

МЕЖВУЗОВСКИЙ СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

**ЭКОНОМИКА
И СОЦИУМ:
современные модели развития**

ВЫПУСК 4

**Москва
Издательский Дом «Наука»
2012**

УДК 316.3:330.34
ББК 65.050+65.052+65.26+65.9(2Рос)
Э 40

Научно-редакционный совет:

Комков Николай Иванович, д.э.н., профессор, главный редактор
Акаев Аскар Акаевич, академик РАН (Кыргызстан)
Балабанов Владимир Семенович, д.э.н., профессор,
Заслуженный деятель науки РФ
Бондаренко Валентина Михайловна, к.э.н.
Дудин Михаил Николаевич, к.э.н., зам. главного редактора
Дудников Сергей Валентинович, д.э.н., профессор
Евдокимова Светлана Шамильевна, к.с.н., зам. главного редактора
Екатеринославский Юрий Юдкович, д.э.н., профессор (Канада)
Зильберштейн Олег Барунович, к.э.н.
Иващенко Наталия Павловна, д.э.н., профессор
Камилов Магомед-Камиль Баширович, д.э.н., профессор (Республика Дагестан)
Катульский Евгений Данилович, д.э.н., профессор
Кефели Игорь Федорович, д.ф.н., профессор
Конюховский Александр Александрович, к.э.н., с.н.с., научный редактор
Красниковский Владимир Ярославович, к.э.н., доцент
Лихачева Татьяна Львовна, к.с.н.
Лясников Николай Васильевич, д.э.н., зам. главного редактора
Сафин Фадбир Магусович, д.э.н., профессор
Секерин Владимир Дмитриевич, д.э.н., профессор
Смирнова Ольга Олеговна, к.э.н., доцент
Стрельцов Евгений Львович, д.ю.н., профессор (Украина)
Шеметов Валерий Васильевич, д.э.н., профессор (США)
Черемисина Евгения Наумовна, д.э.н., профессор
Яковлев Владимир Михайлович, д.э.н., профессор
Яхъяев Магомедсаид Алигоджиевич, д.э.н., профессор,
Заслуженный экономист Республики Дагестан

ISBN 978-5-9902332-9-4
ISBN 978-5-9902331-9-5

© Коллектив авторов, 2012
© ИД «Наука». Оформление, 2012

СОДЕРЖАНИЕ

Балабанов В. С., Дмитриева Е. В.

Инвестиционная программа промышленного предприятия
и пути ее формирования 5

Лясников Н. В., Дудин М. Н.

Компетентностный подход: от профессионального образования
к образованию цивилизованных предпринимателей 13

Конюховский А. А.

Образование как основной фактор поступательного
социально-экономического развития страны 19

Сафин Ф. М., Егорушкин П. А.

Социально ориентированный форсайт
как инновационный инструмент в модернизационных процессах
российских предпринимательских структурах 24

Седых Е. М.

Нефтяная промышленность России после первой мировой войны 31

Лапшов В. А.

Теоретические основы социологического исследования
инновационной культуры как фактора
социальной самоорганизации общества 59

Бурков С.

Венчурное финансирование и его роль в развитии
предприятий сферы электронно-информационных технологий 67

Галушкова О. А.

Совершенствование инновационного управления предприятием
на основе интегрированных маркетинговых коммуникаций 75

Гришин Д. Л.

Некоторые вопросы истории фармакологической индустрии
и лекарственного рынка 81

Зубков И. А.

Определение эффективности стратегического управления
в российских хоккейных клубах 89

Королев О. Б.

Развитие инновационного потенциала
предпринимательской структуры как фактора повышения
ее конкурентоспособности 102

Ланкин А. С.

Современные российские предприятия с динамической структурой
и их управленческие проблемы110

Лихачев А. В.

Менеджмент кадровой политики в контексте формирования
позитивной динамики предприятий малого бизнеса 116

Ляшенко М. А.

Современный рынок информационно-коммуникационных технологий
в поле мирового пространства 124

Талубоев М. О.

Система Форсайт как комплексный инструмент
стратегического управления инновационным развитием
в предпринимательских структурах 134

Уланова О. Н.

Обоснование организационно-экономических мероприятий
по созданию механизма взаимодействия малых и крупных предприятий
агропромышленного комплекса142

Успенская Н. Т.

Роль фондового рынка в формировании экономики России 149

Филина С. Ю.

Факторы, влияющие на развитие фондового рынка России 153

Хориков Ю. В.

Современная парадигма логистического подхода
к совершенствованию управления предпринимательскими структурами ...159

Хастиева Э. И.

Методические аспекты проведения анализа эффективности
взаимодействия государственных структур и малых предприятий
в системе АПК 166

В. С. Балабанов,

*доктор экономических наук, профессор,
ректор Российской академии предпринимательства*

Е. В. Дмитриева,

*кандидат экономических наук, доцент,
Российская академия предпринимательства*

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРОГРАММА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЕ ФОРМИРОВАНИЯ

THE INVESTMENT PROGRAM OF THE COMPANY AND ITS FORMATION

В настоящее время для большинства отечественных предприятий решение важных задач стратегического развития, таких как ликвидация технологического отставания и повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции, возможно только на основе разработки и реализации долгосрочных инвестиционных программ. Цель статьи – рассмотреть порядок разработки инвестиционных программ, связанных с развитием предприятия.

At present, the majority of domestic enterprises, important challenges of strategic development, such as the elimination of the technological gap and increasing the competitiveness of the products, is possible only through the development and implementation of long-term investment programs. Purpose of the article – to consider the order of development of investment programs related to the development of the enterprise.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная деятельность, инвестиционная программа, порядок разработки инвестиционной программы предприятия.

Key words: investment, investment, investment program, the procedure for developing the company's investment program.

Краткое оживление хозяйственной деятельности, финансовые обвалы, перманентное улучшение отдельных экономических показателей – все это наблюдалось в течение более десятилетнего периода затянувшегося кризиса в экономике России. Масштабная приватизация практически всей российской промышленности, с одновременным распадом союзного государства, привели к серьезным нарушениям сложившихся кооперативных связей между предприятиями.

В первые годы перестройки у большинства отечественных предприятий не появилось эффективного собственника, способного вывести их из финансово-экономического кризиса. Экономический кризис деформи-

ровал финансовый кругооборот стоимости основных производственных фондов, их обновление и техническое перевооружение, критически снизил инвестиционную и инновационную деятельность предприятий, как результат – существенный износ основных фондов и технологического оборудования (до 70% парка физически и морально устарело).

Сегодня практически на каждом промышленном предприятии наблюдается отставание в освоении или отсутствие передовых технологий, большинство технологических процессов имеют большую энергозатратоемкость, что не позволяет получать экспортно-ориентированную, конкурентоспособную продукцию. Видимой причиной такого положения дел является низкая инвестиционная активность в реальном секторе российской экономики.

Сегодня по пути развития новейших современных технологий в промышленности, идут все передовые страны и выигрывают в конкурентной борьбе, прежде всего, за счет инноваций, за счет активного внедрения эффективных наукоемких технологий. Такое направление развития производства вызывает значительный интерес отечественных ученых, ведь современный этап развития мировой цивилизации характеризуется переходом к инновационной модели экономики, означающей не только стабилизацию, но и постоянное повышение технического и технологического уровня производства и приближение его к группе высокоразвитых стран мира, реализующих инновационную модель развития¹.

В качестве мотивов, активизирующих инновационную деятельность отечественных промышленных предприятий, выступают как внешние, так и внутренние факторы. В процессе инновационной деятельности предприятие может функционировать с наибольшей результативностью, лишь четко ориентируясь на определенный объект и руководствуясь учетом их воздействия, для чего фирмы используют анализ внешней и внутренней среды, оценивают изменения, происходящие или могущие произойти в планируемом периоде, выявляют факторы угрожающие или благоприятствующие их деятельности. Внешними факторами наиболее часто служат:

- необходимость приспособления предприятия к новым условиям хозяйствования;

¹ Мельникова И.Ю., Степанов И.Г. Модель формирования инвестиционной программы предприятия // Вестник Томского государственного университета. – 2008. – № 316. – С. 130–134.

- совершенствование и динамика рынков сбыта и потребительских предпочтений;
- активизация конкурентов;
- появление новых дешевых ресурсов, расширение рынка факторов производства.

Внутренними мотивами инновационной деятельности предприятий являются:

- стремление увеличить объем продаж;
- улучшение конкурентоспособности фирмы;
- максимизация прибыли в долгосрочном периоде.

Иными словами, объективная необходимость внедрения инноваций в деятельность предприятий обуславливает формирование соответствующей философии, ориентированной на определенные стандарты инновационного поведения, а именно, стремление быть первым, делать акцент на совершенство и качество продукта, предоставлять свободу действий творческим работникам и быть готовым к внутриорганизационным переменам.

Избежать полностью риска в инновационном развитии не возможно, поскольку инновации и риск – две взаимосвязанные категории, поэтому стратегические приоритеты инновационного развития должны быть ориентированы, прежде всего, на оптимизацию мобилизуемых ресурсов за счет привлечения капиталов. Для современного производства характерны постоянно растущая капиталоемкость и возрастание роли долгосрочных факторов, основным из которых являются инвестиции.

Инвестиционная деятельность и принимаемые решения оказывают комплексное воздействие на все стороны предпринимательской деятельности и социально-экономическую ситуацию. Изменение коренных принципов хозяйствования, произошедшие в России за последнее время, переход от централизованной системы управления к рыночной требует совершенствования экономических методов управления промышленным предприятием. На первый план выходит задача управления инвестиционной деятельностью, объективно ставшей самостоятельной, отличной от производственно-хозяйственной сферой деятельности промышленного предприятия. Ориентиром и мотивом инвестиционной деятельности, ее исходным принципом является целенаправленность, предполагающая разработку системы целей, включающей социальные, экологические,

экономические и другие цели. С ее помощью направляется и регулируется процесс инвестирования¹.

Необходимо подчеркнуть, что главная цель инвестиционной деятельности на современном этапе развития экономики России, видится в преодолении экономического кризиса, в создании высокоэффективной экономики, обеспечивающей улучшение качества жизни. Принцип целенаправленности в управлении инвестиционной деятельностью даже в общем виде оберегает разработчиков инвестиционных программ от множества ошибок и просчетов.

Достаточно широкое использование в современной экономической практике понятия «инвестиционная программа» объясняется тем, что они являются надежным инструментом, позволяющим эффективно оценивать и управлять инвестиционными проектами. Кроме того, основными посылами, определяющими необходимость разработки инвестиционных программ можно считать следующие:

- во-первых, эффективная работа и развитие предприятий реального сектора экономики возможны лишь при условии существенной активизации инвестиционной деятельности, значительном увеличении объема инвестиций;
- во-вторых, в период радикальных рыночных реформ ни отечественные, ни иностранные инвесторы не спешили вкладывать свои капиталы в российские предприятия как по причине неблагоприятного инвестиционного климата, так и по причине недостаточно убедительного обоснования представленных инвестиционных предложений.

Долгосрочные программы развития выступают обоснованием денежных потоков, определяющих инвестиционную привлекательность предприятия. Инвестиционные проекты предприятия целесообразно согласовывать между собой по объемам выделяемых ресурсов и срокам реализации исходя из критерия достижения максимального общего экономического эффекта².

¹ Бабич Т.В., Крюков С.Е. Инвестиционная программа как инструмент развития инновационного потенциала промышленного предприятия // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика. – 2008. – Т. 10. – № 8. – С. 169–177.

² Сюлина С.П. Аналитическое обоснование инвестиционных программ, связанных с развитием предприятия // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2009. – № 16. – С. 306–311.

Основными показателями эффективности инвестиционных проектов являются срок окупаемости (коммерческая эффективность) и отношение объема поступлений в бюджет к объему платежей из бюджета (бюджетная эффективность). Для дополнительной оценки эффективности инвестиций могут использоваться другие показатели и коэффициенты, определенные «Методическими рекомендациями по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования», утвержденными Госстроем России, Минэкономики России, Минфином России, Госкомпромом России от 31.03.1994 г. № 7-12-47¹.

При формировании инвестиционной программы на предприятии выполняются работы по следующим направлениям:

- определение исходных условий, целей, задач и требований, предъявляемых к инвестиционной программе, в соответствии с техническим заданием, по которому ведется разработка инвестиционной программы;
- анализ текущего технического состояния основных производственных фондов;
- формирование перечня необходимых технических мероприятий по результатам проведенного анализа состояния основных фондов с учетом заданных значений целевых индикаторов;
- определение необходимых финансовых потребностей для реализации мероприятий инвестиционной программы;
- разработка плана финансирования с распределением финансовых потребностей по источникам финансирования по годам и этапам реализации программы;
- оценка тарифных последствий, расчет необходимых тарифов и (или) надбавок к тарифам, обеспечивающих выполнение программы;
- оценка доступности инвестиционной программы для потребителей.

Инвестиционная программа должна состоять из описательной, и расчетной частей.

¹ Приказ Госстроя России, Минэкономики России, Минфина России, Госкомпрома России от 31.03.1994 г. № 7-12-47 «Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования».

В инвестиционную программу рекомендуется включать:

- цели и задачи инвестиционной программы;
- анализ существующего состояния систем коммунальной инфраструктуры
- план технических мероприятий, направленных на возведение производственных или имущественных элементов систем коммунальной инфраструктуры и (или) мероприятий, направленных на улучшение технических и экономических характеристик (мощность, производительность, надежность, долговечность, экономичность, ремонтно-пригодность, условия обслуживания и безопасности и иные характеристики) систем коммунальной инфраструктуры путем внесения частичных изменений и усовершенствований в их схемы и конструкции, а для сетей – изменение способа прокладки
- объем финансовых потребностей по реализации инвестиционной программы;
- план финансирования инвестиционной программы с указанием источников ее финансирования.

В качестве примера можно привести инвестиционную программу ОАО «МОЭК».

Инвестиционная деятельность ОАО «МОЭК» реализуется в рамках Инвестиционной программы, которая включает два раздела:

Раздел 1 – Инвестиционная программа по реконструкции и модернизации существующих объектов;

Раздел 2 – Инвестиционная программа перспективного развития ОАО «МОЭК» (технологического присоединения потребителей).

Раздел 1. Инвестиционная программа по реконструкции и модернизации существующих объектов ОАО «МОЭК»

В первый раздел инвестиционной программы ОАО «МОЭК» включены мероприятия по исполнению предписаний надзорных органов, повышению надежности и эффективности теплоснабжения, а также улучшению экологической ситуации в г. Москве.

Выполнение работ по реконструкции и модернизации теплового хозяйства в рамках первого раздела Инвестиционной программы ОАО «МОЭК» позволяет:

- сократить количество повреждений на тепловых сетях;
- уменьшить уровень потерь тепловой энергии на тепловых сетях;
- снизить износ существующих тепловых сетей;
- повысить надежность работы оборудования;
- улучшить экологическую ситуацию в г. Москве;
- повысить качество теплоснабжения потребителей.

Раздел 2. Инвестиционная программа перспективного развития ОАО «МОЭК» (технологического присоединения потребителей)

Программа перспективного развития (технологического присоединения потребителей) разработана на основе Адресной инвестиционной программы города Москвы на 2012–2014 гг., утвержденной Правительством Москвы.

В Программу перспективного развития ОАО «МОЭК» вошли следующие объекты:

- новые объекты, по которым ОАО «МОЭК» выдало технические условия, которые еще не реализованы;
- объекты, заявки на выдачу технических условий по которым находятся на рассмотрении в ОАО «МОЭК»;
- включенные в Адресную инвестиционную программу г. Москвы объекты (финансируемые за счет бюджета г. Москвы).

В рамках второго раздела Инвестиционной программы ОАО «МОЭК» предусмотрено выполнение следующих видов работ:

- строительство новых тепловых вводов, увеличение пропускной способности существующих или строительство новых распределительных и магистральных тепловых сетей;
- реконструкция существующих или строительство новых ЦТП (или ИТП);
- реконструкция существующих или строительство новых источников теплоснабжения в случае необходимости увеличения мощности.

При разработке инвестиционных программ в первую очередь выявляются все «узкие места», затем определяются мероприятия необходимые для их ликвидации, экономический и социальный эффект от их выполнения, этапы и сроки выполнения намеченных мероприятий, объем затрат на их выполнение и источники финансирования.

Библиографический список

1. Приказ Госстроя России, Минэкономики России, Минфина России, Госкомпрома России от 31.03.1994 г. № 7-12-47 «Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования».
2. Бабич Т.В., Крюков С.Е. Инвестиционная программа как инструмент развития инновационного потенциала промышленного предприятия // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика. – 2008. – Т. 10. – № 8. – С. 169–177.
3. Мельникова И.Ю., Степанов И.Г. Модель формирования инвестиционной программы предприятия // Вестник Томского государственного университета. – 2008. – № 316. – С. 130–134.
4. Сюлина С.П. Аналитическое обоснование инвестиционных программ, связанных с развитием предприятия // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2009. – № 16. – С. 306–311.
5. <http://www.oaomoe.ru/ru/content/view/149/49/>

Владимир Семенович Балабанов,
доктор экономических наук, профессор,
ректор Российской академии предпринимательства

Елена Викторовна Дмитриева,
кандидат экономических наук, доцент
Российской академии предпринимательства

e-mail: vuz@isoukit.ru

Н. В. Лясников,
доктор экономических наук, профессор

N. V. Lyasnikov,
Doctor of Economic Sciences, Professor

М. Н. Дудин,
кандидат экономических наук, доцент

M. N. Dudin,
Candidate of Economic Sciences

**КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД:
ОТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
К ОБРАЗОВАНИЮ ЦИВИЛИЗОВАННЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ**

**THE COMPETENCE-BASED APPROACH:
FROM VOCATIONAL EDUCATION TO THE FORMATION
OF CIVILIZED ENTREPRENEURS**

В статье рассматривается классификация предпринимателей по способностям и возможностям заниматься цивилизованным предпринимательством, рассматриваются возможности применения компетентного подхода для обучения цивилизованных предпринимателей.

The article considers the classification of employers according to their abilities and opportunities to engage in civilized business, deals with the capacity of the competent approach to training of civilized entrepreneurs.

Ключевые слова: предпринимательство, цивилизованное предпринимательство, компетентностный подход, образование цивилизованных предпринимателей.

Key words: entrepreneurship, civilized enterprise, competence-based approach, the formation of civilized business.

Современные работодатели предъявляют жесткие требования к своим работникам. Эти требования обозначаются как необходимые компетенции. Компетенция – это комплексное качество работника, сумма нескольких составляющих: знаний, навыков, поведенческих моделей, позволяющих решать те или иные задачи. Одной из главных востребованных компетенций сегодня является «обучаемость» или «гибкость». Обучаемость предполагает, что человек способен действовать на основе вновь порождаемых моделей, а не только на базе прошлого опыта. Современный бизнес требует эффективной адаптации к динамично изменяющейся ситуации. Адаптация же предполагает не столько приспособление к ситуации с наименьшими потерями,

сколько овладение новизной и использование заключенных в ней возможностей. Бизнес заинтересован в достижениях, а не в выживании, он ориентирован на рост, а не на избегание.

Профессиональное образование претерпевает сегодня системные трансформации. Заканчивается индустриальный этап развития общества, где производственные взаимодействия между людьми опосредованы материальным продуктом, при этом разделение труда, специализацию кадров и структуры системы образования диктовала серийная технология его производства. Постиндустриальный этап характеризуется возрастающей ролью организационных и информационных технологий, причем первичным фактором становятся знания, ценностные ориентиры и опыт человека. Объективно стоит вопрос о новой парадигме профессионального образования. Генеральную цель ее можно видеть в обеспечении человеку возможности реализации его стремлений и способностей в приобретении профессии, путем предоставления равноправного доступа к образованию, стимулировании повышения образовательного уровня в той сфере и форме деятельности, которая принесет удовлетворение ему самому и пользу обществу.

Приведем классификацию предпринимателей по способностям и возможностям заниматься цивилизованным предпринимательством. На основе данного критерия с известной долей условности можно выделить следующие типы.

Первый – «статичные предприниматели», способность которых позволяет традиционными статичными методами получать обычную прибыль в том или другом размере в зависимости от сложившейся конъюнктуры на рынке и его сегментах; экономической, правовой, организационной среды, создаваемой государством для производства, коммерческой деятельности и т. д.

Второй тип – это «подлинные предприниматели», пытающиеся реализовать свои способности даже в современных антипредпринимательских условиях и действовать в сфере инновационного воспроизводства на рискованной основе.

Третий тип – «случайный бизнесмен». Существование представителей этого типа в предпринимательстве обусловлено сложившимися в России политическими, социальными и другими условиями: возможностью «нажиться» за счет участия в приватизации, близости к номенклатуре; отсутствием всяких моральных принципов; невозможностью заняться прежним родом деятельности вследствие разорения предприятий, учреждений

культуры, образования, сокращения армии и т. д. Этот вид деятельности нельзя назвать предпринимательством.

Для «статичного предпринимателя» должна быть создана благоприятная среда и селективная поддержка в зависимости от значимости сферы, в которой он выполняет необходимые для общества функции.

«Случайный бизнесмен», очевидно, сам будет в основном вытеснен из сферы предпринимательства при создании условий для конкуренции как подлинной экономической состоятельности. При этом криминальный бизнес необходимо искоренять, а лица, занимающиеся им, должны быть изолированы от участия во всех видах предпринимательской деятельности.

Самое главное при формировании цивилизованного предпринимательства – создание государством режима наибольшего благоприятствования для использования потенциала подлинных предпринимателей.

Уровень образования предпринимателей в целом выше среднего уровня трудоспособного населения страны и примерно соответствует уровню высшего управленческого звена государственных предприятий. Уровень образования предпринимателей более крупных фирм примерно на 20% выше, чем уровень образования предпринимателей малых предприятий.

Как интегральное качество личности, готовность к предпринимательству должна быть присуща не только сугубо экономическим, но и многим другим современным профессиям, поскольку связана с инициативой, поиском, системной ориентировкой в собственном деле, нормами деловой этики. Будучи сформированной, готовность к предпринимательству начинает действовать постоянно, возникая всякий раз в связи с поставленной задачей и определяя тем самым направленность личности [3].

Необходимое взаимодействие всех звеньев учебного процесса можно обеспечить за счет функционирования относительно самостоятельных интегративных процессов. Каждый такой интегративный процесс соответствует определенному педагогическому приоритету, имеет свое содержание, средства, способы реализации и решает свои специфические задачи.

Первый интегративный процесс: общая и предпринимательская культура. Общая и предпринимательская культура – это фундамент подготовки к цивилизованному предпринимательству. Общая культура дает возможность вычленить собственно культурологическую сторону разнообразных явлений общественной жизни (культуры быта, потребления, мышления, эстетического восприятия, природопользования, здорового образа

жизни и др.), а предпринимательская – культурологические стороны профессиональной деятельности в сфере бизнеса (культура деловых отношений, торговых традиций, рекламы, предпринимательского мышления, информационная культура и др.).

Второй интегративный процесс: мировоззренческая ориентация. Готовность к активной, сознательной и ответственной деятельности в сфере бизнеса требует от них определенного мировоззрения, не только понимания сущности происходящего в обществе, экономике и производстве изменений, но и гуманистического восприятия реальности, включая реальность экономическую.

Третий интегративный процесс: опыт предпринимательской деятельности. Формирование опыта предпринимательской деятельности целесообразней проводить в четыре этапа. На первом должны даваться наиболее общие представления о предпринимательской деятельности. В рамках второго этапа проводится обработка универсальных схем и приемов в анализе предпринимательских идей и проблем. Третий этап в большей степени посвящается обработке универсальной ориентировки. И четвертый заключительный этап предполагает обобщение приобретенных знаний и способов деятельности на качественно новом уровне, отвечающем критериям продуктивности мышления, позволяющем самостоятельно ориентироваться в собственном деле [1, с. 121].

Четвертый интегративный процесс: функциональное поле иностранных языков. Овладение иностранными языками является одним из ключевых звеньев общего и профессионального образования и поэтому должно осуществляться в контексте становления и развития общей профессиональной культуры предпринимателя. Особенностью названных интегративных процессов является их потенциальная включенность практически во все звенья образовательно-воспитательного процесса, направленность на устойчивое ядро личности, соразмерность с общими сроками обучения [2].

Предпринимательская компетенция – под этим словосочетанием понимают личное или деловое качество, навык, модель поведения, владение которым помогает успешно решать определенную бизнес-задачу и добиваться высоких результатов. Отсутствие той или иной предпринимательской компетенции у человека снижает его компетентность в бизнес-деятельности. Чем большее количество предпринимательских компетенций есть в арсенале человека, тем с большей вероятностью он справится со стоящими перед ним бизнес-задачами.

Перечень предпринимательских компетенций, сформированный тайваньскими аналитиками на основе сопоставления и анализа основных разработок по данному предмету.

1. Поиск и обнаружение новых возможностей для бизнеса (Identifying business opportunities).
2. Оценка перспективности новых возможностей для бизнеса (Evaluating business opportunities).
3. Инициативность как готовность работать быстрее, больше и за пределами предписанных требований.
4. Принятие решений, ответственность за последствия решений (Decision making).
5. Определение сути проблем и решение проблем (Identifying and solving problems).
6. Способность мыслить новым образом (Innovative thinking).
7. Эффективность коммуникации с разными партнерами (Communication).
8. Заключение эффективных сделок Deal making and negotiation.
9. Создание деловых и рабочих сетей из различных участников (Networking).

Количество пунктов может варьироваться в зависимости от количества и сложности задач, которые предстоит решить.

Таким образом, предпринимательство, концентрируя в себе наиболее характерные свойства рыночных отношений, выступает движущей силой жизнедеятельности и развития рыночной экономики. Содействуя росту общественного благосостояния, создавая условия для реализации экономических интересов, способностей, талантов людей, предпринимательство способствует также национальному единению, возрождению национального самосознания.

Компетенции – это не знания, умения и навыки, о которых принято рассуждать в традиционном подходе к образованию. Компетенции предполагают такой набор характеристик, который человек реально демонстрирует в своем поведении по отношению к делу, к людям, предмету своей активности. Это означает, что одних знаний о том, что это и как с этим работать – недостаточно. Ведь за тем же предпринимательским поведением человека лежат определенные жизненные ценности, мотивы, смыслы, способности.

Компетентностный подход – это совокупность общих принципов определения целей образования, отбора содержания образования, организации образовательного процесса и оценки образовательных результатов.

Компетентностный подход является одним из планов рассмотрения такого сложнейшего явления как образование. Он усиливает практикоориентированность образования, необходимость усиления акцента на операциональную, навыковую сторону результата.

Взаимодействие всех звеньев процесса обучения цивилизованного предпринимательства можно обеспечить за счет функционирования относительно самостоятельных интегративных процессов. Каждый такой интегративный процесс соответствует определенному педагогическому приоритету, имеет свое содержание, средства, способы реализации и решает свои специфические задачи. Сохраняя свою устойчивость и самостоятельность, интегративные процессы определенным образом взаимодействуют и дополняют друг друга, обеспечивая тем самым последовательное развертывание системы профессиональной подготовки предпринимателей.

Библиографический список

1. Аунапу Э.Ф. Компетентностный подход при подготовке руководителей организации // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2010. – № 1. – С. 121–125.
2. Матвеева О.Ю. Непрерывное образование как аспект управления знаниями. Режим доступа: http://eduinsib.tspu.edu.ru/files/katalog/base/texts/20_1221017013.pdf
3. Тюников Ю.С., Черткова Е.В. Подготовка школьников к цивилизованному предпринимательству. Режим доступа: http://vestnik.yspu.org/releases/pedagoka_i_psichologiy/11_7/

Николай Васильевич Лясников,
доктор экономических наук, профессор,
зав. кафедры Российской академии предпринимательства

Михаил Николаевич Дудин,
профессор кафедры «Менеджмент организации»
Российской Академии предпринимательства

e-mail: acadra@yandex.ru

А. А. Конюховский,
кандидат экономических наук

A. A. Konyukhovsky,
Candidate of Economic Sciences

ОБРАЗОВАНИЕ КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР ПОСТУПАТЕЛЬНОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СТАНЫ

EDUCATION AS MAJOR FACTOR OF FORWARD SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT CAMPS

В статье рассматриваются вопросы значимости образования для социально-экономического развития страны и необходимость возведения его в статус национального приоритета.

Summary: In article questions of the importance of education for social and economic development of the country and need of its construction in the status of a national priority are considered.

Ключевые слова: государство, знание, качество, образование, приоритет.

Key words: state, knowledge, quality, education, priority.

В настоящее время во всем мире происходит переоценка взглядов на образования с точки зрения не только как источника знаний для человека, но и с позиций его значения для будущего развития, как отдельных стран, так и для человечества в целом. Эта переоценка вызвана следующими обстоятельствами:

Во-первых, сформировалось и утвердилось устойчивое мнение о том, что современная экономика – это экономика знаний, знаний во всех областях человеческой деятельности. С достаточной долей уверенности можно утверждать, что сфера знаний самая динамично развивающаяся. Результаты различных исследований показывают, что объем знаний человечества о себе и об окружающем мире удваивается каждые 7–10 лет. Отсюда следует необходимость постоянного совершенствования всей системы образования на всех образовательных уровнях.

Во-вторых, образование становится все более интегрированным в единую общемировую систему, не имеющую национальных границ. А, следовательно, она подвержена влиянию таких процессов, как глобализация мировой экономики, периодически возникающие кризисы, обострение конкуренции на рынках труда, изменения на геополитической карте мира.

В-третьих, необходимость ускоренной модернизации производственного аппарата на основе наукоемких продуктов и высоких (в том числе, информационных) технологий заставляет ставить перед образованием новые задачи по подготовке кадров.

В-четвертых, совершенно очевидно, что без современно образованных членов общества никакое государство, как независимое и процветающее невозможно. Это аксиома.

И сегодня во многих развитых и развивающихся странах образование признано главным национальным приоритетом во внутренней и внешней политике государства.

Особенно актуальной проблема образования является для России. Вывод российской экономики на передовые позиции в мире предполагает решение ряда масштабных и сложных задач, например, таких как изменение ее сырьевого характера на инновационное развитие, прежде всего, реального сектора, разработка и внедрение нанотехнологий, автоматизация, компьютеризация и робототизация производственных процессов, развитие информационных технологий и средств связи, дальнейшее освоение космического пространства, поиск и использование нетрадиционных источников энергии и др. Возникает вопрос: кто будет решать эти и другие задачи по созданию принципиально иной экономики России. Ведь любое конкретное дело делают конкретные люди и известный постулат «кадры решают все» во все времена был и остается определяющим в достижении поставленных целей. Любой человек чем бы он ни занимался, в какой бы сфере деятельности не работал, делает именно то, чему его научили в школе, техникуме, колледже, вузе, в системе послевузовского образования используя и те знания, которые он приобрел в порядке личной инициативы путем самообразования.

Таким образом, переход экономики и в целом российского общества на более высокий уровень развития возможен лишь при наличии соответствующего кадрового потенциала.

Формирование кадрово-интеллектуального потенциала отвечающего всем современным требованиям и потребностям поступательного социально-экономического развития страны и есть главная задача и цель функционирования системы образования.

Но какую систему образования мы имеем?

Ежегодно российскими ВУЗами выпускается более 1,5 млн. специалистов, не меньшее количество студентов выпускают колледжи и технику-

мы. Но тогда возникает логичный вопрос – почему же экономика России до сих пор не инновационная, а любое нововведение вызывает неприязнь и отторжение, в том числе и у молодых специалистов.

