав ему условия для самосовершенствования и становления полноценным членом об-

щества. А это физическая и начальная военная подготовка с детских лет и обязательная военная служба для лиц мужского пола. Многие могут возразить, что это уже было. Было, да, но не совсем так. Необходимо военную службу организовать в специализированных учебных центрах силовых структур, где каждый получает соответствующую специальность в течение 6 месяцев и затем уходит в запас. Только после этого, наиболее подготовленных, можно будет привлечь в добровольном порядке на контрактную службу в силовые структуры. Это позволит, с одной стороны, обеспечить подготовку общества к самозащите, с другой, мы обеспечим более высокий профессиональный уровень наших силовых структур.

С точки зрения проблем наших силовых структур в настоящее время:

это, прежде всего, избавление от дедовщины, поскольку в течение 6 месяцев юноши будут проходить подготовку в составе одного призыва;

уровень получаемой военной подготовки будет значительно выше, поскольку военная служба будет проходить в учебных центрах силовых структур, где подготовленный преподавательский состав и достаточно совершенная учебно-материальная база, позволяющая готовить специалиста по выбранному направлению;

к тому же шестимесячная военная служба не обременительна для любого гражданина, студент он или рабочий и эту службу он может проходить в удобное для него время.

А если проанализировать экономический аспект перечисленных мероприятий? Ведь расходы государства, не малые даже при годичной военной службе, при этом затрачивая средства государства, эти молодые люди отрываются от производства продукции, которую они могли бы произвести за целый год. Ежегодно в силовые структуры призываются более 100 тыс. человек, которых нужно одевать, обувать, кормить и содержать в течение целого года. Да к тому же, многие получают морально-психологические и физические травмы от своих же сослуживцев.

Таким образом, экономическая оценка должна оценить успешность проводимых мероприятий и достижения такого уровня, обеспечивающего выполнение государственных задач с минимальными экономическими затратами.

На практике рассматриваемую задачу в достаточно простых случаях принятия решений, когда удастся ограничиться единственным критерием оптимальности, можно сформулировать следующим образом: распределить имеющиеся в распоряжении у государства ресурсы (финансовые, материальные, трудовые) таким образом, чтобы обеспечить максимальное значение выбранного показателя экономической эффективности:

$$\Theta = W(S_{\text{выд.}}, t, M, \Theta, T) \rightarrow \max,$$

где: Θ – экономический показатель эффективности обеспечения безопасности государства;

$S_{\text{выд.}}$ – выделяемые ассигнования государства;

t – временные сроки (период) проводимых мероприятий;

M – располагаемые ресурсы государства;

Θ – энергетические ресурсы;

T – располагаемые трудовые ресурсы.

Однако на самом деле экономическая оценка должна охватить всю систему и учесть не только экономические расходы, но и ощутимую пользу для общества. Показатель экономической эффективности, который в данном случае может выступать и критерием эффективности принимаемых решений в данной области исследований, может иметь различный вид в зависимости от уровня и объекта исследова-

ний. Исходя из наших предыдущих исследований, эффективность будет состоять из суммарных (Σ) эффективностей различных компонентов этой системы.

Предложенный метод оценки рациональных решений в области экономического обоснования проводимых государственных мероприятий, а также выбранные для анализа показатели эффективности вполне позволяют проводить практические исследования экономического обоснования предложенных рекомендаций.

Показатель итоговой экономической эффективности определяется по формуле

$$\mathcal{E}_{смп} = \frac{\Delta \mathcal{E}^p}{C_m} ,$$

где: $\Delta \mathcal{E}$ – приращение результата действий за счет внедрения предлагаемых рекомендаций;

C_p – стоимость единичного результата;

$C_{мр}$ – стоимость мероприятий за счет внедрения предлагаемых рекомендаций.