За последние 20 лет отечественное образование неоднократно подвергалось реформированию и постоянно декларировалось, что проводится оно в интересах государства, общества, населения. Однако, результаты заставляют усомниться в достижении заявленных целей. Отметим некоторые, на наш взгляд, очевидные итоги реформирования нашего образования за последние 20 лет.

Первое. Уход из сферы образования наиболее квалифицированных педагогов, преподавателей, ученых и специалистов.

Второе. Утрата престижности труда в данной сфере и как следствие отсутствие адекватного омоложения кадрового состава.

Третье. Невозможность осуществления своих конституционных прав на доступное, в том числе, бесплатное образование стало одной из причин распространения в среде молодежи наркомании и алкоголизма.

Четвертое. Расширение горизонта и масштабов платности привело к тому, что для многих молодых людей стало главной целью не получение знаний, а диплома (корочки). Для образовательных учреждений целью их деятельности стало не качество образовательного процесса и выпускников, а извлечение дохода всеми способами, а главное – повсеместное снижение требований к уровню знаний студентов. Увеличиваются масштабы взяточничества и торговли аттестатами и дипломами; вирус коррупции заразил и систему образования.

Пятое. Мы наблюдаем процесс деградации образования в контексте общего культурно-интеллектуального образования и духовно-нравственного воспитания молодежи. Мы наблюдаем выхолащивание содержания, сокращение школьных и вузовских программ по русскому языку и литературе, философии и истории, географии и ряду других предметов; вследствие этого наше общество утрачивает культуру языка, понимание собственной истории – в сущности, разрушается «национальный культурный код народа».

Шестое. В результате этих и других результатов реформирования российского образования лишилось статуса одного из лучших в мире и все разговоры о признании дипломов наших ВУЗов за рубежом не имеют под собой реальной почвы.

Седьмое. К сожалению, образование вносит свою лепту в дальнейшее расслоение и обострение социальной напряженности в обществе, на деление россиян на людей первого и второго сорта. Опять же, обязательная оплата дополнительных образовательных услуг ставит ребят в неравные условия в зависимости от достатка их семей.

Да и можно ли было ожидать чего-то другого, когда недавно чиновник от образования заявил руководителям образовательных учреждений СПО: я научу вас как зарабатывать деньги. Его не волновало качество образовательного процесса и качество выпускников, вопросы их трудоустройства, материально-техническая база и условия труда сотрудников; он позиционировал себя как эффективного топ-менеджера. Откуда такие кадры попадают в органы управления образованием отдельный, интересный вопрос.

Если дать интегральную оценку и свести вышеприведенные результаты реформирования к единому показателю, то закономерно в качестве такового следует признать катастрофическое снижение качества образования: качество выпускников и качество самого образовательного процесса.

Конечно же, следует отметить, как позитивный момент, то, что в нашем обществе исторически утвердилось и пока сохраняется понимание безусловной ценности образования, равно как и всего, что связано с этой сферой. В последнее время именно с ним, с образованием, все теснее увязываются устремления людей к жизненному успеху. Около 80% россиян в возрасте до 35 лет считают получение качественного и, прежде всего, высшего образования своей важнейшей целью. Такое положение обязывает государство иметь систему предоставления самых различных образовательных услуг всем в них нуждающимся.

Система образования должна: во-первых, обеспечить возможность получения высокопрофессионального образования и конкурентоспособной (как на отечественном, так и на зарубежных рынках труда) специальности для каждого гражданина, независимо от его национальности, имущественного и социального статуса, философских, религиозных и иных взглядов и убеждений; во-вторых, во главу угла всего образовательного процесса должно быть поставлено продвижение общечеловеческих, нравственных ценностей, обеспечение всестороннего, творческого и эмоционального развития личности.

Таким образом, на выходе системы образования нам надо иметь все-сторонне образованного, востребованного на рынке труда профессионала, но, прежде всего, гражданина высоких морально-нравственных качеств, внутренне убежденного в своей сопричастности и социальной ответственности за все, что происходит в родном отечестве.

Но это возможно лишь при условии, что государство, на всех уровнях управления в своей деятельности будет исходить из того, что образование – это главный фактор социально-экономического развития страны, а не исключительно отрасль бизнеса.

Надо отчетливо понимать, что сегодня проблема совершенствования российского образования это не просто организационно-экономическая проблема, а общенациональный проект огромной социально-экономической значимости, реализация которого зависит, прежде всего, от политической воли первых лиц государства.

Александр Александрович Конюховский,
кандидат экономических наук,
профессор Российской Академии Естествознания,
чл.-корр. Международной Академии Менеджмента

e-mail: alekon911@gmail.com

Ф. М. Сафин,
доктор экономических наук, профессор

F. M. Safin,
Doctor of Economic Sciences, Professor

П. А. Егорушкин,
аспирант

P. A. Egorushkin,
Post-graduate

СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ФОРСАЙТ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ В МОДЕРНИЗАЦИОННЫХ ПРОЦЕССАХ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУРАХ

SOCIALLY ORIENTED FORESIGHT AS AN INNOVATIVE TOOL IN THE PROCESS OF MODERNIZATION OF RUSSIAN BUSINESS STRUCTURES

Участие граждан в разработке стратегии развития региона, города стало нормой в практике современного управления. В этом плане исследовательский интерес представляют форсайт-технологии, которые все шире используются в социальном проектировании. В статье обосновывается необходимость применения социально ориентированного форсайта как инновационного инструмента в модернизационных процессах российских предпринимательских структурах.

Citizen participation in the development of the regional development strategy, the city has become the norm in the practice of modern management. In this regard, the research interest is technology foresight, which are increasingly used in social engineering. The article explains the need for socially oriented foresight as an innovative tool in the process of modernization of Russian business structures.

Ключевые слова: социально ориентированный форсайт, научно-технологический форсайт, инновационная система, государственное регулирование инновационной политики в России, модернизация предпринимательских структур.

Key words: Socio-oriented foresight, scientific and technological foresight, innovation system, government regulation of innovation policy in Russia, the modernization of business structures.

Проводимые в России, начиная с 1985 г. реформы, были, прежде всего, реформами управления. Предполагалось изменить централизованно-плановую управленческую систему рыночными формами координации, которые, постепенно институализируются, превращаясь в эффективный институт менеджмента.

Управление предприятиями в СССР как социальная практика и социально-экономический институт было основано на двух основных постулатах: необходимость централизованного и планового развития экономики и технократический, производственный подход к управлению.

В основе традиций управления в России лежат традиции власти, которая проявляется, прежде всего, в патернализме и принуждении, как основах управленческих подходов.

Руководитель в этой парадигме выступает как профессионал – обладатель единого верного и актуального знания о природе техники и технологий и осуществляет свою власть на основе обычая, локальной близости, жесткой иерархии.

Рациональность подобного рода схем относительна: в рамках социотехнической системы возможно налаживание эффективных и рациональных взаимодействий, но на уровне управления людьми в основном работают «иррациональные критерии» – вера в «особые» профессиональные знания руководителя, его непогрешимости, надежда на участие руководителя и коллектива в сложных бытовых, семейных и других личных проблемах.

Таким образом, несмотря на централизованно-плановый характер экономических отношений, общее состояние социума с точки зрения управления было дезорганизованным, при этом преобладали традиционные механизмы взаимодействия и координации.

В современном обществе менеджмент организаций представляет собой социально-экономический институт, интегрированный в систему социального порядка. Становление данной системы рационального менеджмента организаций и предпринимательских структур можно рассматривать применительно к России как социальную инновацию.

Институциональное оформление научно-исследовательского сектора в данных условиях должно в обязательном порядке обеспечиваться развитием базовых институтов рыночной экономики. При этом процесс разработки приоритетов должен представлять собой упорядоченную синхронизацию деятельности министерств, агентств и федеральных ведомств от науки, а также элиты российского экспертного общества в целях моделирования эффективной национальной инновационной системы и технологически прогрессирующей экономики.

Исследование основных положений институциональной теории позволяет определять институт как систему устойчивых отношений между хозяйствующими субъектами на разных уровнях: на уровне традиции, правила, нормы или на уровне закона. При этом основными функциями институтов

в экономике (см. рис. 1) является формирование, упорядочивание, структурирование и координация взаимодействия экономических субъектов.



Рис. 1. Основные функции институтов

Институт моделирует специфические формы поведения экономических субъектов. Поэтому одним из критериев сформированности института и степени завершенности процесса институционализации может служить массовое, предсказуемое и адекватное поведение его субъектов в соответствии с образцами поведения, которые составляют системообразующий элемент содержания данного института. Данный процесс предсказуемости есть не что иное, как социальный Форсайт-инструмент инновационной модернизации. Эволюция направлений форсайтных исследований идет постоянно: от прогнозирования в сфере технологий к социальным прогнозам в глобальном масштабе. В настоящее время форсайтные исследования становятся, в первую очередь, инструментом достижения консенсуса в переговорах элит.

Форсайтные исследования ориентированы не только на получение институализированных стратегий, т.е. фактически нового знания, но и на развитие неформальных горизонтальных сетей профессионального общения. С нашей точки зрения, форсайтные исследования в настоящее время формируют новый тип экспертно-аналитических центров (англ. think tanks) как проектных пиринговых организационных структур создания инновационных идей¹.

¹ Shilin M.G. Forsite research in public relations // Mediascope. – 2011. – Number 4. – P. 29–29.

Таким образом, формирование управленческих систем в России следует на фоне социальной трансформации и может быть рассмотрено только как его неотъемлемая часть, являющееся для общества социальной инновацией.

В рамках решения поставленных задач в России был разработан проект федерального закона «Об инновационной деятельности и государственной инновационной политике»¹. Основной идеей законопроекта является определение целостного механизма государственной поддержки инновационной деятельности в целях создания инновационной системы страны. Согласно данному законопроекту, модель инновационного развития Российской Федерации должна основываться не на политике заимствования устаревших зарубежных технологий, а опираться на собственное производство научных знаний и инноваций, активную экспортную политику в отношении технологий и готовой промышленной продукции.

В качестве одного из инновационных инструментов в модернизационных процессах российских предпринимательских структурах может выступать социально-ориентированный форсайт. При формировании форсайта необходимо учитывать специфику каждой страны. Так исследование, с успехом проведенное в одной стране может негативно завершиться в другой.

Целью форсайта является определение стратегических направлений исследований и разработок, способных принести наибольшие социально-экономические блага, путем разработки сценариев развития, достижения консенсуса по выбору того или иного желательного сценария, принятия мер по его реализации. Необходимо сказать, что основной движущей силой в процессе модернизации отведено предпринимательским структурам во главе с предпринимателями, действующими на свой страх и риск.

Предпринимательство иногда называют четвертым фактором производства. Как известно, существуют три главных фактора производства: земля, труд, капитал.

Австрийский по происхождению и американский по месту работы ученый-экономист Йозеф Шумпетер выделил в качестве четвертого

¹ http://www.new.niro.nnov.ru/Innov/1_teor/1a/1a_zakon3.doc

фактора производства предпринимательство. Говоря о предпринимательстве как о факторе производственной, экономической деятельности, имеют в виду предпринимательские способности, предприимчивость, предпринимательскую активность участников экономической деятельности. Это в известном смысле качество второго фактора, то есть труда, трудовых ресурсов. Но предпринимательство можно считать и самостоятельным фактором с той точки зрения, что оно представляет движущую силу, способную активизировать, усиливать действие всех трех основных факторов.

Концепция обеспечения устойчивости предпринимательской структуры должна строиться на основе форсайта, с учетом использования внутреннего механизма адаптации компании к меняющимся условиям ее функционирования. Этот механизм должен реализовываться за счет использования результатов обучения компании, которое представляет собой процесс постоянного усвоения и внедрения нового внутри данного хозяйствующего субъекта.

Алгоритм формирования форсайта как инструмента стратегического управления инновационным развитием предпринимательских структур может быть представлен в виде последовательности этапов. Первый этап (предфорсайт) направлен на поиск инициатором форсайт-исследования заинтересованных политических деятелей; представителей малого бизнеса, крупных организаций производится расчет сметной стоимости проводимого исследования, формирование экспертной группы, устанавливаются индикаторы форсайта. Второй этап – (собственно форсайт) – работа экспертов, выработка стратегии всех заинтересованных социальных групп. Третий этап (постфорсайт) – верификация исследования посредством экстраполяции разработанных индикаторов; проводятся конференции, подготовка к новой форсайт-программе.

Выводы

Таким образом, научно-технический и технологический форсайт, столь необходимый для России уже сейчас и который планируется реализовать в среднесрочной и долгосрочной перспективе, должен быть социально-ориентированным и представлять собой триединую концепцию «наука – экономика – общество».

Подводя итог вышесказанному, необходимо отметить, что государственное регулирование инновационной политики России на основе социально-ориентированного форсайта будет способствовать переходу к

стратегии управляемого инновационного развития, предполагающей усиление экономической роли государства в рамках проведения модернизации, выстраивания эффективной системы государственно-частного партнерства, формирования нового качества экономического роста¹.

Основной положительный итог реформирования социально-экономических оснований жизни российского общества заключается в формировании главных элементов социально-ориентированного форсайта, что позволяет российскому обществу более гибко реагировать на глобальные вызовы XXI века, создавать предпосылки для вхождения в информационное постиндустриальное общество. Формирование систем эффективного управления должно быть основано на трех элементах:

- на приоритетном развитии научного знания о российском социуме, его социальной, экономической и политической сфере.
- на высококачественной системе образования, охватывающей, как наиболее современный опыт управления в странах Западной Европы, США, Азиатско-Тихоокеанского региона, так и проблематику и специфические особенности российского социума.
- на приоритетном отношении к развитию культуры, повышению способности больших масс россиян стимулировать на уровне повседневной трудовой практики широкий поток постоянных и значимых новшеств, который неминуемо «обрушивается» на общество в условиях глобальной экономики и информатизации.

Библиографический список

1. Гохберг Л.М. Новые тенденции в российской практике форсайт-исследований // Форсайт. – 2009. – Т. 3. – № 3. – С. 5.
2. Кинэн М. Форсайт приходит в Россию // Форсайт. – 2007. – Т. 1. – № 1. – С. 6–7.
3. Модернизация экономики России: приоритеты развития (обзор средств массовой информации). М.: ООО «ТПП-Информ», 2011. – 40 с.

¹ Холопенкова Е.В. Научно-технологический форсайт как инструмент государственного регулирования инновационной политикой в России // Экономика и экологический менеджмент. – 2011. – № 1. – С. 341–346.

4. Соколов А.В. Форсайт: взгляд в будущее // Форсайт. – 2001. – № 1 (1). – С. 9.
5. Холопенкова Е.В. Научно-технологический форсайт как инструмент государственного регулирования инновационной политикой в России // Экономика и экологический менеджмент. – 2011. – № 1. – С. 341–346.
6. Шелюбская Н.Н. «Форсайт» – новый механизм определения приоритетов государственной научно-технической политики // Проблемы теории и практики управления. – 2004. – № 2. – С. 6.
7. Мехова А.А. Форсайт технологии в социальном проектировании: региональный аспект. http://www.isras.ru/abstract_bank_congress4/2520.pdf
8. Тельяк В. Форсайт как технология предвидения. Режим доступа: http://www.inesnet.ru/magazine/mag_archive/free/2009_08/ES2009-08-tretyak.pdf
9. http://www.new.niro.nnov.ru/Innov/1_teor/1a/1a_zakon3.doc
10. Thinking. Debating & Shaping the Future Foresight for Europe, 2002. p. 3, 26.

Фадбир Магусович Сафин,
доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедры экономики и управления
Казанского государственного университета культуры и искусств

П. А. Егорушкин,
аспирант ИСГЗ (Казань)

e-mail: acadra@yandex.ru

Е. М. Седых,
кандидат исторических наук, доцент

E. M. Sedych,
Candidate of Historical Sciences, Assistant Professor

НЕФТЯНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ РОССИИ ПОСЛЕ ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

PETROLEUM OF RUSSIA AFTER THE FIRST WORLD WAR

Значительное внимание в данной статье уделено «русскому вопросу». Такое решение обусловлено существом затрагиваемой проблемы, и, прежде всего, тем, что Россия была единственной страной, в которой внутреннее развитие к концу рассматриваемого периода завершилось социалистической революцией, положившей конец существованию монополий. Поэтому изучение данного вопроса представляет интерес для понимания исторических предпосылок и условий революции в России, значение и последствия которой для всего хода мирового развития трудно переоценить.

Considerable attention is given in this article «Russian question». As mentioned, along with the state of the sources is determined by the solution being affected by the problem and especially the fact that Russia was the only country in which the internal development by the end of the period under review ended the socialist revolution, which put an end to the monopolies. Therefore, the study of this issue is of interest to understand the historical background and conditions for revolution in Russia, the importance and consequences for the entire course of world development can not be overestimated.

Ключевые слова: нефтяная промышленность, топливный баланс, нефтяное соперничество в системе международных отношений.

Key words: petroleum, fuel balance, oil rivalry in the international system.

С конца XIX и, особенно, с начала XX века освоение, развитие и даже зарождение многих видов новой техники и технологии в промышленности, сельском хозяйстве, на транспорте и в быту были в значительной мере основаны на использовании нефти и продуктов ее переработки. Со второй половины XX века к этому добавилось существенное потребление природного газа.

Все же именно в XX веке для выработки энергии из всех видов горючих ископаемых использование нефти доминировало. Если основываться на этом факте, то XX век вполне можно назвать «веком нефти». Такое название оправдывается и тем, что в XX веке взаимоотношения государств, социальная жизнь (а во многом и быт) населяющих их народов, политика и экономика существенно зависели от запасов нефти и возможных величин ее добычи в каждой из стран. Чтобы правильно понять и оценить состояние и, тем

более, прогнозы изменения величины мировой добычи нефти и ее запасов, сначала необходимо проследить историю их развития.

ОТ НАЧАЛА ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ ДО НАЦИОНАЛИЗАЦИИ НЕФТЯНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В СОВЕТСКОЙ РОССИИ

1 августа 1914 г. началась первая мировая война, и державы оказались разбитыми на два враждующих лагеря: с одной стороны, страны-союзники, Антанта, а с другой – центральные державы во главе с Германией. Эта поляризация сил, вызванная войной, не могла не сказаться на нефтяном соперничестве, которое оказалось подчиненным специфическим условиям военного времени. В 1918 г. уже после разгрома Германии, выступая на банкете в Лондоне, лорд Керзон заявил, что «союзники приплыли к победе на волнах нефти»¹. Действительно, имея возможность развернуть военно-морские силы на более совершенных и быстроходных нефтяных двигателях, страны Антанты получили существенный выигрыш по сравнению со своим противником. Если к началу войны британский флот лишь на одну треть (около 30%) был переведен на нефтяное топливо, то к концу войны нефть составляла более 9/10 топливного баланса английских военно-морских сил². Нефтяные двигатели прочно заняли свое место также на суше и в воздухе. Автомобильный транспорт, первые шаги в развитии которого были сделаны в начале 1900-х годов, к исходу войны стал важнейшим транспортным средством. Показательно, что если в 1902 г. в США было 23 тыс. автомобилей, то через 10 лет их уже стало 902 тыс. Первоначально автомобильный транспорт развивался преимущественно как пассажирский. В 1912 г. на дорогах США курсировало всего около 40 тыс. грузовиков, но к концу войны положение изменилось. По данным на 1919 г., из общего числа 7725 тыс. автомобилей на грузовой транспорт уже приходилось 974 тыс.³ В 1915 г. впервые в истории потребление бензина превысило потребление керосина⁴.

В годы войны тысячи автомобилей заняли место в строю сражающихся армий. Они восполняли нехватку железнодорожных вагонов, проходили

там, где отсутствовала железнодорожная сеть, или там, где она была недостаточной либо разрушенной. Особенно заметной роль автомашин стала к концу войны. К этому времени в войсках союзников насчитывалось 92 тыс. грузовиков, появились броневики, а затем и танки. В воздух поднялись первые самолеты. По словам экспертов, война принесла «победу грузовика над рельсовым путем» и ее заключительный этап состоял «в маневрировании автомобилями и аэропланами против маневрирования по железнодорожным путям»¹. В автомобильном транспорте и авиации, так же как и в военно-морских силах, перевес оказался на стороне Антанты. Дело было не только в том, что Франция и Англия сумели наладить производство автомобилей, и в их распоряжении находился колоссальный арсенал за океаном, из которого союзники черпали пополнение своих механизированных частей, но также и в том, что вся эта техника была надежным образом обеспечена горючим.

Германия же со своими союзниками, хотя и имела тоже суда на нефтяных двигателях и авиацию, а на сухопутном театре военных действий – грузовые и бронетанковые машины, с самого начала испытывала острый недостаток в горючем. Накануне войны ежегодный импорт нефти в Германию составлял 1250 тыс. тонн. Из них 749 тыс. тонн ввозилось из США, 220 тыс. тонн – из Галиции, 158 тыс. тонн – из России, 114 тыс. тонн – из Румынии и 52 тыс. тонн – из Нидерландской Индии². С началом войны большинство прежних источников получения нефти оказалось для Германии закрытым. «Европейский нефтяной союз» распался, а США присоединились к Антанте. Румыния и Галиция практически оставались единственными поставщиками.

Положение Германии в этом смысле было настолько критическим, что немцы предприняли попытку добиться успеха в Мексике. Германская дипломатия стала всемерно подогревать антиамериканские настроения и предложила Мексике военный союз. Помимо военно-стратегических расчетов, связанных с планом превратить Мексику в плацдарм для ведения войны против США, цель этих маневров заключалась в том, чтобы лишить Антанту одного из важных источников снабжения нефтью, добыча которой к этому времени составляла в Мексике 7% мировой³.

¹ Цит. по: B. H. Williams. *Economic Foreign Policy of the United States*. New York–London, 1929. – С. 62.

² Арнот П. *Мировая политика нефти*. М.-Л., 1925. – С. 11.

³ Clark J.S. *The Oil Century*. Norman, 1958, стр. 125; L. H. Selitzer. *A Financial History of the American Automobile Industry*. Boston–New York, 1928. – С. 75–81.

⁴ Clark J.S. Указ. соч. – С. 125.

¹ L'Espagnol de la Tramerie. *La Lutte Mondiale pour le Petrole*. Paris, 1923. – С. 94; Арно П. Указ. соч. – С. 3.

² Там же. – С. 94.

³ Альперович М., Руденко Б. *Мексиканская революция 1910–1917 гг. и политика США*. М., 1958. – С. 265–282.

Проявлением такой же крайности были и германские планы захвата островов Нидерландской Индии. Еще в июне 1914 г. распространился слух о том, что Германия ведет переговоры с Голландией о покупке Суматры. Этот шаг имел бы для немцев стратегическое значение, отвечая давним германским расчетам – приобрести базу на островах Тихого океана. В отношении же Суматры он представлял особый смысл в связи с тем, что нефтяные разработки острова давали около половины всей добычи в Нидерландской Индии, составившей в 1911 г. 1700 тыс. тонн. Сообщая послам в Гааге, Лондоне и Берлине о том, что сведения о переговорах по поводу покупки Суматры получены из «заслуживающего внимания источника», царский министр иностранных дел Сазонов давал указание своим представителям «проверить доверительным путем, насколько справедливо это известие»¹. Трудно сказать, основательным ли был этот слух. Из Лондона и Гааги последовали опровержения², а посол в Берлине высказал сомнение в возможности получить достоверную информацию³. Известно лишь, что покупка Германией Суматры не состоялась. Тем не менее, в принципе расчеты на приобретение этого острова безусловно имели место.

Однако все эти проекты так и остались проектами. Между тем положение центральных держав в деле снабжения нефтью было критическим. Правда, в их лагере находилась Турция, на территории которой имелись богатейшие нефтяные залежи, но уже в самом начале войны Англия придвинула к этому району свои войска и затем оккупировала нефтеносную область Багдадского вилайета, лишив Германию доступа к месторождениям нефти на Ближнем и Среднем Востоке⁴. А впоследствии развитие

¹ Эта сделка связывалась с англо-германскими переговорами о колониях в Африке. Сазонов писал: «...сообщают, будто Голландия продала Германии остров Суматру, причем, сделке содействовала Англия, получающая компенсации в Африке» (см. телеграмму Сазонова послам в Лондоне, Гааге, Берлине 16/29 июня 1914 г.: АВГР, ф. Канцелярия, 1914 г., д. 280, л. 2).

² Бенкендорф – Сазонову 5/18 июля 1914 г., Свечин (посол в Гааге) – Сазонову 18 июня/1 июля 1914 г.: там же, лл. 3, 5–6.

³ «Ввиду неискренности, проявляемой руководителями здешней внешней политики, — писал посол в Берлине, — доходящей, как вы изволите припомнить, иногда до того, что ими отрицалось существование переговоров, о коих через несколько дней оповещалось в парламенте, задача проверить означенный слух чрезвычайно сложна и потребует некоторого времени» (Свербеев — Сазонову 19 июня/2 июля 1914 г.: там же, л. 7). Начавшаяся мировая война помешала русским представителям в Берлине проверить слух о покупке Суматры.

⁴ Шульце Э. Борьба за персидско-месопотамскую нефть. М., 1924. — С. 90.

событий на европейском театре военных действий привело к тому, что Германия едва не потеряла один из самых своих надежных источников получения нефти — Румынию.

Вплоть до августа 1916 г. Румыния находилась в состоянии нейтралитета. Но фактически на протяжении всего этого периода она являлась важнейшей нефтяной базой Германии. Чтобы помешать вывозу нефтепродуктов центральными державами, союзники закупили в Румынии в октябре 1914 г. крупную партию бензина¹ и заключили в ноябре контракт с «Астра-Ромына» о поставках бензина странам Антанты в будущем². Тем не менее, основная часть румынской нефти попала в руки Германии. Только за один год, с июля 1914 г. по июль 1915 г., Румыния поставила центральным державам 613 303 тонн нефти, причем знаменательно, что поставки эти осуществлялись не только германской «Стяуа-Ромына», но также и англо-голландской «Астра-Ромына», и американской «Ромына-Американа», нажившими на торговле с Германией во время войны миллионные прибыли.

Согласно заключенному в мае 1918 г. Бухарестскому мирному договору, Германия практически получила полный контроль над румынскими нефтяными месторождениями. Право добычи и переработки нефти, эксплуатация трубопроводов и средств транспорта, внутренней и внешней торговли нефтью передавались единой германской организации. Предприятия союзников были секвестрованы и перешли в руки германских капиталистов. Срок действия этого соглашения определялся в 50 лет, но мог быть продлен до 90 лет. Таким образом, несмотря на отказ Румынии от нейтралитета и произведенные союзниками разрушения, немцы сумели сохранить за собой нефтяные источники этой страны, и только поражение Германии в войне аннулировало Бухарестский договор.

Говоря о топливном балансе центральных держав, следует также сказать, что недостаток нефти в Германии в известной мере компенсировался производством минеральных масел из бурых углей благодаря усовершенствованному способу коксования. Их производство в последний год войны достигло 2 млн. т. Этот суррогат удовлетворял, хотя и далеко не полно, потребность германского флота в жидком топливе. Его применяли даже подводные лод-

¹ Раваш Г. Из истории румынской нефти. М., 1958. — С. 75.

² Правление «Астра-Ромына» — посланникам России, Англии и Франции 15/28 ноября 1914 г.: Archive «Muntenia», Секретариат «А.-Р.», Конфиденциальная переписка, д. 392/2, л. 210.

ки, и, по свидетельству одного из авторитетных знатоков нефтяного вопроса К. Гофмана, запасы этого продукта, обнаруженные осенью 1918 г., в момент военной капитуляции Германии, равнялись полугодовой потребности немецкого подводного флота. Налажено было в Германии и производство бензола – суррогата бензина. Но количество этого продукта, которое способна была произвести германская промышленность, было очень невелико. Больше же всего, вероятно, страдал транспорт (грузовики). Остро ощущалась и нехватка в смазочных маслах. Поэтому, подводя итог, можно присоединиться к выводу Гофмана о том, что, несмотря на успехи в организации производства жидкого топлива из угля и быстрое восстановление главной нефтяной базы – Румынии, «Германия при всем желании не могла сравняться в смысле неограниченности нефтеснабжения с ее противником». Действительно, положение союзников – стран Антанты – коренным образом отличалось от положения центральных держав. Вполне естественно, что в сфере нефтяной политики, так же как и в других областях, война привела к радикальной перестройке. В вопросах, касающихся нефти, страны Антанты выступали единым фронтом против блока центральных держав. Тем не менее и в среде союзников, несмотря на солидарность военного времени, продолжалась ожесточенная конкуренция, которая приняла особенно острый характер в отношениях Англии и США, а также Англии и Франции. Еще накануне войны французский посол в Лондоне Камбон отмечал, что британская политика ставит своей целью захват мировых залежей нефти. Французская дипломатия дала понять англичанам, что Франция не останется безучастной к данному вопросу. Следствием этого явились англо-французские переговоры, завершившиеся в мае 1916 г. подписанием, так называемого соглашения Сайкс-Пико о разделе «сфер влияния» на Ближнем и Среднем Востоке, которое явилось прологом новых переговоров специально по нефтяному вопросу, завершившихся уже после окончания мировой войны подписанием в апреле 1920 г. англо-французского нефтяного соглашения в Сан-Ремо. Это соглашение положило конец целому ряду серьезных осложнений в отношениях между Англией и Францией. Но оно же лишь усугубило противоречия между Англией и США в вопросах нефтяной политики.

24 февраля 1920 г. лондонская «Файненшел ньюс» опубликовала данные, из которых следовало, что в результате войны Англия подчинила своему контролю 75% мировых запасов нефти, в то время как накануне войны эта цифра составляла лишь 9%. Это был результат планомерной политики, которой британский империализм настойчиво следовал, начиная с предвоенных лет и кончая периодом мирного урегулирования. Вполне естественно, что результат этот сильнее всего ударил по интересам американских нефтяных монополий, откровенно претендовавших

на мировую гегемонию. В связи с этим нефтяной вопрос стал одним из самых острых в англо-американских отношениях.

Во время войны англо-американские противоречия были приглушены обстоятельствами военного времени. Заинтересованная в союзе с Америкой, Англия вынуждена была проявлять осторожность и действовать так, чтобы не вызвать недовольства США. Тем не менее, весь образ действий англичан в вопросах нефтяной политики едва ли оставлял сомнение в его подлинной направленности. Особенно наглядной в этом отношении была британская политика на Ближнем и Среднем Востоке.

Известно, например, какую роль сыграла Англия, инспирируя выступления арабских племен против Турецкой империи и сталкивая их между собой, чтобы таким образом утвердить собственную гегемонию в этом богатейшем нефтеносном районе. В странах Арабского Востока действовала разветвленная система британской агентуры, на которую возлагалась реализация империалистических планов Англии. Широко известно, какая роль в этом отношении принадлежала английскому резиденту полковнику Лоуренсу, который сумел войти в доверие к арабским племенам и «координировал» их военные выступления¹. В годы войны Ближний и Средний Восток стали театром военных действий. Регулярные войска действовали здесь в тесной взаимосвязи с арабскими повстанцами. Борьба за нефтеносные районы и обеспечение британских нефтяных интересов являлись важнейшей задачей английских войск. Не случайно сразу после разгрома турок и оккупации Палестины в 1918 г., осуществленной английскими войсками совместно с арабскими отрядами, среди которых находился Лоуренс, британское командование запретило деятельность американской нефтяной компании в этой стране².