Не нужно прибегать к сложным математическим расчетам, чтобы понять, что намного экономичнее за 6 месяцев подготовить гражданина, способного не только постоять за себя, но и готового защищать общество, где он живет, и уже подготовленного специалиста по его желанию привлекать для работы в силовых структурах, продолжать старую порочную практику содержания людей в невыносимых условиях отжившей системы государственной службы.

В итоге можно получить достаточно хорошие результаты, как с экономической точки зрения, так и с точки зрения безопасности государства:

снизить расходы на продолжительное содержание многочисленного контингента силовых структур в стране;

обеспечить всеобщую военную подготовку лиц мужского пола, позволяющую формировать общий резерв силовых структур в запасе;

повысить профессиональный уровень силовых структур, при этом возможно снизив их численный состав.

Все это в целом даст возможность создать общество, способное обеспечить защиту и безопасность извне и внутренний порядок в государстве в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Атаманчук Г.В. Теория государственного управления. М., 1997.
2. Василенко И. Новые подходы к разработке государственных программ: рекомендации экспертов ООН//ПтиПУ. 2003. № 6.
3. Государственная служба Российской Федерации: первые шаги и перспективы. М., 1997.
4. Макова А.Н. Государственное управление в России. М.: ЮНИТИ, 2002.
5. Интернет: Реальные шаги в реформировании экономической основы России.

ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И ИНИЦИАТИВ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПРОМЫШЛЕННОГО ТИПА

Аннотация

В статье рассматривается опыт ведущих предпринимательских организаций промышленного типа (Toyota, Apple, Procter & Gamble и Pepsi) при решении современных проблем современной динамики развития рынка для поддержания статуса инновационной организации. Использование системы сбалансированных показателей как целостного подхода в данной области.

Abstract

This article is about experience of leader industrial production companies (Toyota, Apple, Procter & Gamble and Pepsi) to solve modern problems of developing of market for supporting status of Innovation Company. And about using Balanced Score Cards as holistic method in this trend.

В XX веке процесс эволюции предпринимательских организаций претерпел определенные изменения. Ранее господствовала ситуация, в соответствии с которой темпы изменения внешней среды деятельности не отличались существенным образом от скорости подстройки, адаптации внутренних процессов и элементов предпринимательских организаций. Уровень неопределенности внешней среды в основном ограничивался состоянием, когда существовал набор событий с поддающейся определению вероятностью осуществления.

В таких условиях предпринимательские организации достаточно легко справлялись с изменениями внешней среды, используя прошлый опыт и отработанные модели поведения. Эти модели достаточно точно учитывали возможное будущее состояние внешней среды. Процесс адаптации предпринимательских организаций к изменениям внешней среды не представлял теоретических проблем.

Однако вскоре проблема адаптации предпринимательских организаций к изменениям внешней среды приобрела новые черты – существенное увеличение уровня изменчивости и влияния неопределенности. Например, особенностями современной динамики рынков товаров является короткий жизненный цикл продукта; продажа товара сравнительно небольшими партиями; постоянное сокращение времени на выполнение заказа; малопредсказуемые сдвиги спроса с одного продукта на другой; высокая оценка потребителями параметров качества продукции; стремительная глобализация и перенасыщение рынка товарами, когда предложение потребительской ценности должно быть настолько привлекательным для покупателей и так отличаться от уже имеющихся на рынке, чтобы дать продавцу конкурентное преимущество.

В таких условиях для обеспечения устойчивого прибыльного роста необходимо искать новые методы и способы управления организацией. Помимо приобретений и географической экспансии ключевым фактором такого роста является способность организации к новаторству – созданию новой ценности с использованием передовых средств и способов разработки и внедрения инновационных продуктов и услуг, бизнес-моделей или процессов. Таким образом, инновации – то решающий фактор стабильного успеха на современном глобальном рынке, где властвует жест-

кая конкуренция.

Это относится в первую очередь для предпринимательских организаций промышленного типа, которые занимаются разработкой и выпуском продукции потребления.

Рассмотрим такие предпринимательские организации промышленного типа, как Toyota, Apple, Procter & Gamble и Pepsi. Все они представляют собой примеры эффективного использования глубокого знания рынка и современных технологий для создания потока инновационных предложений, обеспечивающих высокий уровень удовлетворенности потребителей и ведущее положение на рынке (табл. 1).

Таблица 1

**Премия (надбавка к цене) за инновации в сравнении
с результатами основных конкурентов за последние 5 лет**

Toyota +150%	GM -35%
Apple +700%	Dell -10%
Procter & Gamble +65	Colgate-Palmolive +15%
Pepsi +30	Coke +5%

Источник: Yahoo Finance; доходность, рассчитанная по курсу акций на 22 января 2007 г.

Каждая из этих организаций обошла своих соперников во многом благодаря тому, что выставила и осуществила целостную стратегию, связывающую внутренние подразделения и внешних партнеров, взаимодействующих в процессе реализации новой концептуальной идеи, а затем последовательно использовала ее для обеспечения потока успешных инвестиций. Являясь инновационными лидерами, они привлекают и удерживают важнейших клиентов, первыми оценивавших организацию, самых желательных партнеров, а также лучших работников.

По данным различных опросов, 80-90% руководителей считают инновации исключительно важными, но только 20-30% уверены в том, что им удастся успешно их осуществить и добиться намеченных целей. На практике оказывается достаточно трудно внедрить стратегию инноваций. По моему мнению, это может быть связано с несколькими причинами.

Во-первых, нередко в организациях отсутствует ясное определение понятия «инновация», нет соответствия между четко сформулированными факторами успеха. Кроме того, очень непросто оценить инновационные показатели. Многие опережающие индикаторы и параметры часто приводят к непредусмотренным и нежелательным последствиям. Так, показатель «процент дохода от новых продуктов» часто способствует «каннибализации» существующих. Необходимо управлять равновесием между потребностями в ресурсах и их распределением среди многочисленных организационных структур; учитывать имеющиеся возможности и временные горизонты. Самые многообещающие идеи могут «затеряться» в организационных и управленческих хитросплетениях и сложностях. И, наконец, инновации неизменно требуют межфункционального взаимодействия и общего управления на уровне организации, при этом обязательна подотчетность всей команды и каждого отдельного работника.

Несмотря на обилие литературы на данную тему, в большинстве своем она касается теоретических рассуждений об инновациях и управлении ими, но практических указаний и рекомендаций не содержит. Даже традиционные подходы к управлению инновациями, основанные на системе сбалансированных показателей

(ССП), показали свою недостаточность. Инновации часто рассматриваются как направление внутренней составляющей, и они практически никогда не бывают связаны с дифференцированным предложением ценности в клиентской составляющей. Таким образом, ССП нередко подкрепляет, хотя только в определенной степени, общее мнение о том, что инновации — это вид исключительно внутренней деятельности. При этом абсолютно игнорируется возрастающая важность роли партнеров и поставщиков — «расширенное предприятие» и что организация не может сделать своим клиентам предложение, существенно отличающееся от уже имеющихся на рынке у конкурентов.

В поисках самого правильного подхода обратимся к историям успешных предпринимательских организаций, представленных в табл. 1. Каждая из них управляет инновациями *холистически*, используя систематический единый подход в рамках всего расширенного предприятия и включая его в любой вид деятельности, затрагивающей взаимодействие с клиентами, партнерами и поставщиками. Целостный подход — именно ради него и придумана сбалансированная система показателей. Ее задача — помочь предпринимательской организации промышленного типа связать результаты (финансовый успех и одобрение потребителей) с движущими силами (внутренние процессы и обучение и развитие персонала). Итак, если организация искренне стремится создать ценность за счет инноваций, она должна принять более широкий и интегрированный подход к ним. Начинать следует с чистого листа, фактически с шаблона стратегической карты. Необходимо определить и описать стратегию инноваций, используя четкие измеряемые факторы и показатели, которые свяжут проект и его реализацию.