Наконец, следует сказать, что в годы войны, несмотря на некоторое ослабление англо-американского соперничества – или, вернее, стремление затушевать его проявления, – британский капитал продолжал завоевательную политику даже в Западном полушарии – в этой сфере американского господства и зоне действия «доктрины Монро». В годы войны были основаны и расширены английские нефтяные предприятия в Венесуэле, Эквадоре, Перу, Аргентине и других странах в прямом противоречии с доктриной «Америка для американцев».

¹ См.: Л. Гарт. Полковник Лоуренс. М., 1939.

² Fraser H.S. Diplomatic Protection of American Petroleum Interests in Mesopotamia, Netherlands East Indies and Mexico.

Россия сама испытывала острую нехватку в нефтяном топливе, и незадолго до войны царский морской министр И.К. Григорович предложил даже в связи с этим совершенно запретить экспорт нефтепродуктов. При таких условиях Россия как источник снабжения нефтью, естественно, отпадала. К тому же британский капитал едва ли сам был заинтересован в вывозе русской нефти в Англию, так как ее реализация в России в условиях «нефтяного голода» приносила куда более высокие прибыли.

Вполне вероятно, что Англии могло бы и хватить собственных нефтяных ресурсов, если бы не объявленная германским командованием в январе 1917 г. беспощадная подводная война, в результате которой огромное количество нефтяных танкеров союзников было потоплено. Резкое сокращение средств доставки поставило Англию в чрезвычайно критическое положение. Строились новые танкеры, нефть заливалась в качестве балласта в обычные грузовые суда, нефтяные транспорты конвоировались военными судами, делалось все, чтобы спасти положение, но кризис надвигался неотвратимо. К весне 1917 г. нефтяные запасы Антанты настолько истощились, что союзники обратились с призывом о помощи к Соединенным Штатам.

К этому времени США уже объявили войну Германии и в Лондоне, был создан «Межсоюзный нефтяной комитет», в состав которого вошли англичане, французы, итальянцы, американцы, а его председателем стал известный эксперт Джон Кэдман. Основная задача этого органа заключалась в обеспечении поставок нефти британскому флоту, ежемесячно расходовавшему 600 тыс. тонн мазута. И эта задача решена была главным образом путем мобилизации американского танкерного флота, поставками американской нефти, которая составляла теперь 80% всего нефтяного баланса Англии. Кроме того, «Межсоюзный комитет» должен был обеспечить бензином сухопутные войска в Европе. Однако последнее занимало в его деятельности явно второстепенное место, и в декабре 1917 г. французский премьер Клемансо вынужден был обратиться к президенту США Вильсону с новым призывом о помощи. «В решающий момент нынешней войны, когда в наступающем 1918 г. начнутся решительные военные операции на французском фронте, французские армии не должны ни на минуту подвергаться риску остаться без бензина, — писал он. — Всякий недостаток бензина способен внезапно парализовать наши армии и вынудить нас на мир, неприемлемый для союзников». Клемансо указывал, что минимальный запас бензина, который должна иметь французская армия, ежемесячно потребляющая 30 тыс. тонн, определен военным командованием в 44 тыс. тонн. Между тем в действительности наличие составляет лишь 28 тыс. тонн и может «вскоре дойти до нуля,

если Соединенными Штатами не будут приняты срочные и чрезвычайные меры». «Если союзники не хотят проиграть войну, — заключал свое послание французский премьер, — они должны позаботиться о том, чтобы сражающаяся Франция, в решающий час германского натиска, получила бензин, необходимый ей, как кровь, в грядущих боях»¹. Этот призыв нашел незамедлительный отклик. Вильсон передал просьбу Клемансо «Военному нефтяному комитету», возглавляемому одним из директоров «Стандард ойл» Бедфордом, и тот организовал регулярное снабжение нефтью французской армии.

«Стандард ойл» с готовностью и энтузиазмом взялась за выполнение этой задачи, которая сулила ей верный и хороший доход. Стремясь представить в идеализированном свете деятельность рокфеллеровской монополии, американские историки бизнеса заявляют, что решающим мотивом в ее действиях являлся патриотизм. С этим, однако, никак не вяжутся факты, которые приводят в своих работах они сами. Известно, что крупнейшим филиалом «Стандард ойл» в Европе была ее германская фирма «Дейче Американише петролеум гезельшафт». Эта фирма продолжала функционировать после начала первой мировой войны и сохранилась даже после того, как США вступили в войну с Германией. Последнее достигнуто было ее фиктивной продажей руководителю рокфеллеровского филиала в Германии Ридеману — немецкому подданному². Правда, с наступлением войны операции «Дейче Американише петролеум гезельшафт» резко сократились. Но причиной тому являлся отнюдь не патриотизм руководителей «Стандард ойл», а действия британского флота, установившего блокаду германского побережья и захватывавшего танкеры, перевозившие нефть в Германию, в качестве военных призов. В связи с этим, как признают американские историки Гибб и Ноултон, к середине 1916 г. Рокфеллер вынужден был сообразовать свои «морские операции» с интересами британского Адмиралтейства³. Вследствие этого, начиная приблизительно с того же времени, германским морским силам был отдан приказ топить американские танкеры. В результате «Стандард ойл» понесла значительные потери на море. Кроме того, почти одновременно Германия конфисковала филиал американской нефтяной компании в Румынии. На протяжении первых лет войны «Ромына-Америка-

¹ Клемансо — Вильсону 15 декабря 1917 г.: H. Berenger. Le Petrole et la France. Paris, 1920. — С. 59–60.

² Gibb G.S., Knowlton E.H. Указ. соч. — С. 231.

³ Там же. — С. 222.

на» активно сотрудничала с немцами. В 1915 г. ее капитал был увеличен почти вдвое против уровня 1912 г. и по своей производственной мощности она вышла на первое место в Румынии, контролируя 23% нефтяного производства («Стеяу-Ромына» – 22%, «Астра-Ромына» – 20%). Только в 1916 г. валовой доход «Ромына-Американа» составил 30 млн. лей при капитале компании 37 500 млн. лей¹.

По подсчетам Ф. Ландберга, чистые прибыли 32 компаний, входящих в состав «Стандард ойл», выросли в 1918 г. до 450 млн. долл., из которых значительная доля падала на доходы от заграничных операций².

Таблица 1

Чистая прибыль нефтяных компании Рокфеллера в 1914–1918 гг.
(в млн. долл.)³

Название компании	1914 г.	1915 г.	1916 г.	1917 г.	1918 г.
Стандард ойл К° оф Нью-Джерси	31.5	60.8	70.8	80.77	57.3
Стандард ойл К° оф Нью-Йорк	7.7	36.6	*	30.0	28.6
Стандард ойл К° оф Калифорния	10.0	9.5	17.6	19.0	15.3
Стандард ойл К° оф Индиана	6.6	*	30.0	43.8	43.2

* Данные отсутствуют.

Прибыльность заграничных операций «Стандард ойл» в этот период настолько превзошла даже самые оптимистические предположения, что руководители рокфеллеровского треста стали высказываться о целесообразности в дальнейшем перенести центр тяжести всей деятельности треста на международную арену. «Мне представляется, – говорил Садлер, один из рокфеллеровских директоров, – что будущее «Стандард ойл К°»... в большей степени находится за пределами Соединенных Штатов, чем в них самих»⁴. Поясняя свою мысль, он говорил: «Раз политика внешней экспансии в принципе допустима, мне кажется, что «Стандард ойл К° оф Нью-Джерси» судьбой предназначено осуществлять эту экспансию и нам следует надлежащим образом сорганизоваться». А это значит: 1) «знать, что делается на

всех месторождениях за границей в смысле разведочных работ и передачи собственности»; 2) «быть на глазах у каждого владельца собственности, который может захотеть продать или отдать ее в аренду»; 3) «собирать данные относительно будущих районов нефтяного производства на земном шаре и проявлять интерес к наиболее обещающим из них»¹.

Это была целая программа. Она исходила из того, что рокфеллеровский трест должен начать новый поход за захват нефтяных месторождений земного шара. В принципе в этом не было ничего нового, так как внешняя экспансия всегда занимала важное место в политике «Стандард ойл». Только теперь упор делался на захват новых месторождений нефти за пределами США. Впрочем, и это, как мы видели, уже получило развитие в практике американского треста. В течение двух десятилетий, предшествующих мировой войне, Рокфеллер упорно пытался внедриться в другие нефтеносные районы мира. Эти усилия были продолжены и в период войны. Прежде всего, нефтяной трест США значительно расширил свои позиции в латиноамериканских странах. Филиалы и агентства «Стандард ойл» были организованы в Бразилии и на Кубе, в Перу и на островах Вест-Индии, в Чили и Аргентине, в Боливии и Эквадоре, в Венесуэле и Британской Гвиане, в Колумбии и Панаме, в Никарагуа и Гватемале, в Парагвае и Уругвае. В период с 1911 по 1918 гг. доходы «Стандард ойл», получаемые от операций в Латинской Америке, возросли с 17 до 40% от общей суммы прибылей, получаемых Рокфеллером за границей².

Другим районом, который был в эти годы объектом усиленного внимания «Стандард ойл», являлся Дальний Восток. Еще накануне войны Рокфеллер сделал попытку получить контроль над китайским рынком и приступил к разведке нефти в Китае. После начала войны американский нефтяной трест начал новые переговоры с китайскими властями, рассчитывая раздвинуть рамки соглашения 1914 г., первоначально охватывавшего лишь северную часть Китая³. Одновременно с этим «Стандард ойл» после многолетних неудачных попыток, наконец, приобрел несколько нефтеносных участков в Нидерландской Индии. И хотя в Китае американцам не удалось добиться успеха, а в Нидерландской Индии им достались малоперспективные промыслы, Дальний Восток, с его необъятными рын-

¹ Gibb G.S., Knowlton E.H. Указ. соч. – С. 82–83; Раваш Г. Указ. соч. – С. 76.

² Ландберг Ф. Указ. соч. – С. 526; Gibb G.S., Knowlton E.H. Указ. соч. – С. 598.

³ Приведенные данные являются официальными сведениями «Стандард ойл». См.: Ландберг Ф. 60 семейств Америки. М., 1948. – С. 525–526; Gibb G.S., Knowlton E.H. Указ. соч. – С. 598; White G.T. Formative Years in the Far West. New York, 1962. – С. 587.

⁴ Ландберг Ф. Указ. соч. – С. 526; Gibb G.S., Knowlton E.H. Указ. соч. – С. 598.

¹ Из меморандума Садлера 5 марта 1917 г.: там же. – С. 108.

² Gibb G.S., Knowlton E.H. Указ. соч. – С. 197–199.

³ Пекинский отдел КВЖД – Правлению КВЖД в Петрограде 19 августа/1 сентября 1915 г.: ЦГИА СССР, ф. 323, оп. 1, д. 1135, лл. 74–76.

ками сбыта и перспективами новых месторождений нефти, по-прежнему привлекал внимание треста Рокфеллера, являясь одним из важнейших объектов его экспансии. Правда, обстановка, сложившаяся с началом войны, казалось, не благоприятствовала американским планам. Навязанное Китаю Японией «21 требование» затрудняло проникновение американского капитала, но в 1917 г. по соглашению Лансинг-Исии США¹ добились от Японии обязательства соблюдать доктрину «открытых дверей», и это вселяло известные надежды².

Однако японо-американское соглашение не снимало трудностей, которые возникли перед «Стандард ойл» на Дальнем Востоке, тем более, что трудности эти связаны были не только с японской политикой, но и с тем противодействием, которое оказывал американской экспансии англо-голландский трест «Ройял Датч Шелл». Несмотря на то, что и этот последний, и «Стандард ойл» – оба являлись поставщиками нефтяного топлива союзным странам, конфликты между ними продолжались даже в условиях военного времени. И, например, осенью 1917 г. между двумя трестами произошло настолько острое столкновение, что урегулированием вопроса вынуждены были заняться официальные представители британского и американского правительств. Поводом послужили американские нефтяные поставки, которым «Ройял Датч Шелл» стал чинить препятствия. Правда, конфликт был урегулирован благоприятно для американской стороны, без услуг которой в тот момент Англия не могла обойтись, несмотря на явное предпочтение, отдаваемое тресту Детердинга. Каковы бы ни были трудности, с которыми пришлось столкнуться Рокфеллеру в это время, обстановка военного периода создавала исключительно благоприятные возможности. К этому следует лишь добавить, что такому обороту в немалой степени способствовало положение, занятое с началом войны нефтяным трестом Рокфеллера в самих США.

Во всех странах, для которых война сделала актуальной проблему снабжения нефтью, были созданы комитеты, регулирующие поставки этого важнейшего вида стратегического сырья. Повсюду эти комитеты возникли либо по инициативе и при участии соответствующих правительств, либо даже созданы были как правительственные органы.

В России было создано Особое совещание по топливу, регулировавшее снабжение топливом промышленности и транспорта, «работающих для

¹ Международные отношения на Дальнем Востоке (1840–1949 гг.). М., 1956. – С. 260–269.

² Там же. – С. 284–286.

целей государственной обороны». Хотя в состав Особого совещания входили и представители монополистических организаций буржуазии, оно являлось правительственным органом, состоящим главным образом из представителей различных ведомств, а во главе его находился министр торговли и промышленности.

Что же касается Соединенных Штатов, то там вплоть до начала 1917 г. никакого подобного органа не существовало. Но в марте 1917 г., за несколько дней до вступления США в войну, Б. Барух – впоследствии член консультативного комитета Совета национальной обороны – обратился к одному из директоров «Стандард ойл», Бэдфорду, с просьбой сформировать и возглавить Комитет по нефти, который должен был действовать в составе Совета национальной обороны. Такой комитет в ближайшее время был организован. С самого начала Бэдфорд установил контакт с британским, французским и итальянским посольствами, поставив под свой контроль все отношения с союзниками. Правда, в июле 1917 г. правительство США попыталось лишить «Стандард ойл» этой позиции, поглотив Комитет новой правительственной организацией – созданным вместо Совета по национальной обороне Комитетом военной промышленности.

Однако затея эта провалилась. «Стандард ойл» организовала себе поддержку в правительственных и промышленных кругах, сумев отстоять Комитет по нефти. Единственное, чем она вынуждена была поступиться, – это несколько расширить состав Комитета, в том числе за счет включения в него представителя правительства. Но и после этой реорганизации люди Рокфеллера продолжали занимать доминирующее положение в Комитете по нефти¹.

Созданные в период войны в разных странах правительственные или полуправительственные комитеты по нефтяным поставкам несли в себе новую тенденцию, связанную с развитием государственно-монополистического капитализма, демонстрируя дальнейшее сращивание государственного аппарата с монополиями². Правда, формально все перечисленные комитеты создавались в целях контроля и регулирования, но

¹ Gibb G.S., Knowlton E.H. Указ. соч. – С. 238–240.

² Применительно к США этот вопрос изучен в работах: Далин С.А. Военно-государственный монополистический капитализм в США. М., 1961; Белявская И.А. Внутренняя экономическая политика США (1917–1918). М., 1956; Применительно к России см.: Тарновский К.Н. Формирование государственно-монополистического капитализма в России в годы первой мировой войны. М., 1958; Бовыкин Б.И., Гиндин И.Ф., Тарновский К.Н. Государственно-монополистический капитализм в России. История СССР, 1959, № 3, и др.

фактически они позволяли монополиям получать колоссальные прибыли и еще более укрепляли их положение¹. В особенности это относится к монополиям США. «Они нажились больше всех. Они сделали своими данниками все, даже самые богатые, страны», – писал В.И. Ленин². И в числе самых первых, из тех, кто заработал миллиарды долларов на войне, находились магнаты американской нефти во главе с рокфеллеровской «Стандард ойл»³. В этой связи важно подчеркнуть, что именно условия войны и невиданные ранее возможности в использовании государственного и дипломатического вмешательства в интересах монополий послужили важнейшей отправной точкой для новой экспансионистской программы «Стандард ойл» на международной арене, рассчитанной на захват новых рынков сбыта и месторождений нефти за границей. Пользуясь благоприятными условиями, нефтяной трест Рокфеллера спешил форсировать осуществление этой программы.

Таким образом, в годы войны уже созрели предпосылки для новой империалистической схватки за нефть. Ей предстояло развиваться уже в условиях общего кризиса капитализма, наступление которого наряду с мировой войной знаменовала Великая Октябрьская социалистическая революция в России.

События в России привели к коренному сдвигу во всем процессе исторического развития. Они означали прорыв системы империализма, и им суждено было непосредственно сказаться на дальнейшем развитии нефтяного соперничества. Как и в других странах, в России война привела к росту монополий, которые готовились с ее окончанием начать новый тур в борьбе за мировые рынки. Однако эти расчеты были нарушены революцией.

В феврале 1917 г. в России произошла буржуазно-демократическая революция, свергнувшая власть царя и помещиков. Февральская революция создавала благоприятную перспективу для развития капиталисти-

¹ Нефтяные тресты заработали во время войны не только на поставках нефти, но и на выпуске взрывчатых веществ (тринитротолуола). См.: Н. Deterding. An International Oil Man. London, 1934. – С. 90–91.

² Ленин В.И. Полн. собр. соч. Изд. 4-ое. Т. 37. – С. 50.

³ Если накануне войны США еще оставались должником Европы, то к 1918 г. положение изменилось. В то время как европейские вклады составили около 11 млрд. долл., США имели заграничных инвестиций на сумму 28.98 млрд. долл. См.: С. Ниринг и Д. Фримен. Дипломатия доллара. Л., 1926. – С. 18; Очерки новой и новейшей истории США, Т. II. М. 1960. – С. 13.

ческих отношений. Но, с другой стороны, нарастающий политический кризис в стране с каждым днем делал все более ясным непрочный характер буржуазного правительства и его обреченность. В этих условиях В.И. Ленин выступил с призывом к социалистической революции. Партия большевиков подготовила и провела эту революцию. Вслед за восстанием 25 октября/7 ноября в Петрограде революция победила на местах. Победила она и в нефтяной столице – Баку, где 2/15 ноября 1917 г. была провозглашена Советская власть.

После победы социалистической революции на очередь дня стал вопрос о национализации промышленности. Еще в сентябре 1917 г. в известной статье «Грозящая катастрофа и как с ней бороться» В.И. Ленин поставил вопрос о необходимости национализировать нефтяную промышленность. «Возьмите нефтяное дело, – писал он. – Оно «обобществлено» уже предшествующим развитием капитализма в гигантских размерах... Национализация нефтяной промышленности возможна сразу и обязательна для революционно-демократического государства, особенно когда оно переживает величайший кризис, когда надо во что бы то ни стало сберечь народный труд и увеличивать производство топлива»¹. После Октябрьской революции задача национализации нефтяного дела стала еще более настоятельной.

С одной стороны, это было программной установкой большевистской партии, а с другой, настоятельность такого решения была продиктована контрреволюционным саботажем предпринимателей, сознательно срывавших снабжение топливом молодой республики. Вследствие этого, а также в результате разрухи за первые 5 месяцев 1918 г. добыча нефти в Баку сократилась в 2.5 раза, прекратилось бурение, большинство нефтеперегонных заводов было остановлено, срывался вывоз нефти в Советскую Россию². В связи с этим Советское правительство вынуждено было специально заняться нефтяной промышленностью. 28 мая 1918 г. Совнарком РСФСР по предложению В.И. Ленина принял решение о национализации нефтяной промышленности³. А вслед затем, 2 июня 1918г., Бакинский Совнарком издал декрет о национализации нефтяного дела Азербайджана. Это решение было с энтузиазмом встречено рабочими,

¹ Ленин В.И. Поли. собр. соч. Т. 34. – С. 169.

² История Азербайджана / под ред. И.А. Гусейнова, М.А. Дадашзаде, А.С. Сумбатзаде, З.И. Ибрагимов, А.Н. Гулиева, Е.А. Токаржевского. Т. 3. Ч. I. Баку, 1963. – С. 129, 130.

³ Там же. – С. 130; Анкудинова Л.Е. Национализация промышленности в СССР. Л., 1963. – С. 54.

которые отмечали в одной из своих резолюций, что, национализируя нефтяную промышленность, Советская власть идет «по стопам великого учителя Карла Маркса». И заявляли, что скорее «готовы умереть, но не отдать того, что добыто нами кровью»¹.

Октябрьская революция и национализация нефтяной промышленности подвели черту под целым периодом развития последней. Внутренняя, а затем и международная контрреволюция пыталась всеми мерами и средствами уничтожить Советскую власть и вернуть капиталистам нефтяные богатства России. Вслед за заговорами и диверсиями последовала вооруженная иностранная интервенция, завершившаяся, как известно, полным провалом. Завоевания Советской власти были защищены и упрочены, а планы реставрации капиталистических порядков потерпели полный и окончательный провал.

ВСЕ НА БОРЬБУ С ТОПЛИВНЫМ КРИЗИСОМ

В первые годы после Великой Октябрьской социалистической революции положение с топливом в молодом Советском государстве сложилось катастрофическое. Вместо бензина приходилось заправлять автомашины смесью керосина со скипидаром. В районах Средней Азии в топках паровозов сжигалась вяленая рыба, большинство же паровозов в стране отапливалось дровами, которых тоже не хватало. В московской газете «Вечерние известия» от 18 декабря 1918 г. в статье «Жуткий вопрос» предлагалось использовать на топливо часть деревянных построек и уплотнять население в домах с печным отоплением.

Добыча нефти в Советской России в 1918 г. упала до 3,7 млн. т. Резко снизились объемы буровых работ и действующий фонд нефтяных скважин.

Тяжелое положение на нефтяных предприятиях Азербайджана – основного нефтедобывающего района – усугублялось недостатком рабочих. Большая их часть в 1918–1919 гг. ушла на фронты гражданской войны, рабочие армяне и иранцы выехали из Баку во время мусаватистского правления. Численность рабочих на нефтепромыслах Баку к 1920 г. уменьшилась по сравнению с 1913 г. в 3 раза.

Серьезным препятствием в развитии нефтяной промышленности была почти поголовная безграмотность рабочих. По данным А.М. Стопани,

¹ Цит. по: Токаржевский Е.А. Из истории интервенции и гражданской войны в Азербайджане. Баку, 1957. – С. 62, 63.

занимавшегося исследованием рабочего вопроса в дореволюционной нефтяной промышленности, до революции в Баку неграмотные рабочие составляли: среди персов 89,3%, среди азербайджанцев 84,9%, среди казанских татар 50%, среди армян 47% и среди русских 11%. Нефтяная промышленность России не была обеспечена инженерными кадрами. В дореволюционной России не было высших учебных заведений, выпускавших специалистов-нефтяников, в то время готовились горные инженеры широкого профиля, но и их было очень мало. Среди заведующих нефтепромыслами были специалисты самых различных профилей. К примеру, один из Бакинских нефтепромыслов возглавлял врач.

Не было в то время и научно-исследовательских организаций нефтяного профиля. Некоторые разработки велись в рамках Императорского Российского технического общества, действовавшего на общественных началах. Вместе с тем среди специалистов того времени были и крупные, высококвалифицированные инженеры, внесшие достойный вклад в восстановление и развитие нефтяной промышленности, выдвинутые после ее национализации на руководящие должности и составившие ядро советского инженерного корпуса нефтяников.

Понимая значение энергетической проблемы в целом и роли в ней нефтяной промышленности, Центральный Комитет РКП (б) и лично В.И. Ленин уделяли большое внимание вопросам топливоснабжения. В ноябре 1919 г. в циркулярном письме ЦК РКП (б) к партийным организациям «На борьбу с топливным кризисом» В.И. Ленин подчеркивал: «Топливный вопрос встал в центре всех остальных вопросов. Топливный кризис надо преодолеть во что бы то ни стало, иначе нельзя решить ни продовольственной задачи, ни военной, ни общехозяйственной»¹.

Ленинские программные документы – телеграммы и распоряжения в СТО, ВСНХ, Главтоп, Азнефтеком, руководителям партийных и государственных организаций – определили основные пути восстановления и развития нефтяной промышленности.

Особое внимание уделялось главному в то время нефтяному району – Бакинскому. 20 мая 1918 г. была образована Экономическая комиссия для помощи Баку. 22 мая 1918 г. Совнарком РСФСР утвердил постановление Экономической комиссии об ассигновании 100 млн. руб. для вывоза нефти из Баку и выдачи заработной платы рабочим, а также об отправке из Цари-

¹ Нефтяная и газовая промышленность в Америке. Доклад Горному Директорату ВСНХ. Баку, 1926. – С. 5; Ленин В.И. Полн. собр. соч. Т. 39. – С. 306–307.

щина в Баку 10 тыс. пудов хлеба, чтобы обеспечить вывоз нефти в наибольшем количестве. В ответ на заботу бакинские нефтяники приложили огромные усилия для подъема добычи нефти и ее вывоза. Всего за первый период существования Советской власти в Азербайджане (по июнь 1918 г.) было вывезено в Астрахань около 1,4 млн. т нефти и нефтепродуктов. Хотя это было значительно меньше того, что вывозилось в дореволюционное время (5–5,5 млн. т), но все же явилось серьезной помощью для Советской России, ведущей тяжелую борьбу с белогвардейцами и интервентами. В 1920 г. на VIII Всероссийском съезде Советов В.И. Ленин сказал: «Теперь, при громадном энтузиазме, который проявляют рабочие в Азербайджанской республике, при дружественных отношениях, которые у нас установились, при умелых руководителях, данных Совнархозом, дело с нефтью идет хорошо, и мы начинаем становиться на собственные ноги...»¹.

14 февраля 1921 г. Политбюро ЦК РКП (б) обсудило вопрос о положении нефтяной промышленности и приняло решение о мерах по ее восстановлению. 28 мая 1921 г. В.И. Ленин в письме в Главтоп требовал усилить заботу о Баку, внести на рассмотрение Совета Труда и Оборона «программу систематических мер помощи Баку».

Огромную работу по восстановлению нефтяной промышленности провели профсоюзные организации нефтяников. В сентябре 1921 г. было опубликовано обращение Президиума Азербайджанского Совета профессиональных союзов «Ко всем профсоюзным организациям и ко всему рабочему классу Азербайджана» с призывом напрячь все силы для того, чтобы вывести нефтяную промышленность из прорыва. В конце 1921 г. на предприятиях Баку были созданы группы ударного труда, которые имели большое значение в повышении производительности труда.

НАЦИОНАЛИЗАЦИЯ НЕФТЯНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

С момента роспуска Особого совещания по топливу при Временном правительстве регулирование добычи нефти, производства и распределения нефтепродуктов было сосредоточено в Нефтяной части Отдела топлива ВСНХ. 2 марта 1918 г. ВСНХ РСФСР учредил Нефтяной комиссариат во главе с И.Э. Гуковским. Это подразделение в какой-то степени осуществляло наблюдение и контроль за деятельностью нефтяной промышленности, но не могло взять на себя сложные функции руководства производственно-хозяйственной деятельностью этой отрасли.

¹ Ленин В.И. Поли. собр. соч. Т. 42. – С. 151.

Декретом Совнаркома от 17 мая 1918 г. был утвержден Главный нефтяной комитет, в ведение которого перешли все вопросы добычи, переработки, хранения, распределения нефти и нефтепродуктов. Правительственный комиссар имел право устанавливать цены на нефтепродукты, передавать прибыль в собственность государства. Этот Комитет явился первым центральным органом управления нефтяной промышленностью. Коллегию Комитета возглавил Н.И. Соловьев, в состав ее вошли Г.Н. Пылаев, И.Э. Гуковский, А.А. Шибинский, К.А. Махровский, С.М. Тер-Габриэлян. По предложению В.И. Ленина в Комитет был введен также И.М. Губкин. Одновременно были созданы местные нефтяные комитеты.

Установление государственного контроля над производством, распределением и потреблением нефтепродуктов, а также над прибылью предприятий явилось предпосылкой национализации нефтяной промышленности.

Еще в сентябре 1917 г. в работе «Грозящая катастрофа и как с ней бороться» В.И. Ленин теоретически обосновал необходимость национализации нефтяной промышленности.

Изданию Декрета о национализации нефтяной промышленности предшествовала большая подготовительная работа. Вопрос о национализации нефтяной промышленности возник на заседании СНК РСФСР 9 февраля 1918 г. при обсуждении проекта устройства народных нефтяных промыслов. На этом заседании СНК поручил ВСНХ выработать план национализации.

21 февраля СНК постановил передать проект на заключение Народному комиссариату финансов. 1 марта СНК создал новую комиссию из представителей народных комиссариатов труда, финансов и ВСНХ для переработки проекта ВСНХ. Постановлением ВСНХ 2 марта был назначен главный комиссар над нефтяной промышленностью, которому предоставлялись широкие полномочия, в частности право секвестра отдельных предприятий. На заседании СНК 20 июня 1918 г. декрет был утвержден и принято постановление об ответственности кредитных и иных учреждений, а также частных лиц за сохранность имущества национализированных нефтяных предприятий.

Следует отметить, что в нефтяной промышленности России к моменту Великой Октябрьской социалистической революции концентрация производства и капитала достигла такой степени, как ни в одной из других отраслей крупной промышленности. 70% всей добычи Бакинского района – главного в то время нефтяного района – принадлежало трем крупным группам акционеров, остальные 30% формально дробились между более мелкими предприятиями, которые, однако, имели свои объедине-

ния. Это обстоятельство позволило национализировать всю нефтяную промышленность одновременно. Согласно Декрету о национализации нефтяной промышленности, объявлены государственной собственностью предприятия нефтедобывающие, нефтеперерабатывающие, нефтеторговые, подсобные по бурению и транспортные (цистерны, нефтепроводы, нефтяные склады, доки, пристанские сооружения и пр.) со всем их движимым и недвижимым имуществом, где бы оно ни находилось и в чем бы оно ни заключалось; объявлена государственной монополией торговля нефтью и ее продуктами. Управление национализированными предприятиями в целом было передано в Главный нефтяной комитет при Отделе топлива Высшего Совета народного хозяйства (Главнефть). Все права и обязанности Совета съезда нефтепромышленников переданы соответствующим местным органам по управлению национализированной нефтяной промышленностью.

Практически осуществляя декрет СНК, Главный нефтяной комитет предложил всей местной администрации бывших нефтяных фирм исполнять по-прежнему свои обязанности и нести полную ответственность перед Главным нефтяным комитетом за сохранность всего имущества этих фирм и правильное ведение дела, подчиняясь местным органам Главнефти.

Фактическая национализация частной торговли нефтепродуктами была осуществлена несколько позже утверждения Декрета о национализации. Частные нефтеторговые фирмы продолжали существовать как самостоятельные хозяйственные предприятия до 1 июля 1918 года. Они заключали сделки и даже устанавливали цены на нефтепродукты (кроме нефтетоплива, на которое были установлены твердые цены), вели взаимные расчеты и т.п., однако все доходы от торговли нефтепродуктами поступали государству. С 1 июля 1918 г. были установлены твердые цены на керосин, а с 15 ноября 1918 г. и на все остальные нефтепродукты. Коммерческая деятельность частных фирм прекратилась.

В целях концентрации сбыта нефтепродуктов внутри страны в 1922 г. был создан Нефтеторг. Позже Нефтеторг был реорганизован в Нефтесиндикат, в ведение которого перешли функции по экспорту нефтепродуктов, который быстро развивался (табл. 2).

В момент принятия Декрета о национализации нефтяной промышленности в распоряжении Советской Республики находился только Бакинский нефтедобывающий район со всеми его промыслами, нефтеперерабатывающими заводами, нефтяным хозяйством, транспортом и подсобными предприятиями, а также сеть внутренних складов (расположенных во

Таблица 2

	Экспорт нефтепродуктов, тыс. т				
	1923 г.	1924 г.	1925 г.	1926 г.	1927 г.
Нефтепродукты					
Все нефтепродукты	749,0	1376,4	1517,7	2080,8	2786,3
бензин	134,0	271,6	387,7	586,5	745,2
керосин	373,0	426,8	340,4	474,3	707,2
мазут	113,6	456,5	487,9	555,7	710,1
масла	128,4	184,3	198,1	339,3	418,5

внутренних районах страны), в основном на Волге, и внутренние нефтеперерабатывающие заводы.

В Грозненском районе существовала Советская власть, но всякое сообщение с ним из-за развернувшейся на Северном Кавказе гражданской войны было прервано. Таким же было положение в Майкопском районе, на Эмбе и в Туркмении.

Что касается Бакинского района, то там сообщение 28 мая 1918 г. об утверждении Совнаркомом РСФСР национализации нефтяной промышленности (в сообщении не указывалось, что национализация утверждена на ближайшее будущее и что декрет еще не издан) было воспринято, как предписание начать национализацию. Таким образом, к моменту издания общегосударственного Декрета о национализации нефтяной промышленности в Баку она уже была проведена и вошла в историю как первая национализация нефтяной промышленности. В Баку было национализировано 165 самостоятельных нефтяных фирм со всеми находившимися в их ведении промыслами, заводами, трубопроводами и другими подразделениями. Они были объединены и слиты в одно нефтяное хозяйство, которое непосредственно управлялось Бакинским Совнархозом. Было создано 19 крупных хозяйственных подразделений, в 17 из них были объединены все промыслы района, а в двух – соответственно нефтеперерабатывающие заводы и сеть нефтепроводов. Во главе каждого из этих подразделений стояла коллегия из пяти человек: двух выборных представителей от рабочих и служащих, одного выборного – от административно-технического персонала и двух представителей, назначаемых СНХ из лиц, практически знакомых с нефтяным хозяйством.

Летом 1918 г. Баку оказался в кольце войск интервентов. 31 июля 1918 г. под натиском превосходящих сил противника Советская власть в Баку времен-

но пала. 7 октября 1918 г. марионеточное мусаватистское правительство, опиравшееся на поддержку английских оккупационных войск, опубликовало Декрет о денационализации нефтяной промышленности и возвращении предприятий их бывшим владельцам, запасы нефти были быстро вывезены через Батуми за границу.

После восстановления в Баку Советской власти в мае 1920 г. бакинская нефтяная промышленность была вторично национализирована. С момента оккупации Баку англичанами, т.е. с начала августа 1918 г., Главнефтеком был отрезан от всех нефтедобывающих районов, и все его внимание было обращено на проведение национализации складского хозяйства и внутренних заводов с одновременной ликвидацией всего аппарата старых фирм, закрытием текущих счетов в банках и т.д.

В остальных нефтедобывающих районах по мере восстановления Советской власти создавались районные нефтяные комитеты. Благодаря более позднему переходу этих районов в ведение Главнефтекома, выявленные ранее в Баку организационные неувязки были в них заблаговременно устранены, и к фактической национализации приступить было легче.

Постепенно совершенствовалась система управления национализированной нефтяной промышленностью.

В Баку в основу управления был положен принцип концентрации. Все предприятия и организации, так или иначе связанные с нефтяной промышленностью или обслуживающие ее, в том числе электростанции, нефтеналивной транспорт, механические заводы, организации технического снабжения и т.д., подчинялись Азербайджанскому нефтяному комитету (Азнефтеком), возглавляемому коллегией в составе пяти человек. Для руководства промыслами было образовано шесть районных управлений (Балаханский, Сабунчинский, Раманинский, Бибиэбатский, Сураханский и Бинагадинский). Каждый из районов представлял собой самостоятельное хозяйственное подразделение.

В Грозненском нефтяном районе было организовано Центральное управление промыслами и заводами. Вся промысловая площадь разделялась на семь групп: пять на Старогрозненской площади и две в Новогрозненском районе. Эти группы не являлись самостоятельными хозяйственными единицами, а подчинялись непосредственно Центральному управлению грозненскими промыслами и заводами, возглавляемому коллегией из трех человек.

Общее состояние нефтяной промышленности в Баку к моменту ее окончательной национализации отчетливо характеризовалось состоянием

ее основного звена – бурения: буровые станки в большинстве были разрушены, деревянные части их сгнили, железные покрылись ржавчиной, а более ценные оказались украденными. Мастерские, обслуживающие бурение, требовали капитального ремонта и замены технически и морально изношенного оборудования. Запасных материалов, станков, машин, инструментов, а также транспортных средств не было. Не лучше обстояло дело и в Грозненском районе.

РЕКОНСТРУКЦИЯ НЕФТЯНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Для успешного решения неотложных задач, стоящих перед национализированной нефтяной промышленностью, ЦК РКП (б) направил на важнейшие участки нефтяного фронта крупных партийных и хозяйственных работников. Коллективом работников нефтяной промышленности Баку в этот период руководили С.М. Киров, Г.К. Орджоникидзе, А.П. Серебровский. В Грозненский район на восстановление нефтяной промышленности были направлены П.Ф. Гикало, И.В. Косиор, С.М. Ганшин.

В национализированной нефтяной промышленности Азербайджана в первую очередь необходимо было провести восстановительные работы, упорядочить доработку уже эксплуатирующихся горизонтов, ввести в разработку новые объекты. Это было началом общей грандиозной программы восстановления и реконструкции, которая была реализована в кратчайшие сроки благодаря постоянному вниманию со стороны Советского государства и лично В.И. Ленина.

Коренной перелом произошел в технике и технологии бурения. В короткие сроки ударный способ бурения был заменен вращательным. Если в 1926–1927 гг. вращательным способом в Баку было пробурено 63% всех скважин, в 1928–1929 гг. 89%, то к 1934 г. ударное бурение было вытеснено полностью. По сути дела, это было подлинной технической революцией. Резко возросла скорость бурения: от 6,8 м/ст.-мес. в 1920–1924 гг. (ударный способ бурения) до 111 м/ст.-мес. в 1929 г. при неизменно увеличивающейся глубине скважин.

Внедрение новой техники и технологии в отрасли происходило на базе восстановления и реконструкции механических мастерских и заводов, создания энергетического хозяйства. Были реконструированы старые и созданы новые заводы нефтяного машиностроения: в Баку – им. лейтенанта Шмидта, им. С.М. Кирова, им. Ф.Э. Дзержинского, «Бакинский рабочий», им. П. Монтана, в Грозном – «Красный молот» и др. Наладился выпуск буровых станков, станков-качалок, штанг, фонтанной арматуры.

Большая работа проводилась по совершенствованию материально-технического снабжения промыслов и предприятий, транспортного хозяйства. В решении СТО от 15 июня 1921 г. нефтяная промышленность со всеми входящими в нее предприятиями выделялась по снабжению в особую ударную группу. Все снабжающие и распределяющие органы обязывались в первую очередь удовлетворять требование Главконефти на материалы, оборудование и денежные средства по утвержденным сметам. На закупку дефицитных материалов и оборудования для нефтяной промышленности за границей Советское правительство ассигновало золотую валюту. В условиях резкого недостатка автотранспорта значительную роль сыграла быстро построенная сеть узкоколейных железных дорог – она позволила связать нефтяные предприятия с центральными базами снабжения, а также использовалась как пассажирский транспорт. Следует упомянуть, что опыт строительства узкоколейных железных дорог в Азербайджане был успешно использован в Грозненском и Эмбинском нефтяных районах.

Все это позволило в 1925–1926 гг. превзойти довоенный уровень производительности труда в бурении в Баку и превысить на 16% объем проходки 1913 г.

В 1923–1924 гг. были осуществлены грандиозные работы по переходу на механизированные способы добычи нефти – глубиннонасосный и компрессорный. Уже в октябре 1923 г. начался выпуск отечественных глубинных штанговых насосов на заводе им. Ф.Э. Дзержинского в Баку.

Замена желонки глубинными насосами проходила быстрыми темпами. Так, если в 1923 г. на бакинских промыслах работало семь насосов, на грозненских – шесть, то в начале 1927 г. в Баку работало уже более 1500 насосов – на 55% всех скважин, обеспечивавших 35% всей добычи, а в Грозном – 300 на 76% всех скважин. К 1932 г. тартальный способ добычи нефти был полностью изжит на промыслах СССР.

С переходом на насосный способ добычи резко повысилась производительность труда рабочих. В результате, несмотря на рост числа скважин в Баку за период 1923–1926 гг. с 1800 до 2500, численность рабочих снизилась с 25 750 до 22 640 человек.

В 1925 г. в США направляется группа специалистов во главе с А.П. Серебровским (М.В. Баринев, Я.В. Лаврентьев, Г.Н. Бержец, С.А. Ковалевский, Л.Л. Тиферис, С.М. Гейман и др.) для изучения новой техники и технологии разработки и эксплуатации нефтяных месторождений.

На фоне глубокой перестройки техники и технологии в нефтедобывающей промышленности небезынтересно выделить в хронологическом

порядке особо важные нововведения. В 1923 г. внедряется термическая обработка долот; в 1924 г. инженером М.А. Капелюшниковым изобретен и испытан одноступенчатый редукторный турбобур, который произвел техническую революцию в бурении скважины; в 1925 г. инженером Скворцовым впервые предложено приспособление для автоматической подачи долота на забой, названное «автоматическим бурильщиком»; в 1926 г. в Эмбинском районе испытан геофизический метод разведки – электрокаротаж; в 1927 г. начато использование долот, армированных твердыми сплавами; в том же году в Баку в Бухте Ильича пробурена первая скважина без земляной насыпи; в 1930 г. появились приборы для замера кривизны ствола скважины; в 1934 г. на о-ве Артема (Баку) пробурена первая наклонно-направленная скважина.

Наряду с реконструкцией в области бурения и добычи нефти были проведены мероприятия по реконструкции нефтяного транспорта. С первых дней освобождения нефтяных районов Советское правительство уделяло большое внимание строительству нефтепроводов. Уже в 1920 г. было принято решение о сооружении нефтепровода Эмба – Саратов и о составлении проектов нефтепроводов от Грозного в направлении к Черному морю и Царицыну. В июле 1920 г. было начато строительство нефтепровода Грозный – Царицын. В марте 1925 г. была создана комиссия по обоснованию строительства нефтепровода Грозный – Туапсе.

В результате технического перевооружения, проведенного в восстановительный период, нефтяная промышленность Баку вступила в первую пятилетку, переживая довоенный уровень добычи нефти и объем бурения, и с лучшими качественными показателями.

ВЫВОДЫ

Международное нефтяное соперничество испытывало на себе сильное влияние внутренних факторов, связанных с политическим устройством той или иной страны, борьбой классов и партий по различным вопросам нефтяной политики и т.п.

Россия была единственной страной, в которой внутреннее развитие к концу рассматриваемого периода завершилось социалистической революцией, положившей конец существованию монополий. Поэтому изучение данного вопроса представляет интерес для понимания исторических предпосылок и условий революции в России, значение и последствия которой для всего хода мирового развития трудно переоценить.

Царская Россия и русская нефтяная промышленность предоставляли собой наглядную иллюстрацию известного ленинского положения о за-

гниванию и паразитизме монополистического капитала, выразительно проявившихся в «нефтяном голоде» и упадке русского нефтяного дела, которые в значительной степени являлись результатом сознательной политики монополий. Свертывание производства в интересах поднятия цен и получения высоких прибылей – прием, широко распространенный в практике капиталистических монополий.

Однако Россия была единственной страной, где в тот период это явление выразилось в политике «нефтяного голода». С одной стороны, для царской России была характерна высокая организация монополий, объединившихся накануне мировой войны в три треста – Нобель, Шелл и РГО. С другой стороны, «нефтяной голод» оказался связан с последствиями русско-японской войны и революции 1905–1907 гг., которые привели к ослаблению позиции царизма на международной арене и, в свою очередь, к падению нефтяного экспорта. Доходы от этой статьи резко сократились, и монополии, поддерживая кризис в нефтяном производстве, путем вздувания цен стремились взять реванш на внутреннем рынке. Поддержание высоких цен на нефть являлось неременной частью политики монополий и в других странах. Как указывалось, в США это был главный резерв Рокфеллера, которым он с лихвой возмещал свои потери при завоевании мирового рынка. Однако ни в США, ни в других странах, в отличие от России, в рассматриваемый период нефтяные монополии не прибегали к свертыванию производства, а наоборот – всемерно его расширяли, черпая и этом главное средство для борьбы с конкурентами. Таким образом, в тот период «нефтяной голод» в России являлся уникальным явлением. Он представлял собой одно из многих проявлений кризиса, который делал Россию наиболее слабым звеном в цепи международного империализма, поставив в повестку дня в этой стране социалистическую революцию.

Наконец, нефтяным трестам в тот период как во внутренней политике, так и на международной арене принадлежала роль оплота реакции. Широко известно положение ленинизма о том, что монополии свойственна реакция по всей линии. Нефтяные тресты, концентрировавшие в наиболее выразительной форме свойства, присущие капиталистическим монополиям, и в этом отношении не уступали первенства. Разве не показательно, что в США на предприятиях Рокфеллера в числе последних была создана профсоюзная организация, образованию которой в течение ряда лет противодействовали руководители «Стандард ойл», или тот факт, что монополии выступали против национально-освободительного движения, которое являлось препятствием для получения и эксплуатации нефтяных концессий, – в чем нетрудно убедиться на примерах Нидерландской Индии, Персии, Мексики и других стран? Известно также, какую активность проявил международный капитал

в борьбе с революционными выступлениями русских рабочих в 1905–1907 гг. Нефтяные монополии представляли собой опору реакционных режимов. Так было всегда и везде в период, рассматриваемый в данной статье. Так было и позднее, когда Детердинг инспирировал враждебные Советской республике действия британского правительства,, а также сотрудничал с фашистами в Германии, ассигнуя крупные средства нацистской партии и правительству Гитлера, при помощи которых он рассчитывал вернуть себе экспропрированную Советской властью собственность. Так было во всех странах Латинской Америки, на Востоке и в любой другой части мира, где нефтяным трестам угрожала национализация или ущемление их интересов.

Что же касается Рокфеллера, то он ко времени Октябрьской революции прямо не владел никакой собственностью в России. Однако рокфеллеровский трест имел значительные косвенные интересы в нобелевском деле. Даже если «Стандард ойл» и не держал пакета акций фирмы Нобеля, как об этом писали газеты, – совместная с Нобелем политика на международной арене составляла важный элемент в стратегии рокфеллеровского треста. Одна из основных линий монополистических связей в русской нефтяной промышленности, Ротшильды – Самуэль – Ройял Датч Шелл», закончилась накануне войны покупкой предприятий Ротшильдов англо-голландским трестом. Если говорить о другой линии, Нобель – «Стандард ойл», то как ни парадоксально, именно после эволюции руководство «Стандард ойл» приняло решение приобрести фирму Нобеля. И знаменательно, что произошло это в разгар антисоветской вооруженной интервенции, а также – что шаг этот получил санкцию Государственного департамента США, руководители которого в тот период представляли крайне антисоветские круги.

После национализации нефтяной промышленности и установления государственной монополии на внешнюю торговлю в Советской России экспорт нефти оказался свободным от ограничений, которыми его связывала ранее политика монополий. Появление советской нефти на мировом рынке способствовало сплочению нефтяных трестов и ускорило создание всемирной монополии – Международного нефтяного картеля, одна из задач которого заключалась в борьбе против советской конкуренции. Но, с другой стороны, именно советская нефть подрывала самое существование картеля, ибо ни одно его соглашение о поддержании монопольно высоких цен на нефтепродукты на мировом рынке не могло быть прочным. Советская нефтяная промышленность, получившая после национализации исключительно благоприятные возможности развития и действительно испытывавшая невиданно бурные темпы роста, в результате чего уровень производства нефти в СССР увеличился в несколько

десятков раз по сравнению с уровнем в дореволюционной России, стала играть роль фактора, который ограничивал сферу действия нефтяных трестов. А отсюда – нескончаемая, продолжающаяся и поныне, пропагандистская кампания о советском (российском) «демпинге» и «угрозе красной нефти», отсюда и объяснение тому, что по сей день нефтепромышленный капитал представляет собой оплот антироссийских сил, вдохновителей политики «холодной войны» и, в частности, подготовки и проведении различных сценариев мероприятий против стран – членов БРИКС включая тактику ПНД (политика не прямых действий).

Таким образом, нефтяные монополии выступали и выступают в роли наиболее активных защитников капиталистических порядков, кризис и разрушение которых в наши дни ушли далеко вперед по сравнению с тем временем, когда системе капитализма был впервые нанесен сокрушающий удар в результате Великой Октябрьской социалистической революции в России.

Библиографический список

1. Апанович Ю.Г., Байков Н.М., Берлич М.А. Нефть СССР (1917–1987гг.) / под редакцией В.А. Динкова. М.: изд-во «Наука», 1987.
2. Фурсенко А.А. Нефтяные тресты и мировая политика 1880–1918 гг. М.; Л.: изд-во «Наука», 1965.
3. Щелкачев В.Н. Отечественная и мировая нефтедобыча, история развития, современная состояние и прогнозы. М.: изд-во «Нефть и газ» РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина.
4. www.hist.msu.ru
5. his.1september.ru

Елена Михайловна Седых,
кандидат исторических наук, доцент,
Российский государственный университет нефти и газа им. И.М. Губкина,
чл.- корр. Международной Академии менеджмента

e-mail: alekon911@gmail.com

В. А. Лапшов,
доктор социологических наук, профессор

V. A. Lapshov,
Doctor of Sociological Sciences, Professor

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ КАК ФАКТОРА СОЦИАЛЬНОЙ САМООРГАНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

THE THEORETICAL BASIS OF SOCIOLOGICAL RESEARCH OF INNOVATIVE CULTURE AS A FACTOR OF SOCIAL SELF-ORGANIZATION OF THE COMPANY

Актуальность данной темы обусловлена потребностью в преодолении негативных последствий социально-экономических преобразований в России последнего десятилетия XX века. Это активизировало инновационные поиски как в сфере практических проектов, так и в области основ социологического исследования современного общества. В развивающемся обществе идет процесс инновационной социализации. Поэтому инновационная культура является одним из наиболее весомых факторов социальной самоорганизации общества.

The relevance of this topic due to the need to overcome the negative effects of social and economic reforms in Russia the last decade of XX century. This has intensified the search for innovation in the field of practical projects, and in basic sociological study of modern society. In a developing society in the process of socialization of innovation. Therefore, innovative culture is one of the main factors of social self-organization.

Ключевые слова: социальная политика, инновационная культура, инновационная деятельность.

Key words: social policy, innovation culture, innovation.

Социологическая категория «общество» достаточно высокая абстракция. Мы исходим из того, что общество – это сложившаяся в процессе исторического развития относительно устойчивая система социальных связей и отношений между людьми на основе совместной деятельности, направленной на воспроизводство материальных условий существования и удовлетворение потребностей¹. Оно поддерживается в силу обычаев, традиций, законов и культуры.

¹ Социологический энциклопедический словарь. На русском, английском, немецком, французском и чешских языках / редактор-координатор Г.В. Осипов. М.: Издательская группа «ИНФРА-М – НОРМА», 1998. – С. 212.

Культура – это исторически развивающаяся надбиологическая сфера человеческой жизнедеятельности (труд, поведение и общение), благодаря которой обеспечивается воспроизводство и изменение социальной жизни во всех ее проявлениях¹.

Одной из разновидностей понятия «культура» является «инновационная культура». Выявление ее сущности во многом определяется содержанием, вкладываемым в понятие «инновация».

Инновация (нововведение) – это процесс создания, распространения и использования новшества как практического средства для удовлетворения потребностей людей, общества².

Содержание инновации составляет инновационная деятельность. В экономической социологии различают продуктивные, технологические, социальные и культурные инновации. По степени новизны инновации выделяются: 1) радикальная, базовая инновация, открывающая принципиально новые практические средства; 2) модифицирующая, совершенствующая инновация³.

В динамике инновации выделяют инновационный процесс и жизненный цикл инновации. В единстве это характеризует инновацию как целостную систему. Инновационный процесс – это движение инновации от идеи новшества до его использования обществом.

Субъектом инновации является индивид как носитель каких-либо свойств или личность. Инновационная личность формируется и получает распространение в обществе при обстоятельствах, которые можно охарактеризовать «выходом за пределы статуса»⁴. Главная характеристика субъекта инноваций – это его деятельная самоорганизация, понимание своего личного нововведения как субъективно возможной и общественной принимаемой основы собственной самоорганизации.

Индивидуализированное отношение субъектов инноваций друг к другу, к содержанию инновации и порождаемым изменениям может проявиться в

¹ Социологическая энциклопедия. В 2-х т. / Национальный общественно-научный фонд (рук. науч. проекта Г.Ю. Семигин, гл. ред. В.Н. Иванов). М.: Мысль, 2003. – Т. 1. – С. 525.

² Социология труда. Теоретико-прикладной толковый словарь / отв. ред. В.А. Ядов. СПб.: Наука, 2006. – С. 96.

³ См.: Лапин Н.И. Формирование и реализация современной инновационной стратегии организации // Управление социально-экономическим развитием России: концепции, цели, механизмы / рук. авт. кол.: Д.С. Львов, А.Г. Поршнева. М.: Экономика, 2002.

⁴ См.: Hagen E. On the Theory of Social Change. Homewood: Dorsey Press, 2002.

действиях, суждениях, представлениях, настроениях, ожиданиях, представляет собой специфический сплав сознательного и бессознательного, рационального и эмоционального, систематизированного и бессистемного.

Индивидуализированное отношение субъектов к нововведению содержит в себе «в свернутом виде» групповое отношение. Последнее не может быть рассмотрено в виде простой суммы отношений людей, а представляет собой сложное интегративное образование, результат взаимодействия, взаимовлияния и взаимоотражения участников нововведения. Каждый человек формирует, постоянно воспроизводит эти отношения как субъект инноваций. Каждый акт инновационной социализации, освоения любой формы реальности есть для соответствующей личности инновационный акт.

Инновационная культура – это социальное качество субъекта инновационной деятельности, представляющее собой степень его овладения нововведениями в определенной социальной системе.

Каждая конкретная форма общества связана с определенной территорией и политической властью. Люди, включенные в данную территориально-политическую государственную систему, содержание, формы и направленность их социальных действий не только организуются этой системой, но и самоорганизуются. В результате данная форма социальной организации общества создается людьми и ее властными структурами.

Для определения социальной самоорганизации общества, нам необходимо рассмотреть данную категорию в более широком контексте социального в целом. На наш взгляд, М. Вебер, выделив в качестве квинтэссенции социальной жизни «ожидание» (т.е. ориентацию на ответную реакцию), а еще точнее, «ожидание ожидания ожидания»¹, в большей мере, чем другие, приблизился к пониманию социального как некоего эмерджентного (т.е. внезапно возникающего) эффекта «магнитного поля».

Используя мораль, закон, традиции, нормы и культуру, социум создает сеть взаимных ожиданий-обязательств, которые делают возможными вероятностные прогнозы поведения партнеров². Это, по сути, правила игры в социуме, которые представляют собой своеобразные договоренности, разделяемые всеми взаимные обязательства, в соответствии

¹ См.: Вебер М. Избранные произведения: пер. с нем.; под ред. Ю.Н. Давыдова. М.: Прогресс, 1990.

² Общая социология: учеб. пособие / под общ. ред. проф. А.Г. Эфендиева. М.: ИНФРА-М, 2000. – С. 102.

с которыми люди строят свою жизнь. Их наличие, с одной стороны, направляет деяния человека в определенное русло, а с другой стороны, позволяет ему делать вероятностные прогнозы по поводу того, как оценят его поведение окружающие его люди.

Взаимность ожиданий-обязательств составляет своеобразное, невидимое поле социального взаимодействия, без которого невозможно существование общественных сфер.

В нашем исследовании понятие «социальное» рассматривается как качественно особая, специфическая для человека форма регуляции поведения и порождаемые ею свойства человеческой жизни. Суть социального заключается в том, что это особый тип, форма регуляции поведения на основе опережающего прогноза поведения окружающих (в том числе по отношению к самому субъекту действия), который возможен благодаря взаимным обязательствам, договоренностям.

Прежде чем рассмотреть категорию «социальная самоорганизация», необходимо определиться с такими понятиями, как организация и самоорганизация.

Понятие «организация» означает в социологии внутреннюю упорядоченность, согласованность взаимодействия отдельных элементов или частей системы в соответствии со структурой целого. Оно характеризует совокупность процессов или действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей между частями целого, сведение чего-либо в систему.

Самоорганизация возникает как результат, «равнодействующая» целенаправленных индивидуальных действий в рамках более широких социальных систем и процессов¹. Самоорганизацию следует отличать от самоуправления. Это автономное функционирование какой-либо организационной системы (подсистемы), правомочное принятия ею решений по внутренним проблемам, включение исполнителей в процессы выработки решений; коллективное управление как участие всех членов организации, населения, общества в работе соответствующего органа управления; выработка и принятие исполнителями общих решений.

Социальная самоорганизация – одна из составляющих социального управления, проявление спонтанного в обществе, самосовершающиеся процессы социального регулирования².

¹ Краткий словарь по социологии / под общ. ред. Д.М. Гвишиани, Н.И. Лапина; Сост. Э.М. Коржаева, Н.Ф. Наумова. М.: Политиздат, 1989. – С. 298.

² Российская социологическая энциклопедия / под общ. ред. Г.В. Осипова. М.: Издательская группа «НОРМА-ИНФРА-М», 1999. – С. 455.

Для процессов самоорганизации социальных процессов очень характерен тот факт, что личные представления и предпочтения принимающей решения личности, неформализованные и зачастую неформализуемые, могут обуславливать конкретную реализацию решения из многочисленных возможных вариантов.

Под социальной самоорганизацией общества мы понимаем особый процесс социального управления, который характеризуется проявлением спонтанности при самосовершающемся регулировании социокультурных условий, демографической ситуации и определенного вида экономического поведения в исторически сложившейся относительно устойчивой системе социальных связей и отношений групп, общностей и институтов.

Данное определение позволяет рассмотреть социальную самоорганизацию общества целостно, в диалектическом единстве всех ее основных элементов. Само понятие «структура» (от лат. *structura* – строение, расположение, порядок) означает совокупность основных элементов, при наличии между ними устойчивых связей, обеспечивающих сохранение структурой основных свойств при различных внешних и внутренних изменениях.

Одним из элементов социологического изучения является определение социального состава, структуры, содержания и факторов воздействия на то или иное социальное явление.

Результаты проведенного контент-анализа научной литературы, экспертного опроса и многократно повторенного в ходе нашего исследования факторного анализа показали, что социальная самоорганизация общества, включает в себя следующие основные структурные элементы: социокультурные условия, демографическая ситуация и экономическое поведение.

Используя данные, полученные в ходе дисперсионного анализа расчета корреляционного отношения, был выведен и оценен вклад каждого основного элемента в общую вариацию социальной самоорганизации общества. Полученные результаты позволяют говорить о наличии прочной связи основных элементов структуры исследуемого нами явления.

Содержание данного понятия, будучи определяющей стороной целого, представляет единство всех составных элементов объекта, его свойств, внутренних процессов, противоречий и тенденций. Исходя из этого, рассмотрим содержательный компонент каждого основного элемента социальной самоорганизации общества.

Социокультурные условия – это, прежде всего, характерный для членов данного общества образ мыслей, действий, основывающихся на опре-

деленной культуре. Для того, чтобы действия людей в обществе были взаимноожидаемыми, взаимнопредсказуемыми, они должны руководствоваться правилами, критериями, выработанными в этом обществе, стандартами, нормами, традициями и культурой, разделяемыми в данной среде. Из этого можно вывести ряд характеристик социокультурных условий в обществе.

Во-первых, социокультурные условия это символы, знаки, идеи, которые разделяет не один человек, а которые понятны и приняты всеми. Это социальный феномен, обеспечивающий взаимодействие людей данного общества. Социокультурные условия разделяются людьми, живущими в организованных коллективах или обществах, и сохраняют относительное единообразие под воздействием социальных факторов.

Во-вторых, социокультурные условия это всегда стандарт, образец, принятый в группе, коллективе, обществе, благодаря которому создается возможность предсказуемости поведения социального объекта. Систематические, самовозобновляемые (институализированные) взаимодействия в отличие от случайных, одноразовых, экспериментальных действий предполагают возобновляемость, стандартность (институализированность) социокультурных символов, идей, мотивов поведения социальных объектов. Социокультурные условия это творчество, но творчество не единиц, а общности.

В-третьих, социокультурные условия находят свое проявление и воплощение в деятельности, в ее устойчивых, повторяющихся образцах (стандартах). Спорадические, случайные действия к социокультурным условиям относить не следует. Если тот или иной элемент жизнедеятельности начинает превращаться из спорадического, нерегулярного в достаточно устойчивое, повторяющееся нововведение, значит, произошли определенные изменения в социокультурных условиях данной группы людей, общества.

В социологическом понимании содержательными компонентами социокультурных условий в первую очередь являются нормы, традиции, обычаи, общественное мнение и инновационная культура, регулирующие взаимоотношения людей, и объединяющие их в единую целостность – общество.

Демографическая ситуация – это состояние демографических процессов, состава и размещения населения какого-либо общества в целом в определенном году или периоде.

Содержательными требованиями по социологическому изучению демографической ситуации являются: рождаемость; смертность; общие закономер-

ности воспроизводства населения; число браков, разводов и семей (полных, неполных); миграция; половозрастной и этнический состав населения; число городского и сельского населения и ряд других показателей демографического прогноза, которые дают возможность оценить последствия сохранения тенденций при тех или иных условиях. Современное состояние воспроизводства населения обычно сравнивается с прошлым.

Экономическое поведение общества – это система социальных действий, которые, во-первых, связаны с использованием различных по функциям и по назначению экономических ценностей (ресурсов), и, во-вторых, ориентированы на получение пользы (выгоды, вознаграждения, прибыли) от их обращения.

В основе экономического поведения лежит характеристика использования обществом в целом ограниченных производительных ресурсов (земля, труд, машины производственного назначения, технические знания) для производства различных товаров и услуг, а также их распределения в целях потребления между отдельными людьми и группами общества.

Основу социального поведения экономического типа составляет многообразная система норм и правил, отражающих функциональные и иные характеристики различных рыночных элементов. Эти нормы и правила являются обязательными для всех легально действующих субъектов экономического поведения и закреплены юридически на государственном уровне, в различных соглашениях между людьми, в традициях и нормах обыденной жизни, а также в функциональной программе экономических ресурсов.

Основными содержательными компонентами экономического поведения общества являются: материальное положение; отношение к труду; удовлетворенность трудом; содержание труда; условия труда; организация труда; трудовая дисциплина; уровень занятости и безработицы; средний уровень заработной платы; смена работниками места работы; качество продукции; объем и динамика национального продукта; темпы инфляции и т.п.

В социологии еще недостаточно изучена проблема наиболее вероятной реакции общества на нововведения. Для ее решения необходимы: современные средства социологического исследования нелинейного характера; учет эффекта случайной флуктуации. Поэтому анализ основных факторов, влияющих на социальную самоорганизацию общества, приобретает в социологии важное значение.