При огромном успехе сбалансированной системы показателей в качестве модели перевода стратегии на уровень операционной деятельности неуклонно растет интерес организаций к ССП как инструменту реализации стратегии инноваций. Это отличный способ установить взаимосвязи между многочисленными и часто разрозненными видами деятельности, которые свойственны предпринимательским организациям промышленного типа и которые обеспечивают успех инноваций, и одновременно предоставить руководителям механизм целостного управления ими. ССП дает способ обосновать корпоративную стратегию инноваций, оценить, насколько заложенные в ней допущения соответствуют реальности, а в случае несоответствия понять, где в запутанной паутине процессов и людей следует провести корректировки.

В целом четыре составляющие традиционной сбалансированной системы показателей применимы к интегрированной стратегии инноваций. Однако ССП инновации имеет более узкую цель, причем наибольшее различие мы находим в составляющей внутренних бизнес-процессов.

1. Финансовая составляющая. Для предпринимательских организаций промышленного типа, которые во главу угла ставят инновации, связанные с сокращением издержек или повышением эффективности, можно применить аналогичную методологию сегментации и оценки источников, а затем привязать их к конкретным инициативам составляющей внутренних процессов. И, наконец, поскольку основной задачей стратегий инноваций является создание продуктов и услуг, обладающих высокой ценностью в будущем, при разработке финансовой составляющей следует предусматривать связанные с ней риски. Как один из критериев оценки стратегических инициатив рискованность инновации должна стать фактором, который учитывают при принятии решения по ее финансированию.

2. Клиентская составляющая. Успешное предложение потребительной цен-

ности привлекательно и существенно. Кроме того, предложение ценности должно быть дифференцированным и управляемым, иными словами, организация должна иметь возможность использовать различные его характеристики в других продуктах и бизнес-моделях, чтобы увеличить прибыли и обеспечить устойчивое конкурентное преимущество.

«Стратегическая последовательность» — концепция, предложенная Кимом и Моборн и описанная ими в книге «Стратегия голубого океана» («Blue Ocean Strategy») — часто используется как эффективное средство для создания карты клиентской составляющей. Строятся кривые ценности своей организации и конкурентов в системе координат: «факторы конкурентоспособности — качественный уровень предложения» (высокий, средний, нижний). В результате получается картина таких ключевых факторов конкурентоспособности, как цена, качество обслуживания и скорость (любой характеристики, дифференцирующей продукт), по которой легко определить, во что стоит инвестировать, а во что нет. Кроме того, так подтверждаются самые стратегически важные цели клиентской составляющей — те, которые необходимо оценивать.

Задачей данного упражнения является обоснование предложения потребительной ценности и точек стратегической дифференциации, которые самым эффективным образом обеспечивают конкурентное преимущество. Эта информация очень полезна для принятия решений в будущем — по всем звеньям инновационной цепочки.

3. Составляющая внутренних бизнес-процессов. По опыту работы сотен организаций по составлению стратегии инноваций обрели значимость три новых элемента, представляющих исключительную важность для эффективной реализации стратегии инноваций. Это три направления составляющей внутренних бизнес-процессов. Их непосредственная связь с клиентской составляющей базируется на основополагающем процессе сбора информации и генерировании идей. Для того чтобы этот процесс был результативным, организация должна создать внешнюю сеть с клиентами и поставщиками, что поможет формировать новые рыночные перспективы.