Понятие «фактор» выражает движущую силу, причину какого-либо процесса, явления, существенное обстоятельство в каком-либо процессе,

явлении. Социальный фактор – это движущая сила развития общества, явление или процесс, обуславливающий те или иные социальные изменения, направленный на объективно необходимый и субъективно ожидаемый результат. Факторы – неоднолинейны, многозначны и динамичны. В своем воздействии на социальные объекты они обладают активной прямой и обратной связью. В данное понятие вкладывается смысл активной побудительной силы. Проблема факторов является, в сущности, проблемой движущих сил, одновременно выражающих объективную обусловленность деятельности субъектов со стороны общественных отношений и их социальную активность.

Обобщая выше сказанное, можно сделать следующий вывод. Инновационная культура как фактор социальной самоорганизации общества – это интегративный показатель степени реализации социальных ожиданий общества от нововведений, а также движущая сила деятельности по разработке, освоению и использованию новшеств в самосовершенствующихся процессах социального регулирования.

Валерий Александрович Лапшов,
профессор кафедры «Социология» ФГОБУ ВПО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»,
доктор социологических наук, профессор

e-mail: k12007@rambler.ru

С. Бурков,
аспирант

S. Burkov,
Post-graduate

ВЕНЧУРНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ И ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ЭЛЕКТРОННО-ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

VENTURE FINANCING AND ITS ROLE IN THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN THE ELECTRONIC INFORMATION TECHNOLOGY

Статья посвящена анализу зарубежного опыта функционирования предпринимательских структур в сфере информационных технологий. Показано, что венчурное финансирование наиболее эффективно влияет на развитие предприятий индустрии электронно-информационных технологий.

This paper deals with foreign experience analysis of enterprising structures functioning in IT sphere. There is show the venture financing has the most effective influence on development of enterprises from electronic IT industry.

Ключевые слова: венчурное финансирование, высокие технологии, инвестиции, интернет-торговля, информационные технологии, предпринимательство, электронная торговля.

Key words: venture financing, high technologies, inventions, internet trading, IT, enterprising, electronic trading.

При рассмотрении зарубежного опыта развития венчурного финансирования в сфере информационных услуг традиционно большое внимание уделяется практике хозяйственной деятельности американских предприятий, поскольку они имеют наибольший опыт в данной сфере. В США выделяют три основные организационные формы рискового капитала:

- 1) специализированные частные фирмы рискового капитала;
- 2) поддерживаемые государством инвестиционные фирмы малого бизнеса;
- 3) специализированные рисковые филиалы крупных корпораций¹.

¹ Одаренко В.Е. Зарубежный опыт развития венчурного бизнеса в сфере информационных услуг // Современная Наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Экономика и право. М.: изд-во «Научные технологии», 2011. – № 1. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.nauteh-journal.ru/index.php/---ep01-11/212> (дата обращения 05.04.2012)

Предопределяющая развитие высокотехнологичных отраслей США корпорация IBM (International Business Machines Corporation), занимающаяся производством компьютерной техники, программной продукции, электронных компонентов и выполнением сопутствующих услуг, является самым ярким примером в зарубежной практике венчурного инвестирования в данном секторе. Эта корпорация еще в 1998 г. определила для себя ключевые сегменты деятельности, к которым относятся инвестиции, глобальные услуги, производство оборудования, разработка технологий и программного обеспечения.

Сегмент глобальных услуг характеризуется тем, что предоставляет информационные услуги, необходимые для поддержки компьютерного оборудования и программных продуктов. К предоставляющимся услугам в данном сегменте относятся такие, как деловой и информационный консалтинг, услуги по преобразованию данных и другие. Здесь имеются три отдельных сектора, представленных в табл. 1.

Таблица 1

Основные секторы сегмента глобальных услуг корпорации IBM¹

Название сектора	Деятельность	Доля от общего объема реализации продукции сегмента, %
стратегический аутсорсинг (Strategic Outsourcing Services)	содействие около 30 000 независимых разработчиков программных продуктов, которые соответствуют запросам корпорации	41,2
деловые консалтинговые услуги (Business Consulting Services)	оказание профессиональных услуг в 160 странах в области организации производства, электронного бизнеса (e-demand), обучения персонала в условиях ускоренного внедрения IT	25,5
комплексное технологическое обслуживание комплексное технологическое обслуживание (Integrated Technology Services)	проектирование, внедрение, ремонт и обслуживание	32,1

¹ Одаренко В.Е. Указ. соч. URL: <http://www.nauteh-journal.ru/index.php/---ep01-11/212> (дата обращения 05.04.2012)

В связи с наличием резервов роста корпорация IBM выбрала одним из стратегических направлений своего развития расширение услуг электронного бизнеса по требованию (e-business on demand), из-за чего ей пришлось масштабно внедрять информационные технологии.

В результате удалось добиться того, что сейчас реализация более чем 80% товаров и услуг совершается через Интернет; электронная связь охватывает более 31 тыс. поставщиков; расширена практика аутсорсинга, т. е. с целью снижения собственных затрат осуществляется передача сторонним фирмам заказов на проектирование и производство некоторых видов электронных изделий и компонентов.

Реализация выбранной IBM политики привела к переходу к осуществлению новой стратегии – «компьютерные услуги по требованию» (on-demand computing). Данная стратегия предполагает предоставление корпоративным клиентам возможности покупать вычислительные ресурсы так же, как, например, электроэнергию. Благодаря этому предприятия смогут стать более гибкими и быстрыми при решении соответствующих задач; также это будет способствовать улучшению взаимоотношений с партнерами, поставщиками и клиентами. Такой эффект будет достигаться за счет интеграции таких составляющих как снабжение, производство и маркетинг.

Открытие современного предприятия по производству полупроводниковых приборов, покупка нескольких софтверных компаний и консультационной компании PwC Consulting и т.д., по словам президента корпорации IBM С. Палмисано, является частью проекта с предполагаемым объемом венчурного финансирования в 10 млрд. долл. по разработке технологии предоставления компьютерных услуг по требованию¹.

Как показывает практический опыт, для достижения стабильной прибыли современным лидерам онлайн-торговли необходимо в своей модели отказаться от распространения реальных товаров. На практике это уже реализуется. Рассмотрим и сравним двух лидеров в данной сфере, которые используют схожие бизнес-модели. Это Amazon.com – лидер онлайн-продаж в области книг и аудиовидеопродукции, и eBay.com – известный аукцион. Несмотря на разные функционалы: интернет-магазин и интернет-аукцион, суть их деятельности фактически одинакова, так как обе компании уже освоили центральные направления деятель-

¹ Одаренко В.Е. Указ. соч. URL: <http://www.nauteh-journal.ru/index.php/---ep01-11/212> (дата обращения 05.04.2012)

ности конкурента. Можно выделить основные сходства этих двух лидеров электронного рынка:

- фиксированные цены на товары, покупаемые в интернет-магазинах;
- позиционирование себя и как традиционных розничных продавцов, и как «поставщиков от производителя»;
- сотрудничество с известными торговыми марками: Amazon – с сетью торговли игрушками Toy'R'Us и супермаркетов Target, а eBay – с IBM, Sun Microsystems, Palm и Hewlett-Packard¹;
- обеспечение проведения Amazon.com подобных eBay.com транзакций;
- предоставление возможности частным лицам, малому и среднему бизнесу торговать на своих площадках.

У обоих лидеров имеются и значительные отличительные особенности. Так, компания eBay.com не относит себя к розничным магазинам, поскольку ее деятельность касается, главным образом, лишь маркетинга и процессинга кредитных карт, но не связана непосредственно с продажей товара. Компания лишь предоставляет возможности для встречи покупателя с продавцом, которые сами выполняют сделку и занимаются перемещением товаров. Наиболее ярким примером отделения eBay, которое достигло немалых результатов, быстрого роста и высоких доходов, является отделение в Германии. Оно смогло построить розничную сеть из тысяч партнеров, которые все основные из присущих онлайн-рознице риски взяли на себя.

Что же касается компании Amazon.com, то она занялась расширением своих партнерских связей с целью увеличить ассортимент и, тем самым, привлечь новых покупателей. К этому привело осознание того факта, что имеющиеся у компании центры логистики являются слишком дорогостоящими и на них приходится основная доля расходов.

Как показывает опыт компаний Amazon.com и eBay.com, в процессе совершенствования своих бизнес-моделей они используют опыт конкурентов и приобретают много общих черт, становясь в значительной степени похожими. Для того, чтобы обеспечить дальнейшее успешное развитие, им необходимо увеличить разнообразие персонализированных услуг,

которое может потребовать также и трансформации традиционных отраслей. Так, вероятное появление в ближайшем времени такой услуги как выпуск электронных книг на заказ для пользователей интернет-магазинов приведет к тому, что необходимость обеспечивать дорогостоящую доставку книг исчезнет, что в свою очередь отодвинет на задний план и массовое изготовление книг в сфере полиграфического производства.

По мнению многих западных экспертов, несмотря на неудачи большого количества интернет-компаний, предприниматели не должны прекращать попытки выйти на данный рынок. Автор работы «Поколение номер два меняет лицо е-бизнеса» П. Коффи¹ убежден, что необходимо по-новому посмотреть на электронный бизнес и обращать внимание, главным образом, на его достижения, а не проблемы. Примером компании, добившейся успехов в этой сфере, он называет относящуюся – на его взгляд – к проектам второго поколения е-бизнеса компанию Etilize, которая получила известность благодаря созданию проекта R2R Central. Его новая технология позволяла организовывать виртуальный связанный каталог товаров.

В связи с тем, что огромную роль в финансовом секторе играет наличие актуальной и оперативной информации, а также возможность передачи электронных эквивалентов денег и ценных бумаг в глобальных масштабах, именно этот сектор добился наибольших успехов в сфере электронных технологий.

Существующие условия жесткой конкуренции на глобальном информационном рынке способствовали процессу диверсификации в деятельности предприятий и освоению смежных сфер деятельности. Например, принимая активное участие в мировом финансовом секторе, ведущие информационные агентства обеспечивают доступ не только к качественному клиентскому сервису, но также вместе с этим оказывают и информационные и транзакционные услуги. Они предоставляются двух видов: услуги прямого доступа к имеющимся торговым системам и услуги организатора торгов. Первое место в мире по объемам торгов занимает принадлежащая Reuters электронная площадка ECN (Electronic Communication Network), на третьем месте располагается электронная площадка Bloomberg. Частная американская компания CQG также яв-

¹ Хензее М., Шаудвет К. Уитмен против Безоса // Инфобизнес. – 2002. – № 2–3. – С. 58.

¹ Коффи П. Поколение номер два меняет лицо е-бизнеса // PC Week/RE. – 2002. – № 25. – С. 21.

ляется примером тех информационных агентств, которые обеспечивают своих клиентов прямым доступом к торгам на товарных рынках¹.

На практике то обстоятельство, что информационные агентства занимаются исключительно оказанием информационных и коммуникационных услуг, устраняет угрозу кредитных рисков, что оказалось достаточно привлекательным для клиентов. В деятельность этих агентств не входит открытие собственных позиций на рынке и осуществление маржинального кредитования клиентов, в отличие от брокеров, которые такие услуги предоставляют.

Перед зарубежной информационной средой стоят задачи, заключающиеся в накоплении необходимых для бизнес-приложений информационных потоков, благодаря которым предприятия любого масштаба получали бы прибыль². Успех деятельности каждой фирмы во многом определяется достоверностью полученной о своих клиентах, поставщиках и дистрибьюторах информации. Для этого требуются соответствующие хранилища, способные накапливать объемные и разнообразные потоки информационного сырья, из которых можно было бы извлекать необходимые данные, а также специализированные бизнес-приложения, являющиеся средствами аналитической обработки и способствующие упрощению поиска информации.

Обеспечение бизнеса свежей и точной информацией возможно с помощью анализа и применения стратегии управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). Применение на практике российскими предприятиями зарубежных технологий вполне возможно, однако основная проблема их заключается в организационной неготовности даже растущих компаний формировать единое и полноценное информационное окружение.

В настоящее время уже практически невозможно представить успешное действующее предприятие, которое бы не создало свой сайт (представительство), так как Интернет стал эффективным средством обмена инфор-

¹ Андреева И.А., Городничий И.В. Информационные продукты, услуги, решения для предпринимателей: состояние и перспективы развития // Московская международная конференция «Информационное обеспечение предпринимательства «БИНФО-2002». М.: НП «Национальное деловое партнерство «Альянс Медиа», ООО МБИТ – 2002. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.smb.ru/analytics.html?id=for_businessmen (дата обращения 06.04.2012)

² Там же.

мацией и оптимизации работы с клиентами. Фирменный сайт, помимо того, что он является частью имиджа компании, дает еще и возможность партнерам и клиентам получить в полном объеме всю необходимую им информацию о предприятии и его деятельности. Именно поэтому на сегодняшний день особое распространение в сфере проектирования сайтов и виртуальных офисов получил промышленный подход к созданию веб-представительств. Промышленную систему разработки, соответствующую современным тенденциям, имеет «Коммунивер.сеть» (www.comuniware.ru/) – подразделение TechInvestLab.ru, которое занимается разработкой высокотехнологичных веб-решений на базе платформы Communiware. Данное подразделение представляет в России интересы калифорнийской компании Communiware.net LLC. За счет подготовки квалифицированного кадрового резерва разработчиков потребители услуг и технологий приобретают более надежные веб-сайты¹.

Фабрика Q-Publishing на базе MS SQL и технологии ASP также является неплохим примером использования промышленного подхода к производству интернет-ресурсов. Компания «Квантум Арт» предлагает использовать в качестве потенциального отраслевого стандарта профессионального веб-производства систему с интерфейсом визуального редактирования².

Благодаря веб-производству, основанному на идеологии перехода «от ремесла к индустрии», электронный рынок расширяется, вовлекая в себя всё большее количество предприятий малого и среднего бизнеса. Здесь они могут получить достаточно функциональное решение, которое отвечает стоящим перед ними задачам и по доступной цене.

На сегодняшний день для решения таких задач эти предприятия могут воспользоваться существующими и разнообразными способами по организации своего информационно-коммуникационного окружения, в том

¹ Андреева И.А., Городничий И.В. Информационные продукты, услуги, решения для предпринимателей: состояние и перспективы развития // Московская международная конференция «Информационное обеспечение предпринимательства «БИНФО-2002». М.: НП «Национальное деловое партнерство «Альянс Медиа», ООО МБИТ – 2002. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.smb.ru/analytics.html?id=for_businessmen (дата обращения 06.04.2012)

² Анисимов В.Ю. Промышленный Интернет: в поисках отраслевого стандарта. Новая идеология веб-производства – от ремесла к индустрии // Доклад на конференции РИФ-2002 [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.rif.ru/2002/rif.php3?lang=russian&chapter=program&topic=tezis> (дата обращения 06.04.2012)

числе и с помощью привлечения сторонних организаций, которые будут выполнять часть функций, имеющих отношение к поддержке информационной среды предприятия.

Таким образом, анализ зарубежного опыта организации функционирования предпринимательских структур в сфере информационных технологий свидетельствует, что венчурное финансирование является мощным толчком для развития предприятий индустрии электронно-информационных технологий. И наиболее ярким примером здесь является корпорация IBM, определяющая сектор высокотехнологичных отраслей США, производящих компьютерную технику, электронные компоненты, программную продукцию и оказывающих сопутствующие услуги.

Библиографический список

1. Андреева И.А., Городничий И.В. Информационные продукты, услуги, решения для предпринимателей: состояние и перспективы развития // Московская международная конференция «Информационное обеспечение предпринимательства «БИНФО-2002». М.: НП «Национальное деловое партнерство «Альянс Медиа», ООО МБИТ – 2002. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.smb.ru/analytics.html?id=for_businessmen (дата обращения 06.04.2012)
2. Анисимов В.Ю. Промышленный Интернет: в поисках отраслевого стандарта. Новая идеология веб-производства – от ремесла к индустрии // Доклад на конференции РИФ-2002 [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.rif.ru/2002/rif.php3?lang=russian&chapter=program&topic=tezis> (дата обращения 06.04.2012)
3. Коффи П. Поколение номер два меняет лицо е-бизнеса // PC Week/RE, 2002. №25.
4. Одаренко В.Е. Зарубежный опыт развития венчурного бизнеса в сфере информационных услуг // Современная Наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Экономика и право». М.: изд-во «Научные технологии». – 2011. – № 1. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.nauteh-journal.ru/index.php/---ep01-11/212> (дата обращения 05.04.2012)
5. Хензее М., Шаудвет К. Уитмен против Безоса // Инфобизнес. – 2002. – № 2–3.

С. Бурков,
аспирант

moroznikolaj@yandex.ru

О. А. Галушкова,
соискатель

О. А. Galushkova,
Post-graduate

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА ОСНОВЕ ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

IMPROVING INNOVATIVE OF ENTERPRISE MANAGEMENT BASED ON INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS

В статье представлен анализ применения интегрированных маркетинговых коммуникаций на предприятии, их эффективность и влияние на рыночное положение.

The article presents an analysis of using integrated marketing communications in the enterprise, their effectiveness and influence on the market position.

Ключевые слова: интегрированные маркетинговые коммуникации, эффективность коммуникативных процессов, инновационный подход, маркетинговые инструменты и принципы управления, стратегическое планирование.

Key words: integrated marketing communications, effective of communication processes, an innovative approach, marketing tools and management principles, strategic planning.

Современный этап развития экономических отношений характеризуется постоянным ростом конкурентной борьбы на внутренних и внешних рынках, глобализацией хозяйственных отношений, коренными изменениями в технике и технологиях, способах продвижения продукции на рынке, методах воздействия на сознание и подсознание потребителей, растущей осведомленностью последних и повышением их требований к производителям, товаров и сервисного обслуживания. Следовательно, производителям для достижения успеха нужно постоянно анализировать рынки, конкурентов, товаров, потребителей, совершенствовать продукцию и совершенствоваться самим. Заранее применять креативные решения для продвижения продукции на рынке, то есть осуществлять стратегическое планирование инновационной и маркетинговой деятельности.

Несмотря на значительное количество фундаментальных исследований, всегда актуальными для товаропроизводителей, инноваторов остаются проблемы оптимизации затрат на продвижение продукции, повышение эффективности маркетинговых коммуникаций и планирование. С другой стороны, рискованная инновационная деятельность требует повышенно-

го внимания, усилий, финансирования и коммуникационной поддержки, а в периоды обострения экономических кризисов, реформ и изменения приоритетов государственного развития проблема успешности инноваций приобретает особое значение.

Исследования свидетельствуют о повышении роли и значения маркетинговых коммуникаций в деятельности предприятий, в общем, и в продвижении инновационной продукции в частности, определяется необходимость внимания к коммуникациям не только на тактическом, но и (в первую очередь) на стратегическом уровне. Классификация видов маркетинга дополнена признаком «По видам коммуникационной деятельности», который отражает современные тенденции развития концепций маркетинга (холистический, латеральный, нейромаркетинг, партизанский, инновационный и др.) и дополняет детализацию его видов.

Сегодня интегрированным маркетинговым коммуникациям отдается доминирующая роль в управлении компаниями. ИМК – это единственная многоканальная синхронизированная коммуникация, ориентированная на установление двусторонних отношений с целевой аудиторией.

Идея ИМК стала актуальной только в середине 90-х, в момент, когда многие специалисты стали замечать, что традиционные маркетинговые схемы не работают. Поиски привели к тому, публикации сразу нескольких книг американских авторов с изложением ИМК-концепции [5]. Это, прежде всего, работа Дона Шульца и Стэнли Тонненбаума 1992 года. Считается, что именно эта книга и послужила концептуальной основой для дальнейших разработок в сфере эффективных маркетинговых решений. Бизнес показал готовность к освоению нового подхода, когда стало понятно, что традиционные маркетинговые схемы являются дорогостоящими и плохо работают.

Среди причин необходимости перехода к новой концепции ИМК можно выделить следующие:

Причина первая – изменение потребителя. В 90-е года западное общество сильно изменилось, изменился тип потребителя, его отношение к рекламной информации. Для потребителя 90-х стало характерным стремление к интерактивному двустороннему общению с производителем и более полной информированности о нем. Потребитель начинает отдавать предпочтение компаниям с более выраженной социальной позицией или лидерам.

Причина вторая – телереклама стала дорогой и неэффективной. Потребитель научился декодировать телевизионные послания и перестал ак-

тивно, как раньше, реагировать на них. Появилось огромное количество каналов с возможностью мгновенного переключения, что позволяет не смотреть рекламу. Стоимость ТВ-рекламы постоянно растет, а ее эффективность неуклонно снижается. Резкий спад эффективности массовой рекламы в свое время стал шоком для западных рекламистов.

Причина третья – традиционный подход не учитывает новых каналов информации. Во многом под влиянием Интернета и других технологий произошла трансформация и в ИМК появились новые каналы распространения информации, появились интерактивные медиа, произошло развитие узкоспециализированных СМИ и т.д.

Причина четвертая – традиционный подход не является адекватным к индивидуальному потреблению. Увеличение сегментации привело к прерывистому подходу распространения информации. В сердце программы ИМК – знание своих потребителей и использование современных технологий для того, чтобы клиенты не были безликими сегментами рынка, а стали конкретными людьми с именами, адресами, историями покупок и др. Компании должны понимать своих покупателей и, самое главное, научиться оценивать эффективность различных коммуникационных средств воздействия.

Причина пятая – дороговизна традиционного подхода. ИМК-подход в этом вопросе в выигрышном положении. Он позволяет сочетать бюджеты, оптимизируя их, достигая при этом большей отдачи, чем традиционный, а также иметь дело с меньшим количеством партнеров, перекладывая на них комплексные решения единым блоком.

Таким образом, использование ИМК-концепции автоматически требует от бизнеса восприимчивости к инновациям. Возможно, компаниям нет смысла повторять путь, уже пройденный западными компаниями, и начать (продолжить) свою маркетинговую деятельность, сразу используя интегрированные подходы.

Важно сказать, что процесс коммуникации состоится только в том случае, если объект коммуникации (принимающий информацию) отреагировал на передачу субъекта (передающего информацию). Однако решение о том, насколько информация является значимой, принимает только объект коммуникации. С учетом целей и информации о начальных и конечных стадиях своей деятельности и своей конкурентной среде предприятие разрабатывает коммуникационную программу, акцентируя внимание на определенных направлениях и целях, которые необходимо охватить.

Ключевым словом в понятии интегрированных маркетинговых коммуникаций все же есть «маркетинг». Четко понимая маркетинговые задачи, можно выстраивать так называемое «постмаркетинговое» пространство, которое будет включать все необходимые коммуникации – связи, контакты, отношения, в том числе и межличностные, обеспечивающие функционирование самого предприятия и его развитие.

Предприятиям все труднее становится определять, какой набор маркетинговых коммуникационных инструментов для создания длительных отношений на рынке и достижения оптимального воздействия на потребителя является эффективным. Современное состояние рынка показывает, что наилучшие результаты дает комплексное применение сразу нескольких средств маркетинговых коммуникаций, а значит применение интегрированных маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации объединяют в себе все элементы маркетинговых коммуникаций – от рекламы до упаковки – и способствуют получению целевой аудиторией взаимосогласованных и убедительных маркетинговых обращений, которые должны максимально эффективно способствовать достижению целей предприятия на рынках продаж товаров и услуг.

Интегрированные маркетинговые коммуникации – это двусторонний процесс, с одной стороны, предполагает воздействие на целевые и другие аудитории, а с другой – помогает получению встречной информации о реакции этих аудиторий на осуществляемое предприятием влияние. Обе эти составляющие одинаково важны, их единство дает основание говорить об интегрированной маркетинговой коммуникации как о системе. Следует понимать, что ни одно предприятие или фирма не в состоянии действовать сразу на всех рынках, удовлетворяя при этом запросы всех потребителей. Напротив, предприятие будет процветать только в том случае, если оно нацелено на такой внешний рынок, клиенты которого с наибольшей вероятностью будут заинтересованы в его маркетинговой программе [2].

Интегрированные маркетинговые коммуникации позволяют решить сразу две взаимосвязанные проблемы.

1. Создание системы коммуникационных сообщений с использованием различных средств комплекса маркетинговых коммуникаций, которые не противоречат друг другу и скоординированы между собой.
2. Достижения максимизации и эффективности через поиск оптимальных комбинаций основных средств маркетинговых коммуникаций.

Процесс внедрения ИМК-концепции в практическую деятельность предприятия направляется следующими факторами:

- непониманием результата при применении ИМК в процессе роста эффективности маркетинговых коммуникаций;
- противоречиями между различными функциональными подразделениями служб коммуникатора;
- малочисленностью рекламных и других агентств, которые в состоянии разработать – эффективные интегрированные маркетинговые коммуникации в силу отсутствия кадров соответствующей компетентности и преследование своих меркантильных интересов.

Несмотря на трудности, стоящие на пути внедрения интегрированных маркетинговых коммуникации в практическую деятельность предприятия, следует отметить, что она получает все более широкое признание [3].

При всем разнообразии инструментов и подходов к ИМК можно выделить несколько базовых принципов выстраивания комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций.

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации начинаются с потребительского восприятия и деятельности.
2. Интегрированные маркетинговые коммуникации интегрируют стратегию бизнеса в целом с потребностями и видами деятельности каждого конкретного потребителя.
3. Интегрированные маркетинговые коммуникации координируют все коммуникации бизнеса в рамках своего же набора.
4. Интегрированные маркетинговые коммуникации устанавливают контакт с потребителем и ведут с ним диалог [5].

Построение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций по вышеприведенным принципам способствует повышению эффективности коммуникационной политики и позволяет создать дополнительные конкурентные преимущества предприятия.

Следовательно, в современных условиях принципиально меняется задача маркетинга, от них зависит и вся концепция коммуникаций – важно не получение доли рынка, а сохранение рентабельности и увеличение капитала предприятия. Именно выполнение этой задачи и будет способствовать комплекс организационно-экономических, рекламно-информационных и межличностно-коммуникативных мероприятий под названием «интегрированные маркетинговые коммуникации». Именно интеграционные процессы различных маркетинговых коммуникаций формируют интегрированные маркетинговые коммуникации как целостную систему деятельности хозяйствующего субъекта, направленную на извлечение максимальной экономической и социальной выгоды из доступных, текущих (а также перспективных)

ресурсов, используя различные маркетинговые инструменты и принципы управления коммуникативными процессами.

Поэтому для выполнения поставленных компанией задач необходимо плотное взаимодействие различных подразделений предприятия, что предполагает, прежде всего налаженные коммуникации внутри предприятия и огромный арсенал разнообразных средств для создания и поддержания коммуникаций с внешней средой. Старт в маркетинговое пространство, или комплекс маркетинговых коммуникаций, формирует истинную ценность компании, что обеспечивает ей инвестиционную привлекательность и динамику развития.

Библиографический список

1. Бутенко Н.В. Маркетинг: учебник. М.: Атика, 2008. – 300 с.
2. Павленко А.Ф., Волчанка А.В., Примаков Т.А. Маркетинговые коммуникации: современная теория и практика: монография. М.: КНТЭУ, 2005. – 408 с.
3. Ромат Е.В. Реклама: учебник для вузов. Седьмой изд. СПб.: Питер, 2008. – 512 с.
4. Председатель А.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 6. – С. 37–46.
5. Ремез Ю.В. Механизм формирования интегрированных маркетинговых коммуникаций // Маркетинг в Украине. – 2010. – № 3. – С. 39–43.

Оксана Алексеевна Галушкова,
соискатель,

Институт международных социально-гуманитарных связей

e-mail: infoks89@gmail.com

Д. Л. Гришин,
аспирант

D. L. Grishin,
Post-graduate

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ИСТОРИИ ФАРМАКОЛОГИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ И ЛЕКАРСТВЕННОГО РЫНКА

SOME QUESTIONS OF THE HISTORY PHARMACEUTICAL INDUSTRY AND PHARMACEUTICAL MARKET

В данной статье рассматриваются основные этапы зарождения и развития рынка лекарств. Определены современные проблемы отрасли. Дана характеристика государственного регулирования рынка лекарств. Показаны проблемы конкуренции на этом рынке. Определены тенденции развития фармакологической индустрии.

This article describes the main stages of the birth and development of the pharmaceutical market. Identified current problems in the industry. The characteristic of the state regulation of drugs. Showing the competition problems in this market. Identified trends in the pharmaceutical industry.

Ключевые слова: фармакология, рынок лекарственных средств, зарождение и развитие лекарственного рынка, направления развития фармакологической индустрии.

Key words: pharmacology, pharmaceutical market, the emergence and development of the pharmaceutical market, the direction of development of the pharmaceutical industry.

Фармацевтическая индустрия прошла длительный путь с 754 года до н.э., когда арабские аптекари открыли первую задокументированную лавку по продаже лекарств и различных, в том числе, колдовских снадобий¹. Тогда, в доисторические времена, торговля лекарствами была в большей степени «торговлей чудом», где чудодейственные травы и иные ингредиенты снадобий обеспечивали чудесное исцеление больных и, несмотря на отсутствие научного подхода, в то время, к приготовлению лекарственных средств, определенное разумное зерно в народной фармакопее, выражением которой являлись тогдашние аптечные лавки, безусловно, было.

В привычном нам смысле, возникновение европейской индустрии лекарственных средств относится к XIX веку. Безусловно, процесс индустриаль-

¹ См.: Walsh Robin A history of the pharmaceutical industry // Pharmaphorum the Articles. – September. – 2010.

ного генезиса в этой отрасли протекал длительное время. Его инициатором принято считать научную революцию XVII века, которая породила идеи рационализма и технику экспериментирования. Поворотным моментом на пути возникновения фармацевтической отрасли стала промышленная революция XVIII века, когда появились промышленные методы производства, которые были органично восприняты фармацевтикой и постепенно превратили её в индустрию.

Возможно первым представителем именно фарминдустрии стала германская фирма Мерк, основанная в Дармштадте в 1668 году. Начало трансформации этой фармакологической фирмы в индустриальный концерн относится к 1827 году и связано с именем Генрика Эммануила Мерка. Именно он начал наиболее активно переводить деятельность фирмы на научные и индустриальные рельсы, прежде всего, переведя на них торговлю препаратами, приготовленными с использованием алкалоидов¹. Не менее динамично развивались и другие представители отрасли в Германии. Так, ГлаксоСмитКляйн (GlaxoSmithKline), возникшая в 1715 году, стала в 1842 году пионером патентованной медицины, а с 1859 года перешла на выпуск исключительно лекарственных препаратов и медицинского обеспечения².

В США фармацевтическая индустрия также началась в середине XIX века, когда в 1849 году два иммигранта из Германии основали фирму Пфайзер, положив начало современному глобальному химико-фармакологическому бизнесу. Первый большой успех лекарственным препаратам Пфайзера пришел в эпоху Гражданской войны в США 1863–1865 гг., когда большим спросом пользовались болеутоляющие и антисептические, производство которых было поставлено фирмой на поток³.

Дальнейшее развитие американской фармацевтической отрасли связано с именем полковника кавалерии армии Союза Илая Лили. Будучи подготовленным химиком фармацевтом, он являл собой архетип динамичного и много одаренного американского предпринимателя. Войдя в фармацевтический бизнес США в 1876 году, он сконцентрировался не только на производственных моментах, но и стал уделять равное внимание вопросам на-

¹ См.: Merck Group: A successful history. Онлайн документ: <http://www.merckgroup.com/en/company/history/history.html>

² См.: GlaxoSmithKline: About us. Онлайн документ: <http://www.gsk.com/about/history-noflash.htm>

³ См.: Pfizer history. Онлайн документ: <http://www.pfizer.com/about/history/history.jsp>

учных исследований и улучшения качества продукции¹. Наконец появление первой в США химико-фармакологической лаборатории относится к 1858 году и связано с именем флотского врача Робинсона Сквибба, создавшего специальную лабораторию по проверке действия и улучшению лекарств².

Важным центром формирования фармацевтической индустрии выступила Швейцария. На протяжении XIX века в ней динамично развивалась национальная система домашних аптек. Являясь ранее центром торговли текстилем и красками, Швейцария, постепенно, сменила промышленную специализацию, перейдя на торговлю красителями и антисептиками, изготавливавшимися из сходного набора компонентов. Важной отличительной особенностью швейцарской экономики того времени выступало полное игнорирование патентного права, что привело к признанию её Германским Рейхстагом «пиратски государством».

Давая характеристику фармацевтического рынка того времени, необходимо отметить полную неурегулированность торговли, которая диктовалась тем, что тогда провести четкую границу между «фармацевтикой» и «химией», каковая существует в наши дни, было не возможно. Тогдашние фармацевтические компании занимались широким спектром предпринимательства. Они изготавливали и торговали рыбьим жиром, зубной пастой, лимонной кислотой для прохладительных напитков и гелем для укладки волос, как и лекарства, отпускаемые по рецепту, они широко реализовывали такие продукты как опиум (опиаты) и героин на рынке безрецептурном. Национальная конкуренция и конфликты, которые характеризовали тот период развития лекарственного рынка, также оказали глубокое воздействие на развитие фармакологической индустрии.

Межвоенный период (1918–1939) был отмечен двумя научно-технологическими прорывами, которые, фактически, привели к созданию фармацевтической индустрии такой, какой мы знаем её сегодня. Первый прорыв связан с выделением инсулина в начале 20-х гг. канадским физиологом Фредериком Бантингом. Однако не меньше первооткрывателя для начала промышленного производства медицинского инсулина сделали исследователи из компании Илая Лили, которую возглавлял уже внук основателя.

¹ См.: LILLY IS MORE THAN CREATING MEDICINE. ABOUT. Онлайн документ: <http://www.lilly.com/about/Pages/default.aspx>

² См.: Richard S. Satterlee. Courtesy of the American Institute of the History of Pharmacy, Madison, Wisconsin.

Вторым прорывом стал пенициллин. Он был выделен в 1928 году Александром Флемингом из штамма гриба вида *Penicillium notatum* на основе случайного открытия: попадание в культуру бактерий плесневого гриба из внешней среды оказывает бактерицидное действие на культуру бактерий. В дальнейшем, наиболее глубоко и полно его исследовали Говард Флори и Эрнст Чейн. Именно они, при государственной поддержке правительства США, а позднее и международном сотрудничестве, сделали возможным промышленное производство пенициллина, которое было практически одновременно развернуто на предприятиях концернов Мерк, Пфайзер, Сквибб и др.

Огромный масштаб и изощренные усилия по развитию промышленного производства пенициллина отметили новую эру разработки лекарств в фармацевтической промышленности. Вторая мировая война также поощряла медицинские и фармакологические исследования от новых анальгетиков до противотифозных сывороток и обеспечила глубокое сотрудничество между фармакологическими компаниями и правительством.

Послевоенный период характеризовался возникновением в Европе общенациональных систем здравоохранения. Одной из первых возникла британская Национальная служба здравоохранения (НСЗ), в рамках которых создавалась более упорядоченная система производства, назначения и применения лекарственных средств. В 1957 году, британская НСЗ ввела в действие систему фиксирования цен на лекарства, которая стимулировала инвестиции производителей в разработку и продвижение на рынке новых препаратов.

Дальнейшее расширение контрольно-регулирующих функций государства в фармацевтической индустрии и на лекарственном рынке произошло в начале 60-х гг и связано с так называемым «Толидомидовым скандалом»¹. По ходу его разбирательства в США были сформированы комплексные правила тестирования новых лекарств на выявление их лечебного эффекта, побочных эффектов и противопоказаний. В свою очередь, в 1964 году была принята Хельсинкская декларация, определившая этические принципы клинических исследований и требования к безопасности продуктов медицинского назначения, в отличие от иных химикатов.

¹ См.: Stephens, Trent; Brynner, Rock Dark Remedy: The Impact of Thalidomide and Its Revival as a Vital Medicine. Perseus Books, 2001.

Магистральной линией развития собственно фармацевтической отрасли в это время стало внедрение фордовских методов организации производства. Они принесли в отрасль более высокий уровень рационализации, обеспечили разворачивание массового производства, а также новое специфическое понимание химико-биологических исследований, где появление нового препарата становилось плодом длительных изысканий, а не случайного открытия.

Этот «Золотой Век» разработки лекарственных средств занимает видное место в широком пейзаже послевоенного экономического бума. Этому способствовал общий контекст глобального улучшения уровня жизни и технологического оптимизма, который характеризовал период конца 40-х – начала 70-х годов, так же как стимулирующая науку гонка между сверхдержавами по ходу «холодной войны». Поскольку барьеры для неограниченного производства препаратов были повышены, в фармацевтической промышленности произошло укрупнение. Аналогично, интенсифицировались процессы интернационализации исследований и производства, начатые перед войной. В 1951 году один только концерн Pfizer открыл филиалы в девяти новых странах.

Список новых лекарств, появившихся в то время, говорит сам за себя. В 60-х годах появились первые контрацептивы, получившие в обществе распространение, сравнение с распространением пенициллина. Поворотным моментом стало начало выпуска Диазепама (Валлиума), продажи которого концерн Рош начал в 1963 году. В дальнейшем этим производителем был представлен целый новый класс антидепрессантов и антипсихотических средств, основоположником которого стал галоперидол. Фактически, этот препарат и последовавшие за ним, стал основоположниками новой эры в клинической психиатрии и неврологии.

70-ые годы ознаменовались очередной новой эрой, которую американское правительство назвало эрой «войны с раком». Именно в то время фарминдустрия подошла вплотную к выпуску первых противораковых препаратов, которые повышали выживаемость больных в несколько раз. С другой стороны, начало в 1975 году массированного производства и продаж ингибиторов АПФ резко и устойчиво улучшило ситуацию в клинической кардиологии, снизив смертность от заболеваний сердца. Также в это же время появились такие всемирно известные и распространенные сегодня лекарства как парацетомол, ибупрофен и ряда других.

Концентрация усилий фармацевтических гигантов в это время на лабораторных и клинических исследованиях позволила синтезировать циметидин (блокатор H2-гистаминовых рецепторов), который был выпущен

в 1976 году под торговой маркой Тагамет. Этот препарат стал первым «лекарственным блокбастером», производство которого приносит производителям до настоящего времени более 1 млрд. долл. ежегодно. Доходность этого препарата, привела к активизации конкурентной борьбы компаний за первенство в разработке следующего блокбастера, в чем многие достигли большого успеха. Так компания Илай Лили выпустила в 1987 году Прозак первый из селективных ингибиторов обратного нейронального захвата серотонина, что привело к очередному пересмотру клинической практики в психиатрии. Первый статин был также в 1987 испытан и произведен концерном Мерк (MSD).

Однако, в то время как были сделаны эти заметные прорывы, требовавшие огромных расходов и связанные с ощутимым риском, многие субъекты фарминдустрии вовлеченные в как в исследования, так и в производство, поставили во главу угла именно конкурентную борьбу, пытаясь получить малейшие доли на рынке, вместо того, чтобы создавать новые лекарства. Например, популярный ингибитор протонного насоса компании AstraZeneca, Нексиум (эзомепразол), выпущенный в 2001 году, является просто очищенной единично изомерной версией более старого препарата, который, как оказалось, терял патентную защиту. Патенты или отсутствие их, стали сегодня ключевой проблемой для отрасли.

Акт Хэтча-Ваксмана 1984 года урегулировал производство и распространение дженериков в США, в связи с этим в ряде развивающихся стран, где дженерики активно производятся (Китай, Тайланд, Малайзия и пр.) были приняты политические решения по развитию отрасли, полностью игнорирующие медицинские патенты.

В центр отрасли в условиях такого положения дел был поставлен маркетинг, главная задача которого заключалась в мерах по поддержанию доли компании на рынке. Наряду с этим активизировалось взаимодействие с лоббирующими интересы производителей и продавцов политиками, чтобы обеспечить защиту коммерческих интересов, и с адвокатами, реализации юридических требований соблюдения прав на интеллектуальную собственность. Эти действия принесли большее подозрение в оценке общественностью фармацевтической промышленности в целом. Однако, это может быть также связано с пессимистическим восприятием в обществе возможностей технологии, также проявляющимся в приступах общественной паники по поводу генетически модифицированных зерновых культур и традиционной подозрительности по отношению к ядерной энергии.

Актеры фармацевтической индустрии и рынка пытаются сегодня решить эти проблемы за счет аутсорсинга некоторых аспектов своего функци-

онирования, скупая маленькие компании, занимающиеся прорывными исследованиями, подобно пионерам исследователям XIX века. Но в чем заключаются новые технологические порывы, обещающие позитивное будущее для фармацевтической отрасли в XXI веке. Компьютеризация и биотехнологии называются сегодня магистральными направлениями развития цивилизации в целом и фармацевтики в частности¹.

Автоматизация процесса синтеза новых препаратов лекарства посредством применения компьютеризированных лабораторий с высокой пропускной способностью и компьютеризация геномики позволят обеспечить инновационные прорывы намного более высокого уровня, чем ранее. Начиная с инсулина в 1970-ых, генетическая модификация позволила обеспечить производство человеческих белков, необходимых для изготовления лекарств, бактериями. И биологические препараты, такие как моноклональные антитела, введенные в оборот на рубеже тысячелетий, предполагают совершенно новый взгляд на будущее привычных сегодня лекарственных средств, которые воздействовали на здоровье человека по стандартам прошлого столетия.

Обобщая сказанное, необходимо отметить, что центральным вопросом современного этапа развития фармацевтической индустрии и рынка являются маркетинговые проблемы продвижения препаратов на рынке. Маркетинг препаратов, продаваемых без рецепта, таких как обезболивающие средства и лекарства от аллергии, существовал и развивался, начиная с истоков медицины. Однако, только в 1997, маркетинг современных рецептурных лекарств вошел в привычку. До этого момента, считалось, что массовый маркетинг медицины бесплоден, так как центром системы взаимодействия были доктора, которые выбрали какой препарат назначить пациенту, у которого фактически отсутствовало право голоса в лечении. Таким образом, профессиональные врачи стали первым объектом фармацевтического маркетинга и удерживают это место до сих пор.

Ситуация изменилась коренным образом с появлением Интернета и развитием электронного маркетинга. У медицинских работников теперь появился обширный массив информации на кончиках пальцев. Наряду с

¹ См.: Доклад С.Ю. Глазьева на открытии Кондратьевских чтений, 21 октября 2011 г., ГД ФС РФ. Конспект автора статьи.

этим и пациенты, вооруженные этим знанием начали эру терпеливого изучения действия и показаний к применению лекарственных средств, назначаемых им врачами. Это позволило им начать играть более активную роль в обеспечении собственного здоровья и здравоохранении в целом. Такое положение вынуждает нас отметить начавшийся процесс замены фокус-группы маркетинговой работы фармацевтических компаний и перехода от фокусирования на врачах к фокусированию на пациентах как объекте маркетинга лекарств.

Библиографический список

1. Доклад С.Ю. Глазьева на открытии Кондратьевских чтений, 21 октября 2011 г., ГД ФС РФ. Конспект автора статьи.
2. GlaxoSmithKline: About us. Онлайн документ: <http://www.gsk.com/about/history-noflash.htm>
3. LILLY IS MORE THAN CREATING MEDICINE. ABOUT. Онлайн документ: <http://www.lilly.com/about/Pages/default.aspx>
4. Merck Group: A successful history. Онлайн документ: <http://www.merckgroup.com/en/company/history/history.html>
5. Pfizer history. Онлайн документ: <http://www.pfizer.com/about/history/history.jsp>
6. Richard S. Satterlee. Courtesy of the American Institute of the History of Pharmacy, Madison, Wisconsin.
7. Stephens, Trent; Brynner, Rock Dark Remedy: The Impact of Thalidomide and Its Revival as a Vital Medicine. Perseus Books, 2001.
8. Walsh Robin A history of the pharmaceutical industry // Pharmaphorum the Articles. – September. – 2010.

Гришин Дмитрий Львович,
аспирант Московской международной высшей школы бизнеса
«МИРБИС» (Институт)

e-mail: obz81@yandex.ru

И. А. Зубков,
аспирант

I. A. Zubkov,
Post-graduate

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ В РОССИЙСКИХ ХОККЕЙНЫХ КЛУБАХ

DETERMINING EFFICIENCY OF STRATEGIC MANAGEMENT WITHIN RUSSIAN HOCKEY CLUBS

Статья определяет особенности клубов, критерии эффективности управления для клубов, методы оценки критериев стратегического управления. Строится модель, позволяющая выбрать лучшую стратегию для клуба. Вводится новый показатель, при помощи которого выводится формула оценки эффективности стратегии хоккейного клуба. Даются рекомендации относительно сбалансированной системы показателей.

The article determines the peculiarity of hockey clubs, effectiveness criteria of management for clubs, evaluation methods of criteria of strategic management. The model is built, that shows the best strategy for the club. It gives the recommendations toward the balanced scorecard system.

Ключевые слова: хоккейные клубы, стратегическое управление, определение эффективности.

Key words: Hockey clubs, strategic management, efficiency determination.

В настоящее время спорт является важной сферой социально-экономической жизни многих стран в целом и России в частности. В него вовлечены значительные финансовые ресурсы и большое количество высококвалифицированной рабочей силы. Постоянно совершенствуются и разрабатываются новые модели управления спортом и его финансирования. Вследствие этих процессов становится очевидно, что спорт нуждается не только в профессиональных спортсменах и тренерах, но и в профессиональных экономистах, управленцах, юристах, социологах.

Для российских хоккейных клубов проблема стратегического управления стала еще более актуальной и важной после создания Континентальной Хоккейной Лиги. Данная Лига, в состав которой входят не только российские, но и зарубежные хоккейные клубы, имеет амбициозные задачи – стать ведущей хоккейной Лигой в мире. Однако, осуществлять столь масштабные проекты без стратегического управления хоккейными организациями невозможно. Этого требует рост конкуренции, борьба за игроков и тренеров не только между российскими командами, но также и между заокеанскими клубами, входящими в состав НХЛ (на сегодняшний момент самой пре-

стижной Лигой в мире) и усиление рисков, которые диктуют необходимость выбора новых направлений развития. Менеджмент российских хоккейных клубов стоит перед необходимостью совершенствования концептуальных подходов, методов, инструментов, используемых при подготовке и принятии управленческих решений в новой нестабильной среде. Несмотря на то, что в секторах спортивных клубов уже сформированы управленческие структуры, отвечающие специфике деятельности в рыночных условиях, учитывая высокую инерционность и капиталоемкость российского хоккея, жизненно необходимо уже в данный момент в целях достижения устойчивости и эффективности его развития в долгосрочной перспективе совершенствовать методы стратегического управления. Таким образом, перед российским спортом в целом, и хоккеем, в частности, на сегодняшний момент остро стоит проблема поиска наиболее оптимальных путей для совершенствования системы стратегического управления спортивными клубами.

Российские хоккейные клубы – специфические организации, которые имеют ряд особенностей по сравнению с другими компаниями.

В самом статусе хоккейного клуба, как организации присутствует особенность, которую автор называет «двойственность». То есть имеется в виду, что среди всеобщей совокупности современных организаций существует классификация, которая делит эти организации на коммерческие и некоммерческие предприятия, которые имеют свои цели и особенности, не схожие друг с другом. Однако хоккейным клубам свойственны черты как коммерческих, так и некоммерческих предприятий, причем независимо от организационно-правовой формы клуба¹.

Изначально официальные цели и задачи хоккейных клубов (которые прописаны в учредительных документах данных организаций) носят ярко выраженный социальный характер, присущий, как правило, некоммерческим организациям, не осуществляющим свою деятельность в условиях конкуренции (поскольку конкуренция – это соперничество субъектов рыночных отношений за лучшие условия и результаты коммерческой деятельности, то есть конкуренция присуща именно коммерческим предприятиям). Однако, российские хоккейные клубы, в отличие от классических некоммерческих организаций, осуществляют свою деятельность в условиях жесткой конкуренции между собой. Более того, успех в данной борьбе дает возможность клубам успешно продолжать свою деятельность, направленную на социальную сферу жизни общества, (клубы, за-

¹ О том, что хоккейные клубы могут создаваться в любой организационно-правовой форме указано в регламенте КХЛ.

нимающие первые места в чемпионатах, имеют гораздо больше шансов на получение финансовой поддержки со стороны спонсоров).

Задачи клубов, которые ежегодно озвучивают генеральные менеджеры и главные тренеры, предельно просты: побеждать другие клубы-конкуренты и в упорной борьбе занимать высокие места в турнирной таблице. В соответствии с данными целями, клубы разрабатывают стратегию, более характерную для коммерческих предприятий.

Таким образом, при определении эффективности стратегического управления для хоккейных клубов следует учитывать специфику данных организаций.

Изучив и проанализировав литературу по данной проблеме¹, автор предлагает из всего многообразия нюансов выделить наиболее важные и основополагающие различия в стратегическом управлении коммерческими и некоммерческими предприятиями (см. табл. 1).

Автор не случайно из всего многообразия факторов стратегического управления поместил в табл. 1 лишь шесть факторов:

- исследование конъюнктуры;
- определение целей;
- использование ресурсов;
- отношения с потребителями;
- исполнители;
- определение эффективности.

Поскольку именно по данным факторам, по мнению автора, можно определить принципиальные различия в стратегическом управлении коммерческими и некоммерческими организациями.

Учитывая, что хоккейные организации в России объединяют в себе часть свойств коммерческих и часть свойств некоммерческих организаций, автор считает, что СУ в данных организациях должно представлять некий синтез, сочетающий в себе те различия, которые указывались в табл. 1.

¹ Брайс Х. Десять принципов управления некоммерческими организациями // Современный менеджмент: пер. с англ. М., 1997. – С. 1629–1630; Муниципальный менеджмент / под ред. Т.Г. Морозовой. М., 1997; Стратегическое планирование развития города. Проблемно-тематический сборник. М., 1999; Янг Д. Руководство некоммерческими организациями // Современный менеджмент: пер. с англ. М., 1997. – С. 1631–1635; Bowman C., Asch D. Strategic management. L., 1987; Robey P., Sales A. Designing organizations. Burr, 1996; Wolf Th. The non-profit organisation. Englewood Cliffs, 1994.

Таблица 1
Стратегическое управление в коммерческих и некоммерческих предприятиях¹

Факторы стратегического управления						
Различия в СУ	Исследование конъюнктуры	Определение целей	Отношения с сотрудниками	Отношения с потребителями	Исполнители	Определение эффективности
Коммерческие предприятия	Объекты исследования: Изменения рыночных факторов (уровень инфляции или ставки процента; налогообложение, тарифы, и т.д.); Конкуренция с другими предприятиями за сегмент рынка, инновации, качество продукции, количество клиентов и т.д.	Требования: Количественное выражение Свойства: Последовательные, согласующиеся, измеримые	Особенности труда: менее высокая, чем в коммерческих организациях, степень морального удовлетворения ↓ приоритет коммерческих целей, который формирует более высокую оплату труда по сравнению с некоммерческими предприятиями	На первом месте	Структура: Собственники-акционеры ↓ Совет директоров ↓ Председатель совета директоров (наиболее наделенный властью индивид в компании) ↓ Подчиненные менеджеры (формальная власть)	Измерение объема предоставляемых услуг на «выходе». Критерии оценки: 1) качество управления; 2) качество продукции и услуг; 3) способность к нововведениям; 4) объем долгосрочных инвестиций; 5) финансовое положение; 6) способность к привлечению, развитию высококачественных человеческих ресурсов; 7) ответственность перед обществом и окружающей средой

¹ Авторская интерпретация.

Окончание таблицы 1

Факторы стратегического управления						
Различия в СУ	Исследование конъюнктуры	Определение целей	Отношения с сотрудниками	Отношения с потребителями	Исполнители	Определение эффективности
Некоммерческие предприятия	Объекты исследования: Источники финансирования, пожертвования и клиентов; Конкуренция в борьбе за источники финансирования с другими некоммерческими организациями	Требования: Качественное выражение Свойства: Конфликтующие, неизмеримые	Особенности труда: более высокая, чем в других отраслях, степень морального удовлетворения ↓ приоритет некоммерческих целей, который формирует более низкую оплату труда по сравнению с коммерческими предприятиями	Не так важны как в коммерческих предприятиях	Структура: Наибольшей властью обладают члены попечительных или опекунских советов, которые часто представляют общественности в целом или ее определенных групп. => Власть руководителей некоммерческих организаций ограничивается желаниями внешних спонсоров	Измерение объема предоставляемых услуг на «выходе». Критерии оценки: 1) качество управления; 2) способность к нововведениям; 3) способность к привлечению, развитию высококачественных человеческих ресурсов; 4) ответственность перед обществом и окружающей средой

Особое место среди выбранных автором факторов занимает «Определение эффективности», так как определение эффективности деятельности организации необходимо для стратегического управления любой компании, поскольку, это наиболее важный и точный показатель правильности либо ошибочности выбранной стратегии (П).

Поскольку проблема оценки эффективности некоммерческих организаций состоит в измерении объема предоставляемых услуг на выходе, что сделать численно весьма сложно, внимание смещается к измерению и контролю издержек на входе. Таким образом, организации могут быть очень эффективными, но абсолютно нерезультативными и эффективность является понятием, свободным от ценности.

Применительно к хоккейным клубам, автор приводит пример, на его взгляд, ярко характеризующий нерезультативное управление. Хоккейный клуб СКА с первого года существования КХЛ каждый сезон платит своим хоккеистам запределные суммы и каждый сезон превышает установленный «потолок зарплат»¹. Однако результаты клуба пока оставляют желать лучшего: за сезоны 2008/2009, 2009/2010 СКА выбывал в первом раунде плей-оффа, в сезоне 2010/2011 клуб выбыл уже во втором раунде плей-оффа, но даже этот небольшой прогресс руководство клуба считает неудачей, поскольку результат не оправдал поставленных перед сезоном задач и тем более не оправдал вложенных средств.

Рассматривая конкретные методы оценки эффективности управления, П. Роби и К. Сейлз предложили следующий список критериев, ориентируясь, главным образом, на коммерческие организации:

- качество управления;
- качество продукции и услуг;
- способность к нововведениям;
- объем долгосрочных инвестиций;
- финансовое положение;
- способность к привлечению, развитию высококачественных человеческих ресурсов;
- ответственность перед обществом и окружающей средой.

Некоторые из этих критериев подходят и для оценки эффективности некоммерческих организаций (это указано в табл. 1).

¹ На сезон 2008/2009 общий зарплатный бюджет клуба составлял 507 413 153 руб.

Однако, что касается хоккейных клубов, автор данной диссертационной работы предлагает откорректировать некоторые пункты вышеуказанного списка с учетом специфики исследуемых компаний.

Качество управления – пункт, который остается с прежней формулировкой, являющейся достаточно обтекаемой и универсальной. Однако, автор подчеркивает необходимость разделения методов, способов оценки данного показателя для разных типов управляющих, которые преследуют разные задачи (социальные и турнирные).

Качество продукции и услуг следует оставить, так как для хоккейных клубов, основной «продукт» которых – шоу, непосредственно сами игры, качество данного показателя имеет значение, поскольку от него напрямую зависит отношение с так называемыми «клиентами»: фанатами, болельщиками, от которых в свою очередь зависит формирование общественного мнения, репутация, и как следствие финансовая поддержка со стороны спонсоров. Однако, формулировку пункта в целях избежания недопонимания следует заменить на «качество услуг».

Пункты «способность к нововведениям» и «способность к привлечению, развитию высококачественных человеческих ресурсов», по мнению автора, имеют место быть в хоккейных клубах и их формулировку следует оставить без изменений.

Что касается пунктов «Объем долгосрочных инвестиций» и «Финансовое положение», то их следует объединить под названием «Взаимодействия с источниками финансирования».

Поскольку хоккейные клубы – непроектные компании, следовательно, они не наносят вреда окружающей среде. Таким образом, автор считает, что пункт «ответственность перед обществом и окружающей средой» следует переименовать в «социальную ответственность».

Наиболее сложным вопросом после определения критериев эффективности СУ являются методы их оценки. Существует множество методов, моделей-систем¹. Однако, большинство из них, по мнению автора, не обладают комплексным характером, и имеют ряд ограничений. Так, к примеру, анализ затраты-выгоды, анализ затраты-эффективность или анализ по предельным затратам возможен, как правило, когда все задействованные параметры могут быть представлены в денежном выра-

¹ Экономические методы оценивания: 1) Анализ затраты-выгоды; 2) Анализ затраты-эффективность; 3) Основные экономико-математические модели: - Экстраполяционные модели; - Факторные эконометрические модели; - Оптимизационные модели; - Теория игр.

жении. Обычно это невозможно, когда речь идет об этических, внутренних, временных и эстетических составляющих.

По мнению автора данной работы, к классическим экономико-математическим моделям, надо подходить предельно осторожно. Данные модели носят сугубо обобщенный и теоретический характер, взятый из контекста и оторванный от реальной жизни. Они крайне неудобны и практически неоправданны, более того, если на них опираться, могут только ухудшить ситуацию с исследованием эффективности.

По мнению автора, с точки зрения турнирных задач и целей, лучшей стратегией для клуба являются регулярные победы в чемпионатах, то есть, наличие лучших результатов в турнирной таблице.

Ниже автор представляет таблицу результатов чемпионата КХЛ за три года (см. табл. 2)¹.

Далее, автор присваивает каждому положению в турнирной таблице определенный балл и предполагает, что каждый клуб использует свою уникальную стратегию, в результате чего, автор переименовывает клубы в $\Pi_1, \Pi_2, \Pi_3 \dots \Pi_n$ (виды стратегий) и составляет другую таблицу, которую можно будет анализировать (см. табл. 3).

Чтобы выбрать правильную стратегию в данном примере существует несколько способов. Допустим, метод Сэвиджа («Минимальное сожаление»). Автор создает матрицу потерь² и справа от матрицы вычисляет сумму каждой строки:

0	0	3	3	– лучшая стратегия
4	2	0	4	
3	4	1	4	
3	4	3	4	
2	3	2	3	– лучшая стратегия
4	4	3	4	
3	4	5	5	– худшая стратегия
3	3	4	4	
4	4	5	5	– худшая стратегия

¹ В таблице представлены не все клубы, входящие в состав КХЛ, а лишь те, что, по мнению автора, являются либо наиболее значимыми для Лиги, либо, имеющие интересную для примера статистику.

² Каждое значение в этой матрице является разностью между максимумом по определенному столбцу и текущим значением в таблице.

Таблица 2
Результаты КХЛ в сезонах 2008/2009 – 2010/2011 гг.

№ п/п	Клубы	2008/2009 гг.	2009/2010 гг.	2010/2011 гг.
1	Ак Барс	победитель Кубка Гагарина	Победитель Кубка Гагарина	1/2 финала
2	Салават Юлаев	Выход в плей-офф	Финал Конференции	победитель Кубка Гагарина
3	Атлант	1/2 финала	выход в плей-офф	финал Кубка Гагарина
4	Авангард	1/2 финала	выход в плей-офф	1/2 финала
5	Металлург (МГ)	Финал Конференции	1/2 финала	Финал Конференции
6	СКА	Выход в плей-офф	выход в плей-офф	1/2 финала
7	ЦСКА	1/2 финала	выход в плей-офф	Невыход в плей-офф
8	Спартак	1/2 финала	1/2 финала	выход в плей-офф
9	Трактор	Выход в плей-офф	выход в плей-офф	невыход в плей-офф

Таблица 3
Матрица стратегий

	Γ_1	Γ_2	Γ_3
Π_1	5	5	2
Π_2	1	3	5
Π_3	2	1	4
Π_4	2	1	2
Π_5	3	2	3
Π_6	1	1	2
Π_7	2	1	0
Π_8	2	2	1
Π_9	1	1	0

Примечания: $\Gamma_1, \Gamma_2, \Gamma_3$ – сезоны; Невыход в плей-офф – 0 баллов; Выход в плей-офф – 1 балл; 1/2 финала – 2 балла; Финал Конференции – 3 балла; Финал Кубка Гагарина – 4 балла; Победитель Кубка Гагарина – 5 баллов.

Чем больше значение суммы строки данной матрицы, тем хуже стратегия, выбранная клубом, и наоборот. Таким образом, в соответствии с этим методом, получается, что клубы «Ак Барс» и «Металлург (МГ)» использовали в течение трех лет лучшую стратегию. Однако, данное утверждение, по мнению автора, сразу же вызывает критику. Ведь если посмотреть на динамику клуба «Ак Барс», то получается, что первые два года клуб занимал первое место в чемпионате, а затем даже не дошел до финала. В то время как результаты клуба «Салават Юлаев» с каждым годом становились все лучше и лучше, и в последний год клуб завоевал первое место. Следовательно, по мнению автора, становится очевидным, что в данную модель необходимо вводить новый фактор, в этом случае, модель может стать более реалистичной. Автор предлагает ввести фактор, который он называет «вес года». Учитывая, что стратегии клуба могут быть рассчитаны не только на один сезон, а на несколько сезонов вперед, так называемые «долгосрочные стратегии», то, следовательно, в первый год, когда осуществляется эта долгосрочная стратегия, команда может не занять сразу первые места, а лишь создать условия на перспективу, чтобы в последующие годы прочно войти в состав «элиты» КХЛ и выигрывать Кубок Гагарина. К примеру, если у команды по объективным причинам (небольшой бюджет, отсутствие генерального спонсора и т.д.) нет возможности сразу покупать сильных игроков-звезд, то команда делает ставку на молодежь, чтобы через пару лет практически с нуля создать крепкую и сильную команду, взрастить своих собственных «звезд». В этом случае, автор считает, что надо не просто суммировать результаты стратегии клуба за сезон, а умножать каждый результат на «вес года». Чем дольше осуществляется по времени стратегия клуба, тем больше «вес года». То есть в самом начале осуществления стратегии, результат за сезон умножается на 1 (в этом случае, «вес года» равен 1), последующий результат за сезон уже умножается на 2 (поскольку, результат за последующий сезон – это результат определенной стратегии, которая осуществляется уже за достаточно большой период времени), по аналогии рассчитывается «вес года» для последующих результатов за сезон.

Таким образом, автор получает формулу:

$$\Pi = \Sigma [\text{вес года} * \text{результат в турнирной таблице за сезон}];$$

Для краткости автор предлагает «вес года» назвать В, а результат в турнирной таблице за сезон – Р, таким образом, формула приобретает вид:

$$\Pi = \Sigma [B * P]$$

Однако, автор считает, что данная формула не отражает прогресса либо регресса результата хоккейного клуба во времени. Для этого, по

мнению автора, следует прибавить к каждому текущему результату разность текущего результата к результату предыдущего периода (сезона). Благодаря этому дополнению автор выводит формулу оценки эффективности стратегии хоккейного клуба:

$$\Pi = \Sigma [B * (P_n + (P_n - P_{n-1}))],$$

где n – текущий период времени.

В этом случае, чем больше будет значение Π , тем лучше стратегия клуба.