Направление «Платформы роста и инноваций». Концепция «платформы» впервые появилась в автомобильной отрасли, когда стало ясно, что использование стандартного шасси для всех видов автомашин позволит значительно снизить затраты на разработку и ввести совместимость частей и систем разных моделей. Сегодня эта концепция широко используется во многих отраслях в буквальном и фигуральном смыслах. Поскольку умение разрабатывать новые платформы является решающим элементом инновационного роста, организации промышленного типа нуждаются в создании специального направления в ССП, обеспечивающего стратегическую ориентацию на поиск новых возможностей и рынков. Это направление помогает выявлять новые потребности рынка, которые организация сможет удовлетворить с помощью дифференцированных активов, возможностей и компетенций. В Apple, например, перспективные возможности представляет совмещение нового МРЗ-плеера «iPod» с интернет-магазином «iTunes», поскольку подобные комбинации входят в портфель инновационных продуктов. Для производителей бумаги платформой может быть утилизированная макулатура, поскольку любой продукт — от бумажных полотенец до копировальной бумаги — может быть представлен в переработанном виде, а это целиком обновляет портфель.

Направление «Портфель/система». Это направление охватывает процессы и решения по всей системе инноваций — от создания идеи до разработки и вывода

продукта на рынок. Его базовые показатели определяют сроки, поток денежных средств, а также размещение ресурсов — основные аспекты, демонстрирующие, как организация тратит деньги, выделенные на инновации. Поскольку эти аспекты предполагают использование сложных процессов и видов деятельности, которые нуждаются как во внутренней координации, так и в согласовании с внешними партнерами, данное направление помогает предпринимательским организациям промышленного типа обеспечить интегрированное управление всей системой процесса инноваций в отличие от традиционного менеджмента отдельных проектов, основывающегося на соблюдении сроков и бюджета. Кроме того, с его помощью организация может улучшить качество и увеличить число новых идей, а также приоритезировать проекты. Таким образом, предпринимательские организации будут более охотно принимать решения об инвестировании в любые инновационные проекты — от «хитов» до долгосрочных поэтапных программ, связанных с разработкой и развитием новых проектов; от ключевых инновационных платформ до совершенно новых предприятий. Помимо этого, они смогут лучше управлять и синхронизировать решения, обеспечивающие своевременность выхода на рынок и получения прибыли, балансируя между рисками и возможностями. Более эффективное управление способствует получению максимальной доходности инвестиций при сохранении равновесия между краткосрочными, среднесрочными и долгосрочными результатами, с одной стороны, и специфическим профилем «риск/доходность» — с другой.

Это направление также представляет один из самых эффективных показателей перспектив роста организации в будущем, поскольку полный портфель продуктов во всей системе можно выразить как «чистую приведенную стоимость системы» на анализируемый период деятельности.

Направление «Сторонние ресурсы и партнерство». Все чаще успешные инновационные предпринимательские организации создают сети партнеров как в глобальном масштабе, так и в рамках стоимостной цепочки. В самом деле, создание новой ценности во многом зависит от стратегий привлечения сторонних ресурсов и партнерства. В Procter & Gamble, одном из самых успешных новаторов на сегодняшний день, более 35% новых продуктов и 45% инициатив по разработке и развитию новых продуктов содержат компоненты или идеи, поступившие извне.

Стратегии, нацеленные на сторонние ресурсы и партнерство, позволяют организации продвинуть продукт на рынок быстрее, чем это делают конкуренты. В то же время они помогают высвободить ресурсы в рамках организации, расширенного предприятия и всей стоимостной цепочки.

4. Составляющая обучения и развития. Составляющая обучения и развития определяет компетенции, а также человеческое и организационное поведение, необходимые для реализации стратегии инноваций. Поскольку процессы, ассоциируемые с инновациями, не сгруппированы по подразделениям, а чаще охватывают все предприятие и даже распространяются на внешних партнеров, требования к человеческому капиталу с точки зрения новаторских инициатив должны быть четко и полно сформулированы для всех многочисленных организационных структур, вовлеченных в них.