После выведения формулы, автор проверяет данную формулу, подставляя в нее значения из табл. 3.

$$\Pi_1: 1 * (5 + 2) + 2 * (5 + 0) + 3 * (2 - 3) = 7 + 10 - 3 = 14$$

$$\Pi_2: 1 * (1 - 4) + 2 * (3 + 2) + 3 * (5 + 2) = -4 + 10 + 21 = 27$$

$$\Pi_3: 1 * (2 + 2) + 2 * (1 - 1) + 3 * (4 + 3) = 4 + 0 + 21 = 25$$

$$\Pi_4: 1 * (2 + 1) + 2 * (1 - 1) + 3 * (2 + 1) = 3 + 0 + 9 = 12$$

$$\Pi_5: 1 * (3 + 0) + 2 * (2 - 1) + 3 * (3 + 1) = 3 + 2 + 12 = 17$$

$$\Pi_6: 1 * (1 - 1) + 2 * (1 + 0) + 3 * (2 + 1) = 0 + 2 + 9 = 11$$

$$\Pi_7: 1 * (2 + 0) + 2 * (1 - 1) + 3 * (0 - 1) = 2 + 0 - 3 = -1$$

$$\Pi_8: 1 * (2 + 1) + 2 * (2 + 0) + 3 * (1 - 1) = 3 + 4 + 0 = 7$$

$$\Pi_9: 1 * (1 + 0) + 2 * (1 + 0) + 3 * (0 - 1) = 1 + 2 - 3 = 0$$

Результаты проверки показали, что данная формула отражает реалистичность ситуации в динамике результатов хоккейных клубов. Здесь уже отражается и планомерное от года в год улучшение результатов «Салавата Юлаева» (у которого, по данной формуле оказалась лучшая стратегия), и спад последнего сезона у «Ак Барса». Также показано, что худшая стратегия за исследуемый период была у клуба «ЦСКА», что также согласуется с реальностью (с каждым сезоном результаты «ЦСКА» становились все хуже и хуже). В то время как по методу Сэвиджа, который автор рассчитал в начале, худшую стратегию показали «ЦСКА» и «Трактор», (не смотря на то, что два сезона подряд «Трактор» в отличие от «ЦСКА» сохранял один и тот же уровень).

Таким образом, формула, которую разработал автор, более детально раскладывает позиции клубов и тем самым дает наглядную оценку деятельности этих организаций.

По мнению автора, наиболее оптимальным методом оценки эффективности хоккейных клубов является сбалансированная система показателей (ССП). Данная система управления позволяет переводить миссию и

общую стратегию хоккейных клубов в четкий план оперативной деятельности подразделений и сотрудников, и оценивать результаты их деятельности с точки зрения реализации стратегии с помощью ключевых показателей эффективности. Важнейшим преимуществом данной системы по сравнению с другими системами является возможность количественно оценить важнейшие нематериальные критерии – персонал, информацию, культуру и т.д. ССП также позволяет менеджерам избегать разрыва между стратегическими целями бизнеса и оперативным управлением. Все критерии эффективности, предложенные автором для хоккейных клубов, которые уже перечислялись выше, в рамках данной системы являются стратегическими целевыми показателями – сбалансированные показатели развития компании.

В рамках ССП, автор считает необходимым наличие стратегической карты, как инструмента анализа, позволяющего систематизировать стратегические цели и распределить их по областям, соответствующим ключевым аспектам деятельности компании, а также установить взаимосвязи между данными целями. Стратегические карты точно объясняют каждому сотруднику то, как его индивидуальные цели, проекты и достижения содействуют реализации общей стратегии и ее целей и, в конечном счете, успеху всей организации.

В итоге, на основе данного исследования можно сформулировать ряд выводов.

1. Выделяется и подчеркивается особенность статуса российских хоккейных клубов. Данную особенность автор предлагает называть «двойственностью». Это подразумевает, что хоккейным клубам свойственны черты как коммерческих, так и некоммерческих предприятий, причем независимо от организационно-правовой формы клуба.
2. В рамках «двойственности» формируются критерии эффективности управления для клубов: качество управления; качество услуг; способность к нововведениям; взаимодействие с источниками финансирования; способность к привлечению, развитию высококачественных человеческих ресурсов; социальная ответственность.
3. Определяются методы оценки критериев эффективности стратегического управления. С помощью многокритериальных задач в условиях неопределенности, строится модель, позволяющая выбрать лучшую стратегию. При помощи введения нового показателя «вес года» выводится формула оценки эффективности стратегии хоккейного клуба.

4. Даются рекомендации относительно сбалансированной системы показателей. Подчеркивается необходимость наличия стратегической карты, как инструмента анализа, позволяющего систематизировать стратегические цели и распределить их по областям, соответствующим ключевым аспектам деятельности компании, а также установить взаимосвязи между данными целями.

Библиографический список

1. Брайс Х. Десять принципов управления некоммерческими организациями // Современный менеджмент: пер. с англ. М., 1997. – С. 1629–1630;
2. Муниципальный менеджмент / под ред. Т.Г. Морозовой. М., 1997. – С. 378;
3. Стратегическое планирование развития города. Проблемно-тематический сборник. М., 1999. – С. 743;
4. Янг Д. Руководство некоммерческими организациями // Современный менеджмент: пер. с англ. М., 1997. – С. 1631–1635;
5. Bowman C., Asch D. Strategic management. L., 1987. – P. 514;
6. Robey P., Sales A. Designing organizations. Burr, 1996. – P. 702;
7. Wolf Th. The non-profit organisation. Englewood Cliffs, 1994. – P. 619.

Игорь Андреевич Зубков,
аспирант Московской международной высшей школы бизнеса
«МИРБИС» (Институт),

e-mail: igorzubkov@list.ru

О. Б. Королев,
аспирант

O. B. Korolev,
Post-graduate

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СТРУКТУРЫ КАК ФАКТОРА ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

DEVELOPMENT OF INNOVATIVE CAPACITY OF ENTREPRENEURIAL STRUCTURE AS FACTOR OF INCREASE OF ITS COMPETITIVENESS

В статье представлено рассматривается сущность инновационного потенциала предпринимательской структуры, приводится авторское определение данного понятия, рассматривается взаимосвязь инновационного развития и конкурентоспособности предприятия и предлагаются возможности развития инновационного потенциала предпринимательских структур.

In article it is provided the essence of innovative capacity of entrepreneurial structure is considered, author's definition of this concept and possibility of development of innovative capacity of entrepreneurial structures is given.

Ключевые слова: инновации, инновационный потенциал, факторы инновационного потенциала, принципы формирования инновационного потенциала.

Key words: innovations, innovative potential, factors of innovative potential, principles of forming of innovative potential.

Исследование инновационного потенциала предприятия является актуальной задачей ввиду недостаточной разработанности методологии определения его наличия, состояния и формирования, методических разработок по оценке эффективности использования, преимуществ инновационного пути развития предприятия.

Инновационный потенциал предпринимательских структур имеет решающее значение в процессе их инновизации, определяет их инновационную активность.

Вопросам формирования инновационного потенциала в научной экономической литературе уделяется много внимания, однако имеющаяся информация не допускает его однозначного трактования.

Рассмотрим подходы к определению понятия, сущности и структуры инновационного потенциала предприятия, изложенные в литературе.

Бодрунова А.С. [3] характеризует инновационный потенциал, как совокупность элементов, необходимых для решения конкретных производственных задач и отражающих готовность коммерческой организации к их решению на основе стратегии инновационной позиции организации, которая определяется совместным анализом внутренней и внешней среды, то есть инновационного потенциала и инновационного климата. Данное определение в основном отражает структурный подход к понятию потенциала предприятия и не полностью раскрывает его инновационную сущность.

Э. Брукинг [5] отмечает, что общий потенциал предприятия может быть структурированным с производственно-технологического потенциала, научно-технического потенциала, финансово-экономического потенциала, кадрового потенциала и собственно инновационного потенциала, который составляет будто ядро всего потенциала, органически входя в каждую его часть. Автором подчеркивается возможность наличия в каждом элементе структуры потенциала предприятия инновационной составляющей, но не рассматривается его целевая функция.

Колосова Т.В. [11] трактует инновационный потенциал «как организованную совокупность взаимосвязанных условий и ресурсов (материальных, финансовых, кадровых, информационных, интеллектуальных и иных), обеспечивающих производство и воспроизводство научно-технических и технологических новшеств и возможность осуществления инновационной деятельности» и предлагает системный подход к развитию инфраструктурных элементов инновационной деятельности предприятия. В данной характеристике также использован структурный подход к определению понятия инновационного потенциала предприятия, а системный подход только к инфраструктурным элементам системы.

Матвейкин В.Г., Дворецкий С.И., Минько Л.В., Таров В.П. [7] считают, что «категорию «инновационный потенциал» можно трактовать как способность системы к трансформации фактического порядка вещей в новое состояние с целью удовлетворения существующих или вновь возникающих потребностей (субъекта-новатора, потребителя, рынка и т.п.). При этом эффективное использование инновационного потенциала делает возможным переход от скрытой возможности к явной реальности, т.е. из одного состояния в другое (а именно от традиционного к новому). Поэтому инновационный потенциал – это своего рода характеристика способности системы к изменению, улучшению, прогрессу». Авторами раскрывается сущность понятия инновационного потенциала как способности системы, но не раскрывается структура элементов системы и системообразующая функция.

Д.И. Кокурин [10] в считает, что инновационный потенциал содержит неиспользованные, скрытые возможности накопленных ресурсов, которые могут быть приведены в действие для достижения целей экономических субъектов. В данной характеристике автором не раскрыт структурный состав элементов инновационного потенциала, но делается акцент на решающую роль менеджмента предприятия по использованию скрытых возможностей ресурсов: приведение их в действие.

Лапин Е.В. [12] в определении инновационного потенциала предприятия выделяет его целевую функцию, характеризующуюся «способностью продуцирования новшеств и нововведений собственными силами или приобретения их со стороны, а также эффективного внедрения инноваций в практику хозяйственной деятельности», но не приводит комплексной характеристики понятия системы.

Альгина М.В. инновационный потенциал предпринимательской структуры понимает как способность генерации при известных условиях собственного инновационного развития [2].

По мнению Бронниковой Т.С. группы свойств системы инновационного потенциала предприятия отображают инновационные потенциалы ресурсов системы [4].

Анализ приведенных определений инновационного потенциала предприятия показывают подходы авторов с различных точек зрения. Часть авторов (Бодрунова А.С., Брукинг Э., Колосова Т.В.) рассматривают инновационный потенциал предприятия с позиции структуризации инновационного потенциала. Инновационный потенциал нельзя рассматривать только как совокупности ресурсов и возможность их использования. При организации производства ресурсы не могут находиться в состоянии простой совокупности как их набор, ресурсы всегда организованы определенным образом для реализации потребностей хозяйствующего субъекта.

Авторы Матвейкин В.Г., Кокурин Д.И., Лапин Е.В. рассматривают инновационный потенциал предприятия с позиции целевой установки и экономической сущности. Данные подходы имеют взаимообуславливающий характер, поскольку готовность к инновационной деятельности подразумевает наличие определенных возможностей, а наличие возможностей, в свою очередь, одно из необходимых условий, обеспечивающих должный уровень готовности и способности осуществлять инновационную деятельность.

Колосова Т.В., Бронникова Т.С. рассматривают инновационный потенциал с использованием системного подхода к развитию инфраструктурных элементов инновационной деятельности предприятия.

На основе представленных определений инновационного потенциала предпринимательской структуры можно привести следующее авторское определение: инновационный потенциал предпринимательской структуры – это возможность, готовность и способность системы создавать при имеющемся ресурсном обеспечении, совершенствовать и использовать инновации с целью получения различных видов эффекта.

Поскольку источник инновационного развития коренится в достигнутом уровне экономического потенциала как совокупной способности отраслей народного хозяйства производить национальный продукт, то инновационный потенциал аккумулирует в себе ту часть экономического потенциала, неотъемлемым присущим свойством которой является совокупная способность генерации при известных условиях новационного развития отраслей народного хозяйства [2].

В качестве основных принципов формирования инновационного потенциала В.С. Телятникова предлагает следующие [14]: целостность, качественность, приоритетность, гибкость, самостоятельность, дифференцированность, эффективность.

Инновационный потенциал предпринимательской структуры зависит от различных внутренних и внешних факторов. К внешним факторам относятся:

- Назначение новшества для потребительских целей или для нужд промышленности. Потребности современного потребителя отличаются высокой динамичностью, следовательно, предприятия, выпускающие предметы потребления, вынуждены быть более инновационными.
- Источники финансирования разработок. Инновационная деятельность, как правило, характеризуется достаточно высокой степенью неопределенности и риска, поэтому важным принципом системы финансирования инноваций на предприятии является множественность источников. Возможность привлечь внешние источники финансирования, в том числе и возможность работать по государственным контрактам, повышает инновационную активность предприятия.
- Позиционирование предприятия в отрасли. Большинство исследователей считают, что обычно отраслевые лидеры, стремясь сохранить статус-кво, уменьшить турбулентность отраслевой среды, осуществляют, главным образом, улучшающие инновации, в то время как отраслевые новички и аутсайдеры, пытаясь нарушить сложившуюся расстановку сил в отрасли, повысить турбулентность отраслевой среды, нередко являются инициаторами базисных инноваций [1].
- Государственная политика в области инновационной деятельности (налогообложение, стандартизация и сертификация, нормативно-правовая база).

- Деятельность инновационной инфраструктуры вне самого предприятия (защита интеллектуальной собственности, рынок патентов и услуг).

Среди внутренних факторов, влияющих на инновационный потенциал предприятия, следует отметить следующие:

- человеческий капитал предприятия: квалификация рабочих, система подготовки и переподготовки специалистов, мотивация персонала, творческая активность работников;
- психологический климат в организации: уровень лояльности к предприятию участников воспроизводственного процесса, формирование инновационной культуры;
- достигнутый технико-технологический уровень;
- научно-технический задел в виде незавершенных инновационных проектов;
- организация управления интеллектуальной собственностью;
- соответствие организационных структур управления задачам инновационного процесса [13].

Таким образом, уровень инновационного потенциала предприятия зависит от соотношения основных составляющих инновационного потенциала и включает исследование таких факторов, как: наличие ресурсов для инновационной деятельности, а также их распределение в организации; способность реагировать на новаторские действия конкурентов и принимать во внимание тенденции развития отраслей, где она функционирует; способность менеджмента понимать и предвидеть направления развития НТР; структурные и социокультурные особенности предприятия, влияющие на характер предпринимательского поведения; способность руководства принимать решения по реализации предпринимательских инициатив.

Согласно мнению С.А. Князева [9], управление инновационным потенциалом решает три основные задачи:

- 1) формирование инновационного потенциала – первичное планирование и приобретение ресурсов, необходимых для достижения инновационных целей;
- 2) наращивание инновационного потенциала – количественное и качественное улучшение показателей состояния инновационного потенциала на предприятии;
- 3) реализация инновационного потенциала – процесс преобразования компонентов инновационного потенциала в конечный продукт – инновацию.

Инновационный потенциал отражает не только способность предприятия осуществлять инновационную деятельность в настоящее время, но и характеризует возможность ее роста в перспективе.

Уровень развития инновационного потенциала свидетельствует об уровне развития экономики в целом, о степени готовности страны, регионов, предприятий к созданию новых технологий, новых продуктов, что определяет необходимость анализа внутренней среды организации при оценке инновационного потенциала [6]. Внутренняя среда организации состоит из элементов, формирующих ее производственно-хозяйственную систему и образующих такие составляющие, как проектный, функциональный, ресурсный, организационный, управленческий элементы. Проектный блок определяет направление деятельности организации и ее результаты в виде продуктов и услуг; функциональный – преобразование ресурсов в продукты и услуги в процессе деятельности организации; ресурсный – комплекс материально-технических, трудовых, информационных, финансовых ресурсов предприятия; организационный – характеризует организационную структуру, технологию процессов по всем функциям и проектам; управленческий – предусматривает общее руководство организацией, системой и стиль управления.

Развитие инновационного потенциала обуславливает развитие организации и ее подразделений, а также всех элементов производственно-хозяйственной системы. Состояние инновационного потенциала определяет выбор и особенности реализации инновационной стратегии развития предприятия, в связи с чем крайне важной является его грамотная оценка.

Таким образом, инновационный потенциал представляет собой сложное, многофакторное, многовариантное явление, требующее тщательного изучения. Вместе с тем отсутствие единого определения данного понятия, а также окончательно разработанной системы показателей инновационного потенциала затрудняет его оценку.

По мнению Р.А. Фатхутдинова, инновационный потенциал предприятия – это мера готовности выполнить задачи, обеспечивающие достижение поставленной инновационной цели, т.е. мера готовности к реализации проекта или программы инновационных стратегических изменений [15]. Организация, которая не вводит новые услуги и технологические процессы, вероятнее всего, не сможет выдержать конкуренцию длительное время. Таким образом, внедрение новшеств – это процесс непрерывного развития предприятия.

К наиболее приоритетным инновационным направлениям повышения конкурентоспособности предприятия следует отнести:

- постоянное обновление ассортимента выпускаемой продукции, их диверсификацию;

- преобразование технико-технологической базы на основе электрификации, химизации, в том числе использование комплексной механизации и автоматизации производства и управления;
- повышение эффективности использования природно-сырьевых ресурсов.
- формирование нового кадрового потенциала, включая повышение квалификации, творческой активности каждого работника;
- обновление всех форм и методов управления, в том числе организацию труда и производства;
- создание эффективной мотивационной системы в работе с персоналом, обеспечение лояльности к предприятию каждого участника воспроизводственного процесса;

В итоге согласованного решения перечисленных задач появляется возможность обеспечения поступательного, пропорционального развития системы, ее экономической устойчивости и безопасности [8].

Рассмотрение понятия и изучение сущности и структуры инновационного потенциала как одного из элементов повышения конкурентоспособности предприятия, определение показателей, характеризующих инновационный потенциал, и факторов, определяющих его более эффективное использование, обусловило выявление значимости инновационного потенциала предприятия как индикатора уровня развития экономики в целом, а также готовности к созданию новых технологий и продуктов.

библиографический список

1. Алетдинова А.А. О свойствах инновационного потенциала организации // Вестник Академии. – 2012. – № 1. – С. 34.
2. Альгина М.В., Боднар В.А. Инновационный потенциал экономической системы и его оценка // Современные технологии управления. – 2011. – № 1. – С. 1–11.
3. Бодренова А.С. Инновационный потенциал как фактор реализации инновационной стратегии предприятия // Экономическое возрождение России. – 2010. – № 4.
4. Бронникова Т.С. Системный подход в формировании структуры инновационного потенциала предприятия // Вопросы региональной экономики. – 2011. – Т. 9. – № 4. – С. 6–20.
5. Брукинг Э. Интеллектуальный потенциал: ключ к успеху в новом тысячелетии: пер. с англ. под ред. Л.Н. Ковалик. СПб.: Питер, 2001
6. Возбранная Т.В., Кириченко Л.П. Инновационный потенциал как элемент стратегического развития предприятия // Вестник Бурятского государственного университета. – 2011. – № 2. – С. 148–152.
7. Инновационный потенциал: современное состояние и перспективы развития: монография / В.Г. Матвейкин, С.И. Дворецкий, Л.В. Минько, В.П. Таров, Л.Н. Чайникова, О.И. Летунова. М.: издательство «Машиностроение-1», 2007.
8. Карсунцева О.В. Влияние инновационного потенциала на конкурентоспособность промышленного предприятия // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2009. – № 1. – С. 113–117.
9. Князев С.А. Управление инновационным потенциалом предприятия: дис. ... канд. экон. наук. Волгоград, 2010.
10. Кокурин Д.И. Инновационная деятельность. М.: Экзамен, 2001.
11. Колосова Т.В. Системный подход к развитию инфраструктурных элементов инновационной деятельности предприятия // Транспортное дело России. – 2009. – № 1.
12. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия: Монография. Сумы: ИТД «Университетская книга», 2002.
13. Пчелинцева И.Н., Лаптева Е.А. Экономическая сущность инновационного потенциала предприятия и его составляющие // Инновационная деятельность. – 2011. – № 17. – С. 73–79.
14. Телятникова В.С. Инновационный потенциал как основа конкурентоспособности развития предприятия: учеб. пособие. Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2009.
15. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: учебник для вузов. СПб.: Питер, 2005. – С. 214.

О. Б. Королев,
соискатель Российской академии предпринимательства

e-mail: acadra@yandex.ru

А. С. Ланкин,
аспирант

A. V. Lankin,
Post-graduate

СОВРЕМЕННЫЕ РОССИЙСКИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ С ДИНАМИЧЕСКОЙ СТРУКТУРОЙ И ИХ УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

MODERN RUSSIAN COMPANY WITH A DYNAMIC STRUCTURE AND GOVERNANCE ISSUES

Статья посвящена управленческим проблемам, с которыми сталкиваются в своей деятельности средние и мелкие предприятия в нашей стране. Анализируются причины появления этих проблем, дается их типология. Предлагаются различные варианты их решения.

This paper deals with management problems of medium and micro Russian enterprises. Analysis of reasons of such problems appearance and dividing of this problems by types are made. Also ways of problems solution are defined.

Ключевые слова: кластер, конкуренция, мелкий бизнес, микропредприятие, средние предприятия, холдинг.

Key words: cluster, competitors advantages, small business, micro enterprising, medium enterprises, holding.

Как свидетельствует мировой опыт, малый бизнес успешно развивается тогда, когда он «включен» в кластер¹. Однако развитию кластерных форм сотрудничества в России препятствует невысокое качество бизнес-климата и именно поэтому по большей части кластеры представлены холдинговыми формами, имеющими структуру централизованного типа.

Трудности в управлении российскими холдингами присутствуют независимо от их размеров, и одной из проблем существующих структур управления является большое количество ступеней управления. Наблюдается и несоответствие между целями, задачами, экономическими условиями и т.п. Несогласованность фундаментальных основ управления холдингом

влечет за собой неэффективность использования ресурсов, банкротство, конфликты. Создание многоступенчатой административной структуры с распределением прав, обязанностей и функций для одновременного достижения одной или нескольких целей не решает проблем управления¹. Необходима минимизация числа ступеней управления.

Наиболее распространенной проблемой в структуре управления холдингов является отсутствие четкого разделения полномочий и ответственности между корпоративным центром и входящими в состав холдинга бизнес-единицами. Среди проблем организации менеджмента в холдингах можно выделить и недостаточность горизонтальных связей между бизнес-единицами холдинга. Это затрудняет доступ к новейшим разработкам и решениям, уменьшает конкурентные преимущества².

При несоблюдении меры децентрализации возникает и проблема потери контроля, поэтому стратегическое руководство предприятия в целом должно быть единым³.

К одной из важных проблем организации менеджмента в холдингах относят несоответствие организационной структуры холдинга стоящим перед ним задачам. Как правило, при увеличении масштаба деятельности организационная структура не изменяется. При такой организационной структуре работа подразделений по базовым показателям не оценивается, нет и единых стандартов учета, велики текущие расходы линейных подразделений и нет ответственности за стратегическое развитие холдинга⁴.

Решение существующих проблем требует формирования в рамках холдинга управляющей компании со следующими задачами⁵:

1. Повышение эффективности работы уже существующих подразделений,

¹ Прохоров А. Кластерные структуры и круговая порука // Сообщество менеджеров: сетевой журн. 2010 URL: http://old.e-xecutive.ru/friday/article_1306 (дата обращения 08.08.2010).

² Скарелнов Ю.В. Особенности построения корпоративных структур в частном секторе экономики // Управление корпоративными финансами. – 2008. – № 3 (27). – С. 134–143.

³ Иванов С.А. Эффективность структуры управления холдингом // Топ-менеджер. – 2009. – № 8. – С. 31–35.

⁴ Англичанинов В.А. Развитие промышленных комплексов на основе кластерных образований: автореферат ... канд. экон. наук. Нижний Новгород, 2009. – С. 15.

⁵ Хасанов Р.Х. Реализация региональной промышленной политики с использованием кластерных подходов // Научный эксперт. – 2008. – № 1. – С. 35–41.

¹ Зайцев Ф.Д. Модные кластеры // Московский комсомолец. – 2010. – № 25370. – С.3–4.

2. Стратегическое развитие,
3. Управление издержками и финансированием.

В итоге структура холдинга видоизменяется и в новой структуре появляются подразделения, которые управляют операционной деятельностью сырьевых, производственных и сбытовых компаний¹.

С целью формирования системы бюджетирования формируются центры финансовой отчетности. К центрам прибыли относят сырьевое, производственное и сбытовое управление, филиалы сбытовой сети². К центрам затрат могут быть отнесены сырьевые, производственные компании и обслуживающие подразделения управляющей компании.

Единственным инструментом управления при отсутствии системы управленческой отчетности является единственным инструментом управления, что предполагает возможность и интерес к завышению бюджетных расходов со стороны руководителей региональных компаний. Поэтому основной задачей следующего этапа реорганизации организационной структуры является разработка единообразной для всего холдинга системы управленческой отчетности.

К следующей управленческой проблеме относится отсутствие в холдинге единой и прозрачной системы управленческой отчетности. Для решения этой задачи требуется создание финансово-экономического отделения холдинга. На этом этапе происходит формирование методологии управленческой отчетности и бюджетирования, разработка бюджета холдинга. Схема бюджетного цикла холдинга представлена на рис. 1.

Схема создания бюджета обрабатывающих подразделений представлена на рис. 2.

Сформированная система бюджетирования позволяет в оперативном режиме производить расчет рентабельности подразделений. Одновременно в процессе бюджетирования необходимым является создание системы мотивации персонала. Одним из ее вариантов становится премирование в зависимости от сокращения расходов подразделения³.

¹ Минин А.В. Формирование организационной структуры управления в системе предпринимательства: автореферат ... канд. эконом. наук. Великий Новгород, 2009. – 24 с.

² Романов А.П., Жариков И.А. Стратегический менеджмент. М.: ТГТУ, 2007. – С. 59–63.

³ Плещинский А.С. Оптимизация межфирменных взаимодействий и внутрифирменных управленческих решений. М.: Наука, 2004. – С. 112.

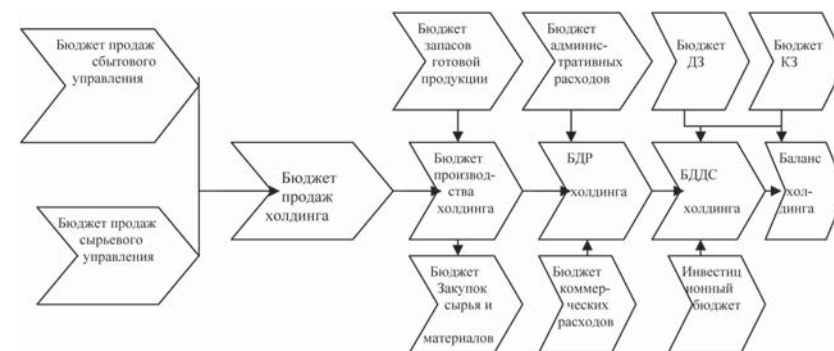


Рис. 1. Процесс формирования бюджета холдинга¹

Особо необходимо отметить, что по мере развития холдингов целесообразным становится создание самостоятельных бизнес-единиц, применяющих унифицированные финансовые и управленческие схемы².

Таким образом, в результате функционирования многоступенчатой системы управления в рамках холдинга увеличивается время принятия решений. Это не позволяет своевременно реагировать на изменения внешних воздействий экономического характера. В таком же направлении ситуация развивается, если в холдинге нет единой и транспарентной системы управленческого учета и бюджетирования – поэтому требуется унификация финансовых механизмов.

Негативно влияет на положение дел в холдинге и отсутствие строгого разделения ответственности между управляющей компанией и бизнес-единицами - происходит дублирование функций, и в результате стратегия развития холдинга вовремя не корректируется.

Наконец, излишняя или же недостаточная степень децентрализации процесса управления также негативно влияют на деятельность холдинга – происходит потеря контроля, что влечет за собой рост транзакционных издержек. При этом несоответствие организационной структуры холдинга стоящим перед ним задачам лишь усиливает влияние этого негативного фактора.

¹ Новиков В. Управление холдингом в направлении от масштабности к эффективности // Корпоративный менеджмент: сетевой журн. 2010 URL: <http://www.cfin.ru/bandurin/article> (дата обращения 01.06.2010).

² Там же.



Рис. 2. Процесс создания бюджета производства для обрабатывающих подразделений¹

Библиографический список

1. Англичанинов В.А. Развитие промышленных комплексов на основе кластерных образований: автореферат ... канд. экон. наук. Нижний Новгород, 2009. – 24 с.
2. Зайцев Ф.Д. Модные кластеры // Московский комсомолец. – 2010. – № 25370. – С. 3–4.

3. Иванов С.А. Эффективность структуры управления холдингом // Топ-менеджер. – 2009. – № 8. – С. 31–35.
4. Костюкевич Д.В. Оценка и организация кластерных взаимодействий предпринимательских структур: автореферат ... канд. экон. наук. СПб., 2009. – С. 7–11.
5. Куценко Е. Кластеры в экономике // Обозреватель. – 2009. – № 11. – С. 112–120.
6. Минин А.В. Формирование организационной структуры управления в системе предпринимательства: автореферат ... канд. экон. наук. Великий Новгород, 2009. – 25 с.
7. Новиков В. Управление холдингом в направлении от масштаба к эффективности // Корпоративный менеджмент: сетевой журн. 2010 URL: <http://www.cfin.ru/bandurin/article> (дата обращения 01.06.2010)
8. Плещинский А.С. Оптимизация межфирменных взаимодействий и внутрифирменных управленческих решений. М.: Наука, 2004. – 265 с.
9. Прохоров А. Кластерные структуры и круговая порука // Сообщество менеджеров: сетевой журн. 2010 URL: http://old.executive.ru/friday/article_1306 (дата обращения 08.08.2010).
10. Романов А.П., Жариков И.А. Стратегический менеджмент. М.: ТГТУ, 2007. – 374 с.
11. Скарედнов Ю.В. Особенности построения корпоративных структур в частном секторе экономики // Управление корпоративными финансами. – 2008. – № 3 (27). – С. 134–143.
12. Хасанов Р.Х. Реализация региональной промышленной политики с использованием кластерных подходов // Научный эксперт. – 2008. – № 1. – С. 35–41.

Антон Сергеевич Ланкин,
аспирант, заместитель директора,
Амурский филиал ФГУП «Паспортно-визовый сервис» ФМС России

e-mail: vizantchina@mail.ru

¹ Новиков В. Указ. соч.

А. В. Лихачев,
магистр техники и технологии
A. V. Lihachev,
Master of engineering and technology

МЕНЕДЖМЕНТ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ В КОНТЕКСТЕ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОЙ ДИНАМИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА

MANAGEMENT OF PERSONNEL POLICIES IN THE CONTEXT OF CREATING A POSITIVE BUSINESS DYNAMICS IN THE SMALL BUSINESS

В данной статье автор рассматривает менеджмент кадровой политики в ракурсе процесса формирования роста положительных показателей динамики развития предприятий малого бизнеса.

In this article the author examines the personnel policy management in the perspective of the positive growth in the dynamics of small business enterprises development.

Ключевые слова: менеджмент, политика, кадры, кадровая политика; контекст, процесс, формирование, процесс формирования; рост, показатель, показатель положительный; динамика, развитие; предприятие, бизнес, малый бизнес, предприятие малого бизнеса.

Key words: management, policy, human resources, HR politick, the context, the formation, the process of the formation, growth rate, the rate of positive, dynamics, development, enterprise, business, small business.