Помимо описания и оценки традиционных умений и качеств, играющих решающую роль в успехе проекта, — предприимчивости и энергичности, аналитического и интуитивного мышления, увлеченности и креативности, готовности идти на разумный риск — составляющая обучения и развития также формулирует более сложные и менее очевидные свойства, поддерживающие такие аспекты инноваци-

онной деятельности, как единство и сотрудничество. Например, в привлечении потребителей и создании новых рыночных идей участвует множество людей из различных подразделений со специфическими наборами умений, скажем, способностью выявлять перспективных клиентов и проводить исследования потребителей, сразу принявших данный бренд; составлять профиль поведенческих и покупательских навыков в каждом сегменте рынка. Умение сотрудничать в разнородной многофункциональной команде также приобретает жизненно важное значение. Для того чтобы развивать и воспитывать подобные поведенческие навыки, такие лидеры инноваций, как GE, Bank of America и 3M внесли эти требования в программы по найму персонала, мероприятия отдела человеческих ресурсов и системы вознаграждения и поощрения работников.

Составляющая обучения и развития не просто определяет корпоративные потребности — она помогает сформулировать то, что организация должна предоставить перспективным сотрудникам для привлечения, сохранения и мотивации самых лучших и талантливых. Точно так же данная составляющая не только помогает грамотно выбрать внешних партнеров, скажем, тех, кто может ускорить выход продукта на рынок, или тех, чей мощный бренд и благоприятные лицензионные условия обеспечивают преимущественный доступ к рынку, но и способствует наиболее выгодному позиционированию предпринимательской организации как наилучшего места воплощения в жизнь идей ее компаньонов.

И, наконец, поскольку инновации — это не разрозненные одиночные процессы, а скорее сложная система процессов, которые требуют управления в рамках всех подразделений, необходим специальный навык в «лидерстве инноваций». Как правило, проблемы в инновациях возникают на «нейтральных территориях», например при переходе от исследований к разработке или от разработки и развития продукта к производству и т.д. Следовательно, лидеры должны обладать умением укреплять сотрудничество и согласовывать действия всех подразделений организации. Лучшие предпринимательские организации создают команды с межфункциональной подотчетностью и разрабатывают соответствующие показатели для оценки их результатов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ансофф И.Х. Стратегическое управление. — М.: Экономика, 1989.
2. Масленникова Н.П., Желтенков А.В. Менеджмент в инновационной сфере: Учеб. пособие. — М.: ИД ФБК — ПРЕСС, 2005.
3. Хервиг Р. Фридаг, Вальтер Шмидт. Сбалансированная система показателей: руководство по внедрению. — 2-е изд., стер. — М.: Омега-Л, 2007.
4. Шаститко А.Е. Экономическая теория институтов, — М.: ТЕИС, 1997.
5. У. Чан Ким, Рене Моборн. Стратегия голубого океана. Hippo, 2005. См. также: W. Chan Kim, Renee Mauborgne. Charting Your Company's Future // Harvard Business Review, 2002, June.
6. Larry Huston, Nabil Sakkab. Connect and Develop: Inside Procter & Gamble's New Model for Innovation // Harvard Business Review, 2006, March.

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ I. СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Гущин Д.В. ТРАНСФОРМАЦИЯ СОБСТВЕННОСТИ В КИТАЕ В КОНЦЕ XX ВЕКА.....	3
Давыдова Е.А. МОДЕРНИЗАЦИЯ РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К РЫНКУ.....	7
Михеева М.М. КАТЕГОРИЯ «БЛАГОСОСТОЯНИЕ» В ТЕОРИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЫБОРА.....	17
Жураховская М.С. МОДЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ В ЗАПАДНЫХ СТРАНАХ: ОПЫТ ДЛЯ РОССИИ.....	24

РАЗДЕЛ II. ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

Волков М.М. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ ОРГАНИЗАЦИЙ ПРОМЫШЛЕННОГО ТИПА.....	31
Давронов Б.Б. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ ФОТОУСЛУГ.....	38
Иконникова И.В., ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА.....	45
Песоцкая Е.Ю. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИТ-РИСКАМИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПРОМЫШЛЕННОГО ТИПА.....	52
Пещеров Г.И., Пещеров В.Г. АНАЛИЗ ПРОБЛЕМЫ СОДЕРЖАНИЯ И РЕФОРМИРОВАНИЯ СИЛОВЫХ СТРУКТУР В СЕГОДНЯШНИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ В РОССИИ.....	59
Федотов С.А. ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И ИНИЦИАТИВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПРОМЫШЛЕННОГО ТИПА.....	62

Для публикации научных работ в выпусках серий «Вестника МГОУ» принимаются статьи на русском языке. При этом публикуются научные материалы преимущественно докторантов, аспирантов, соискателей, преподавателей вузов, докторов и кандидатов наук.

Требования к оформлению статей

- документ MS Word (с расширением doc);
- файл в формате rtf;
- текстовый файл в DOS или Windows-кодировке (с расширением txt).

Файл должен содержать построчно:

на русском языке	НАЗВАНИЕ СТАТЬИ — прописными буквами Фамилия, имя, отчество (полностью) Полное наименование организации (в скобках — сокращенное), город (указывается, если не следует из названия организации) Аннотация (1 абзац до 400 символов) под заголовком Аннотация
на английском языке	НАЗВАНИЕ СТАТЬИ — прописными буквами Имя, фамилия (полностью) Полное наименование организации, город Аннотация (1 абзац до 400 символов) под заголовком Abstract
на русском языке	Объем статьи — от 15 000 до 40 000 символов, включая пробелы Список использованной литературы под заголовком Литература

Формат страницы — А4, книжная ориентация. Шрифт Arial, цвет шрифта черный, размер не менее 14 пунктов, межстрочный интервал — полуторный.

Форматирование текста:

- **запрещены** любые действия над текстом («красные строки», центрирование, отступы, переносы в словах и т.д.), **кроме** выделения слов полужирным, подчеркивания и использования маркированных и нумерованных (первого уровня) списков;
- **наличие рисунков, формул и таблиц** допускается только в тех случаях, если описать процесс в текстовой форме невозможно. В этом случае каждый объект не должен превышать указанные размеры страницы, а шрифт в нем — не менее 12 пунктов. Возможно использование только вертикальных таблиц и рисунков. Запрещены рисунки, имеющие залитые цветом области, все объекты должны быть черно-белыми без оттенков. **Все формулы** должны быть созданы с использованием компонента **Microsoft Equation** или в виде четких картинок;
- **запрещено уплотнение интервалов**;
- **при нарушении требований** объекты удаляются из статьи.

Абзацы должны быть отделены друг от друга пустой строкой (дополнительным «Enter»).

Обращаем особое внимание на *точность библиографического оформления* произведений печати в «Примечаниях» (литература в конце текста), на *выверенность статей* в компьютерных наборах и *полное соответствие* файла на дискете и бумажного варианта!

Редакционная коллегия оставляет за собой право на редактирование статей, хотя с точки зрения научного содержания авторский вариант сохраняется. Статьи, не соответствующие указанным требованиям, решением редакционной коллегии серии не публикуются и не возвращаются (почтовой пересылкой).

В случае принятия статьи условия публикации оговариваются с ответственным редактором.

Ответственный редактор серии «Экономика» — доктор экономических наук, профессор Желтенков Александр Владимирович.

Адрес редколлегии серии «Экономика» «Вестника МГОУ»: 105005, г. Москва, ул. Радио, д.10а, МГОУ, кафедра менеджмента. Телефон 223-31-75, доб. 1525. Электронный адрес: motia406@mail.ru

ВЕСТНИК
Московского государственного
областного университета

Серия
«Экономика»

№ 1

Подписано в печать: 05.02.2008.
Формат бумаги 60x86 /₈. Бумага офсетная. Гарнитура «NewtonC».
Уч.-изд. л. 5. Усл. п. л. 4,5. Тираж 500 экз. Заказ № 12.

Издательство МГОУ
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10а,
тел. 265-41-63, факс 265-41-62.