Актуальность данной статьи, по мнению автора, строится на том основании, что в настоящее время, по мере выхода из общемирового экономического кризиса, в нашей стране почти все предприятия малого бизнеса поставлены перед фактом принятия жизненно важных решений о необходимости поиска формирования позитивной динамики в настоящих условиях в целях собственного «выживания» и развития. И в этой сфере деятельности, как показывает и теория, и практика, невозможно обойтись без менеджмента кадровой политики предприятия. Данная ситуация позволяет спрогнозировать и, по сути дела, способствовать посткризисному экономическому росту позитивной динамики развития предприятия малого бизнеса.

Необходимо отметить, что сам процесс формирования, становления и развития малого бизнеса напрямую взаимодействует с генеральным вектором тенденций государственной политикой вообще, а особенно, с государ-

ственной политикой в области поддержки малого бизнеса, и, в конце-концов, в сфере общероссийской государственной кадровой политике. При этом необходимо помнить о том факте, что именно кадровая политика государства представляет собой ориентир в процессе развития кадровой политики предприятий малого бизнеса в современной России.

Цель данной статьи ее автор усматривает в научно-теоретическом обосновании и представлении некоторых практико-внедренческих элементах анализа личного опыта по формированию кадровой политики в системе менеджмента малого бизнеса в сфере формирования и развития процесса позитивной динамики в настоящих социально-экономических условиях.

Основным направлениям проблем малого бизнеса в контексте настоящей статьи уделяли свое научное внимание следующие ученые и практики, а именно: Акимов О.Ю., Бадагуев Б.Т., Баязитова А., Блохин С.Н., Глазова Л., Джанибекова А., Кибакон В.С., Крутик А.Б., Лапуста М.Г., Лебедева И.П., Логинова Е.Ю., Максимцов М.М., Мереминская Е., Швандар В.А., Литвинова Ю. и др. Автор считает, что в их работах присутствуют многие аспекты менеджмента кадровой политики, но, к сожалению, остается вне поля внимания самый важный, по его мнению, аспект, то есть, аспект процессной деятельности формирования позитивной динамики развития предприятий малого бизнеса в современных условиях.

Основные вопросы трудов зарубежных ученых и практиков малого и среднего бизнеса, которые присутствуют в исследованиях: Э. Воутелайнена, М.А. Девана, Дж. Иванцевача, А. Кемпински, Т. Коно, Г. Кунца, С. Лизера, М. Мескона, С. О'Доннела, Т. Питерса, С. Чандлера, Ф. Бекфорда и др. лежат в области процессов создания и практического функционирования сферы кадровой политики и, в частности, технологий управления персоналом. Несомненно, эти зарубежные разработки не могут напрямую быть использованы в условиях современной России, так как требуют адаптационной модификации их к нашим внешним и внутренним факторам жизнедеятельности малого бизнеса, особенно, в посткризисном состоянии отечественной экономики.

Необходимо отметить, что проблемы генезиса и эволюции кадровой политики на российских предприятиях малого бизнеса, а также, изучение ее методологической базы и процесса моделирования различных методических и технологических подходов за прошедшее десятилетие нового века стали предметами исследования многие работы следующих ученых и практиков: Базарова Т.Ю., Вороновой Э.Б., Чалова В.Н., Каяшева А.В., Петрова В., Щекина Г.В. и др.

Анализ всех приведенных выше исследований привел автора статьи к мысли о явной недостаточности в разработках и обосновании множественных N-модульных структур, позволяющих с помощью выверенной кадровой политики способствовать процессу формирования позитивной динамики предприятий малого бизнеса.

Итак, выявленные по ходу компаративного анализа неисследованные аспекты менеджмента и обусловили выбор темы данной статьи. Поэтому, основываясь на исследованиях Баканова М.И., Беляева С.Г., Виханского О.С., Ивановской Л.В., Каяшева А.В., Кибанова А.Я., Кошкина В.И., Кунца Г., Матирко В.И., Мерсера Д., Одегова Ю.Г., Орловой О.С., Смирнова Б.М., Уткина Э.А., Шекшни С.В., Шеремета А.Д., Шкатуллы В.И., Щекина Г.В. и др., отражающих некоторые аспекты вынесенной в название статьи проблемы, автор останавливается на вопросах влияния реально смоделированной и адекватно российским экономическим условиям выстроенной кадровой политики предприятия малого бизнеса в налаживании процесса формирования позитивной динамики предприятий малого бизнеса.

Наряду с определенными научно-теоретическими дополнениями современного терминологического аппарата менеджмента кадровой политики предприятия малого бизнеса; процедурами определения рангового номера и ролевого значения самой кадровой политики в процессе формирования позитивной динамики предприятий малого бизнеса; определении и представлении «ключевых» тенденций векторного направления кадровой политики, которые, как убежден автор, определяются специфическими характеристическими позициями менеджмента на предприятии малого бизнеса, автором статьи представляются «здесь» и «сейчас» схематизированные модификации моделей менеджмента кадровой политики в процессах формирования позитивной динамики предприятий малого бизнеса (см. рис. 1).

Далее автором статьи определены основные корпоративные организационные социально-экономические факторы ведения кадровой политики российских предприятий малого бизнеса в современных посткризисных условиях в рамках системной трансформации всей экономики РФ (табл. 1).

Исходя из представленных выше авторизованной схематизированной структурно-содержательной модели взаимодействия кадровой политики и процесса создания позитивной динамики предприятий малого бизнеса, а также, авторского модифицированного табличного варианта определения основных корпоративных социально-экономических факторов организации и реализации кадровой политики на российских предприятиях малого биз-

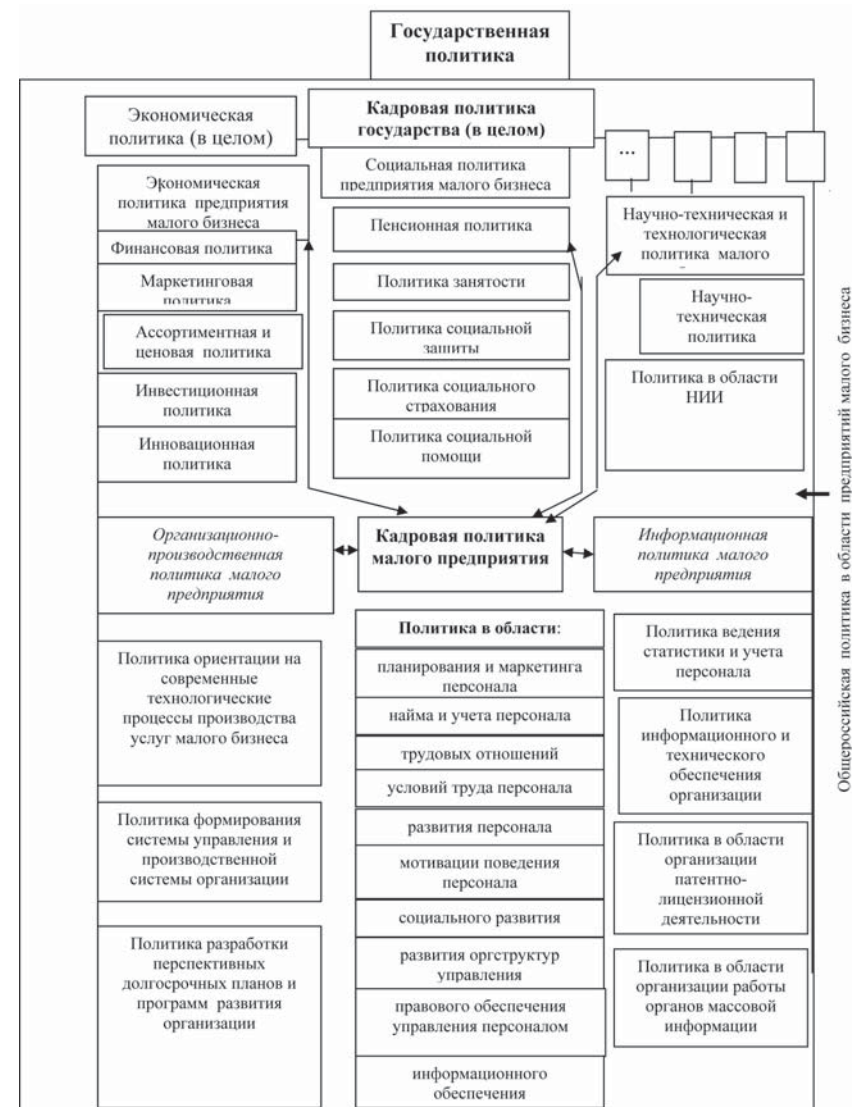


Рис. 1. Авторизованная схематизация модели взаимодействия кадровой политики и процесса создания позитивной динамики предприятий малого бизнеса¹

¹ Манаева И. Х. Формирование кадровой политики как инструмент повышения эффективности малых промышленных предприятий: автореф. ... к.э.н. Москва, 2011. – С. 11.

Таблица 1

**Основные корпоративные социально-экономические факторы
организации и реализации кадровой политики на российских
предприятиях малого бизнеса (авторский модифицированный вариант)¹**

Элементы кадровой политики (КП)	Приемы, средства и технологии реализации
Организационные	
1 «О» Выявление места и роли КП в системе общей политики предприятия малого бизнеса	Определение основных целей КП во взаимодействии с «Бизнес-планом» развития предприятия малого бизнеса Взаимосвязь мер КП с векторными тенденциями всеобщей политики предприятия малого бизнеса и учетом его специфики
2 «О» Обоснование и создание процесса формирования КП	Определение системных закономерностей, принципов и целей работы с персоналом в контексте соответствия с основными направлениями самого предприятия малого бизнеса; Создание проектов кадровых мер в плане взаимодействия с основными задачами предприятия малого бизнеса; Применение шагов по реализации и использованию ЗУНов персонала предприятия малого бизнеса
3 «О» Определение этапов применения инструментария создания КП	Создание этапных «сценариев управления» КП; Аксиологическое моделирование целей КП; Выявление ошибок и определение следующих этапов развития КП
4 «О» Создание системы механизма разработки КП на разных этапах развития предприятия малого бизнеса	Расчет и моделирование основных векторов тенденций развития КП во всех структурах руководства предприятия малого бизнеса; Определение этапов процесса развития КП в соответствии с целями предприятия малого бизнеса в его подструктурах; Разработка плана действий Кана личностном индивидуальном плане
Экономические	
1 «Э» Определение параметров эффективности управленческих действий с персоналом предприятия малого бизнеса	Социально-экономический аудит сил (затрат) предприятия малого бизнеса, потраченного на претворение в жизнь КП

¹ Манаева И.Х. Формирование кадровой политики как инструмент повышения эффективности малых промышленных предприятий: автореф. ... к.э.н. Москва, 2011. – С. 12.

Окончание таблицы 1

Элементы кадровой политики (КП)	Приемы, средства и технологии реализации
Экономические	
2 «Э» Участие в социально-экономической работе предприятия малого бизнеса	Выявление возможностей в получении государственной поддержки деятельности предприятия малого бизнеса
3 «Э» Направленность на применение новых высоких технологий в деятельности предприятия малого бизнеса	Контроллинг и мониторинг деятельности предприятий малого бизнеса

неса, автор настоящей статьи представляет процесс программирования формирования кадровой политики предприятия малого бизнеса (рис. 2)¹.

Итак, в заключение статьи автор делает вывод о том, что в современных условиях посткризисной российской экономики как никогда остро необходим менеджмент кадровой политики, ибо его процедуры будут способствовать процессу формирования именно позитивной динамики предприятий малого бизнеса.

Библиографический список

1. Манаева И. Х. Формирование кадровой политики как инструмент повышения эффективности малых промышленных предприятий.

¹ Авторская интерпретация систематики на основе анализа материала: Трансформация трудовых ценностей и мотивации трудовой деятельности на современном этапе развития России. «Современная экономика: Теоретические и практические подходы»: Республиканская научно-практическая конференция студентов, аспирантов и молодых преподавателей. Уфа, 2008; Нагаева И.Х. Изменение факторов, влияющих на мотивацию в условиях кризиса. Молодежь. Прогресс. Наука: сборник материалов IV межвузовской науч.-практ. Конференции молодых ученых РБ. Стерлитамак, 2009; Отсутствие системы мотивации работников промышленных предприятий химической промышленности, как одна из причин кризиса данной отрасли народного хозяйства. Сборник материалов I Всероссийской заочной научно-практической конференции «Актуальные проблемы социально-экономического развития и социального управления в современной России» посвященная 70-летию СГПА им. Зайнаб Бишевой и 20-летию принятия декларации о государственном суверенитете Башкирской ССР. Стерлитамак, 2010.

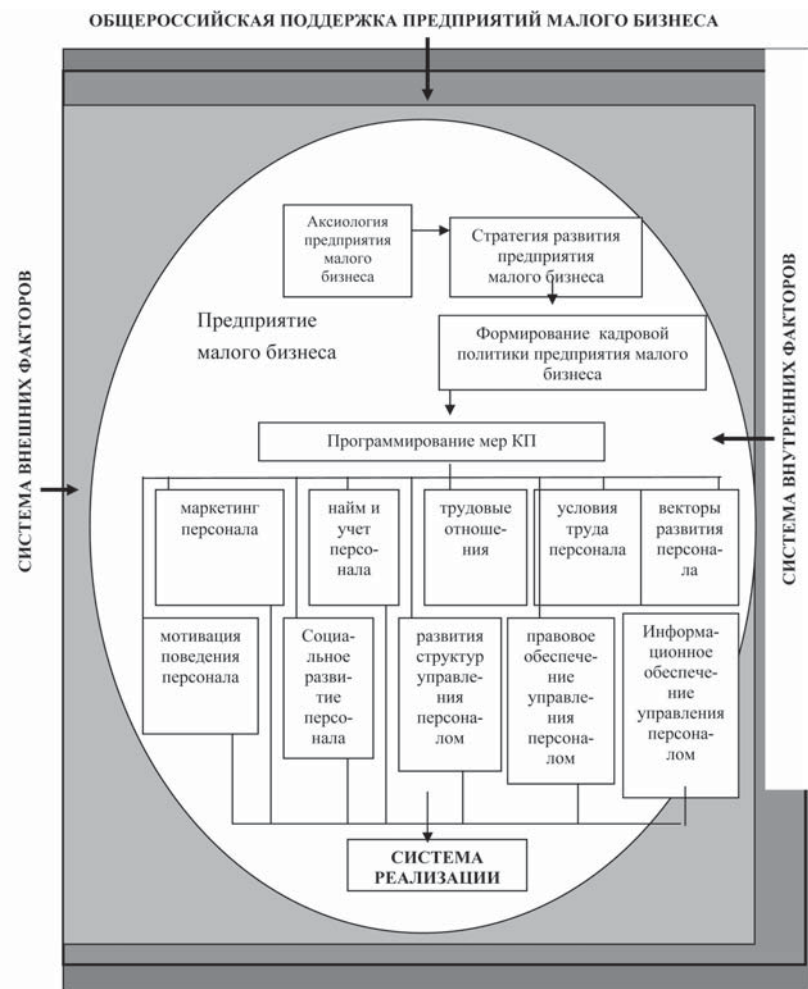


Рис. 2. Процесс программирования формирования кадровой политики предприятия малого бизнеса

Специальность: 08.00.05 – Экономика и управления народным хозяйством: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Москва, 2011.

2. Нагаева И.Х. Изменение факторов, влияющих на мотивацию в условиях кризиса. Молодежь. Прогресс. Наука: сборник материалов IV межвузовской науч.-практ. Конференции молодых ученых РБ. Sterlitamak, 2009.
3. Отсутствие системы мотивации работников промышленных предприятий химической промышленности, как одна из причин кризиса данной отрасли народного хозяйства. Сборник материалов I Всероссийской заочной научно-практической конференции «Актуальные проблемы социально-экономического развития и социального управления в современной России» посвященная 70-летию СГПА им. Зайнаб Бишевой и 20-летию принятия декларации о государственном суверенитете Башкирской ССР. Sterlitamak, 2010.
4. Трансформация трудовых ценностей и мотивации трудовой деятельности на современном этапе развития России. «Современная экономика: Теоретические и практические подходы»: Республиканская научно-практическая конференция студентов, аспирантов и молодых преподавателей. Уфа, 2008.

Антон Вячеславович Лихачев,
магистр техники и технологии,
генеральный директор компании «ПК СЕРВИС» (г. Тула)

e-mail: lihachiovat@mail.ru

М. А. Ляшенко,
аспирант

М. А. Lyashenko,
Post-graduate

СОВРЕМЕННЫЙ РЫНОК ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПОЛЕ МИРОВОГО ПРОСТРАНСТВА

MODERN MARKET OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE FIELD OF THE WORLD SPACE

В данной статье рассматриваются основные и производные понятия современного рынка информационно-коммуникационных технологий, определяется понятие «направление вектора развития рынка ИКТ». Представлена характеристика мирового рынка ИКТ, а также, производство и потребление продукции ИКТ. Определены тенденции развития рынка ИКТ, в частности, в России.

This article discusses the basic and derivatives concepts of current market information and communication technologies, defines the concept of «the direction vector of the development of the market of information and communication technologies». The characteristic of the global market of information and communication technologies, as well as the production and consumption of ICT goods. Identified trends in the ICT market, in particular, in Russia.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, рынок информационно-коммуникационных технологий, мировое пространство, генезис, прогностика, вектор развития, темп роста, тенденция, объем доходов, долгосрочный прогноз, научно-технологическое развитие.

Key words: information and communication technologies, information and communication technologies market, world space, genesis, prognostics, development vector, growth rate, trend, amount of revenues, long-range forecast, scientific and technological development.

Сегодня, в начале второго десятилетия XXI века, мировое сообщество характеризуется ведущим направляющим вектором процесса его развития, а именно – вектором «взрыва» формирования и развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) буквально во всех сферах его жизнедеятельности. Как и любой товар или услуга в современной экономике мирового сообщества, совокупность ИКТ представляет собой и быстрорастущий рынок. Этот современный рынок информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в поле мирового пространства характеризуется множественными элементами разнообразных параметральных компонентов. Рассмотрение их и является целью данной статьи. Автор исследует современный рынок информационно-коммуникацион-

ных технологий в поле мирового пространства, исходя из реализации следующего логического ряда:



Рис. 1. Логика рассмотрения современного рынка информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в поле мирового пространства¹

Начиная изложение информационно-аналитического материала, автор выделяет и формирует базу основных понятий. База состоит из основных и производных понятий, которые даны в таблице и, затем, расшифрованы в эпистолярных определениях.

Таблица 1

Основные и производные понятия современного рынка информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в поле мирового пространства²

Понятия	
Основные	Производные
Экономика	Производство, потребление
Рынок: формы организации и классификации рынка	Продукты и услуги «Поле» рыночного пространства
Генезис	Эволюция (современность)
Информация	Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ)
Коммуникация	
Технология	
Пространство	Мировое экономическое пространство
Прогностика	Направления вектора развития рынка ИКТ

¹ Авторский логический ряд.

² Авторская структуризация и систематика.

Сначала автор дает основные определения понятий, а именно:

«Экономика» трактуется автором статьи как «правила ведения хозяйства, то есть в виде определенного уклада хозяйственной деятельности общества, а также как совокупность отношений, складывающихся в системе производства, распределения, обмена и потребления продукта или услуги»¹. «Рынок» рассматривается в контексте статьи в форме «совокупности экономических отношений, которые основываются на обменных операциях между производителями товаров (услуг) и потребителями»². Формами организации рынка служат базар, магазин, аукцион и т.д., а классификация рынков возможна по разным критериальным основам, а именно: по критерию территории (местный, региональный, национальный, мировой); по критерию самих субъектов, которые включаются в процесс обмена (рынок потребителей, рынок производителей, рынок промежуточных продавцов и рынок государственных учреждений); по критерию объектов обмена (рынки средств производства, рынки товаров и услуг, рынок финансов и рынок интеллектуальной собственности); по критерию ассортимента (замкнутый, насыщенный, смешанный); по критерию уровня соблюдения законности (легальный (официальный) и нелегальный (теневой)); по критерию насыщенности (равновесный (спрос = предложение), дефицитный (спрос > предложение), избыточный (спрос < предложение)); по критерию уровня экономической свободы (свободный и регулируемый); по критерию конкуренции (конкурентный (совершенная конкуренция), с монополистической конкуренцией, олигопольный и монополюльный); по критерию характера продаж (оптовый и розничный)³.

«Генезис» используется в данной статье как «происхождение, возникновение, зарождение»⁴. «Информация» понимается как «разъяснение, изложение, осведомленность, то есть – сведения о чем-либо, независимо от формы их представления»⁵. «Коммуникация» рассматривается в статье в несколь-

ких смыслах, а именно: как «путь сообщения, связь одного места с другим» и «общение, передача информации от человека к человеку, то есть в виде специфической формы взаимодействия людей в процессах их познавательно-трудовой деятельности, осуществляющаяся, главным образом, при помощи языка (реже при помощи иных знаковых систем)»¹. «Технология» применяется как «совокупность методов обработки, изготовления, изменения состояния, свойств, формы сырья, материала или полуфабриката, осуществляемых в процессе производства продукции; а также, сами операции добычи, обработки, транспортировки, хранения, контроля, являющиеся частью общего производственного процесса»², а «Пространство» употребляется как «одна из форм существования развивающейся материи, характеризующаяся протяженностью и объемом; неограниченная видимыми пределами протяженностью»³. «Прогностика» понимается и трактуется автором статьи как «наука для предсказания того, что может произойти. Прогнозирование и планирование – одна из основных функций менеджмента»⁴.

Далее автором представляются производные определения понятий:

«Производство» понимается в экономическом смысле как «процесс создания разных видов экономического продукта»⁵. «Потребление» трактуется автором статьи как «использование продукта в процессе удовлетворения потребностей. В экономике потребление приравнивается к приобретению благ или услуг»⁶. «Продукты» рассматриваются как «результаты различных процессов преобразования (с затратами или без затрат энергии)»⁷, а «Услуги» – в качестве «результата, по меньшей мере, одного действия, обязательно осуществленного при взаимодействии поставщика и потребителя и, как правило, она нематериальна»⁸.

¹ Большой энциклопедический словарь / под ред. Александра Прохорова. М.: издательство «Большая Российская энциклопедия», 2000. – 1456 с.

² Российский энциклопедический словарь: В 2-х кн. / гл. ред. А.М. Прохоров. М.: Большая Российская энциклопедия, 2001. Кн. 1: А-Н., Кн. 2: Н-Я. – 2015 с.

³ Толково-энциклопедический словарь / под ред. Ефремовой. М., 2000. – 1895 с.

⁴ Обращение к электронному ресурсу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0>

⁵ Семёнов Ю.И. Политарный («азиатский») способ производства: сущность и место в истории человечества и России. М.: Волшебный ключ, 2008. – 401 с.

⁶ Ильин В.И. Потребление как дискурс. СПб: Интерсоцис, 2008.

⁷ Обращение к электронному ресурсу: <http://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%98%D0%BD%D1%84%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%82&action=edit&redlink=1>

⁸ Национальные стандарты. ГОСТ Р 50646-94 Услуги населению. Термины и определения. М., 2007.

¹ Райзберг Б., Лозовский Л., Стародубцева Е. Современный экономический словарь. <http://vocabulary.ru/dictionary/88>

² Обращение к электронному ресурсу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA>

³ Sullivan, Arthur; Steven M. Sheffrin (2003). *Economics: Principles in action*. Upper Saddle River, New Jersey 07458: Pearson Prentice Hall. pp. 28. Oreste Popescu. *Studies in the History of Latin American Economic Thought*. London, Routledge, 1997, pp.15-31

⁴ Большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб.: Норинт, 1998. gramota.ru/slovari/info/bt

⁵ Урсул А.Д. Природа информации. М.: Политиздат, 2008. – 280 с.; Урсул А.Д. Проблема информации в современной науке. М.: Наука, 2005. – 278 с.; Чернавский Д.С. Синергетика и информация (динамическая теория информации). М.: Едиториал УРСС, 2004. – 200 с.; Захаров В.П. Информационные системы (документальный поиск): учебное пособие. СПб.: СПб. гос университет, 2002. – 188 с.

«Поле» рыночного пространства» – представляет собой, по мнению автора статьи, совокупность элементов многокомпонентного множества экономических составляющих, которые представляют собой совокупности экономических отношений, основывающиеся на обменных операциях между производителями товаров (услуг) и потребителями в сфере одной из форм существования развивающейся материи»¹. «Эволюция» в контексте современности как «сформированное состояние развития общества, необратимое и, в известной мере, направленное во времени, сопровождающееся изменениями и модификациями»². «Информационно-коммуникационные технологии» (ИКТ) представляются автором как «совокупность технологий, обеспечивающих фиксацию информации, ее обработку и информационные обмены, то есть: передачу, распространение, раскрытие сущности информационных потоков»³.

«Мировое пространство» понимается как «форма существования и развития современного мира, как направления распространения культур, религий, идеологий и как линии сотрудничества или соперничества между государствами»⁴. «Направления вектора развития рынка ИКТ» рассматривается как совокупность развернутого векторального спектра направлений информационных потоков»⁵.

Итак, закончив представление понятийной базы данной статьи, автор, естественно, переходит к рассмотрению и анализу объема и темпу роста мирового рынка ИКТ.

¹ Авторская интерпретация понятия.

² Авторская интерпретация понятия на основе материалов: <http://www.avifarm.ru/list.php?c=evolution>

³ Коджаспирова Г.М. Педагогический словарь: пособие для студентов высш. и сред. пед. учеб. заведений / Г.М. Коджаспирова, А.Ю. Коджаспиров. М.: Академия, 2000. – 176 с.; Комарова И. Использование информационных технологий в совершенствовании системы образования // Народное образование. – 2006. – № 2. – С. 157–159; Курин Ю.Н. Мультимедийные и гипермедийные технологии в реализации концепции эффективного изучения геометрии в начальной школе // Начальная школа. – 2005. – № 6. – С. 73–76; Лебедева А.В. Информационные технологии на уроках окружающего мира // Начальная школа. – 2010. – № 3. – С. 100.

⁴ Словарь политических терминов. Политическая энциклопедия онлайн. <http://www.onlinedics.ru/slovar/pol.html>

⁵ Авторская интерпретация понятия.

Прежде всего, автор отмечает, что за последнее десятилетие объем рынка информационно-коммуникационных технологий превысил 1 трлн руб. Такую информацию огласил на пресс-конференции в Москве министр информационных технологий и связи РФ. По его словам, в среднем по рынку темпы роста относительно 2011 года составили от 29,7 до 43,6%. При этом, объем экспорта программного обеспечения в 2011 году вырос на 57,3%, то есть достиг 1003 млн. долл. Министр отметил, что в данном сегменте рост происходит, в основном, за счет иностранных инвестиций и государству необходимо принять меры для увеличения российских инвестиций в данный сегмент¹.

Характеристика мирового рынка ИКТ, а также производство и потребление продукции ИКТ определяется автором статьи следующим образом, а именно:

1. Объем глобального рынка ИКТ в 2010–2011 гг. оценивается экспертами от 1,6–2,1 трлн. долл. США до более 3,5 трлн. долл. США только по рынку ИТ. Мировой экспорт информационно-коммуникационного и офисного оборудования составляет сегодня более 750 млрд. долл. США в год, что превышает суммарные объемы экспорта нефти всех нефтедобывающих стран. По данным FT500 суммарная капитализация транснациональных корпораций сектора ИКТ в последние 3–4 года стабильно превышает 3 трлн. долл. США: телекоммуникационные услуги – порядка 1,5 трлн. долл. США, ИКТ оборудование – около 1 трлн. долл. США, ИТ услуги – более 0,7 трлн. долл., конкурируя за 1–2 место с сектором «Банки и финансы» (также более 3 трлн. долларов) и опережая сектор «Нефть и газ» (более 2 трлн. долл. США).
2. Темпы развития сектора ИКТ опережают темпы роста всех отраслей. Однако после кризиса фондового рынка в 2010–2011 годах и резкого увеличения цен на нефть, темпы роста сектора ИКТ (в особенности ИТ отрасли), по-прежнему, ниже, нежели до 2012 года. Если в 2010 году рынок вырос на 4,6 процента, то в прошед-

¹ Обращение к электронному ресурсу: http://business-news.ru/novosti/makro_novosti/analitika/obem-rynka-informacionno-kommunikacionnyx-technologij-prevysil-1-trln-rub

шем году темпы снизились до 4 процентов. Как ожидают аналитики, в 2012 году средние темпы роста не превысят 3,8 процента, однако в развивающихся странах рынок увеличивается примерно в 1,8 раз быстрее.

3. По оценке экспертов, доля ИКТ в ВВП всех стран будет только нарастать. По самым пессимистическим оценкам, объем сектора ИКТ к 2025 году утроится. Более оптимистические оценки прогнозируют удвоение объемов каждые 5 лет, то есть в 5–7 раз к 2025 году с последующей стабилизацией сектора. Наиболее смелые оценки говорят, что объем материального производства после «максимального внедрения в ИКТ в жизнь общества» стабилизируется на 10 процентов ВВП, то есть доля ИКТ в отдаленном будущем составит 90 процентов ВВП. Прогнозируется, что мировой экспорт ИК и офисного оборудования к 2020 году может увеличиться более чем в 3 раза.

Примечание: Компания IDC опубликовала новое исследование, из которого следует, что инвестиции в ИТ-отрасль во всём мире достигнут 1,48 триллиона долларов в 2013 году¹.

География производства и потребления

Ведущее место на мировом рынке ИКТ занимают страны ОЭСР, на которые приходится наибольшая доля рынка и объемы капитализации компаний. Одна треть доходов мирового ИКТ-рынка приходится на Европу, немного больше – на США и Японию вместе взятых, а все остальные страны претендуют всего лишь на 24,1 процента. В США объем рынка только ИТ превышает 500 млрд. долларов. В последние годы наиболее быстрое развитие в области ИКТ демонстрируют Республика Корея и Китай.

В странах ОЭСР доля рынка ИКТ в ВВП находится в диапазоне от 15 процентов (Новая Зеландия) до 3 процентов (Мексика). Причем в ЕС-15 («старом ЕС») и США она достигала 8 процентов. Среди стран СНГ абсолютное лидерство по уровню развития ИКТ принадлежит России, причем практически по всем показателям. Организации связи в Российской Федерации в 2006 году оказали услуг на сумму 835,1 млрд. рублей (31,7 млрд. долларов США, 68 процентов всего ИКТ), а рынок ИТ составит 361,5 млрд. рублей (около 1–1,5 процентов общемирового объема), т.е. общий объем составит 1196,6 млрд. рублей (45,4 млрд. долларов).

¹ http://protown.ru/information/doc/4296.html#_ftn101

Структура рынка ИКТ

Каждый из подсекторов ИКТ имеет собственную динамику развития. Доля сегмента информационных технологий в структуре ИКТ-рынка меньше доли телекоммуникаций даже в развитых странах – например в Западной Европе на ТК приходится 55,2 процента (44,2 процента – услуги предоставления связи, 4,5 процента – коммуникационное оборудование для конечных пользователей, 6,5 процента коммуникационно-сетевое оборудование). В развивающихся странах перекося в сторону увеличения доли ТК еще больше – в частности в России доля ИТ-сегмента составляет всего около 30 процентов. Размер доли отдельных сегментов в структуре ИТ-рынка зависит от степени его зрелости. В развитых странах на приобретение оборудования расходуется примерно столько же средств, сколько и на покупку ПО, но меньше, чем на оплату ИТ-услуг, а в развивающихся странах расходы на оборудование доминируют над расходами на ПО и ИТ-услуги. Получается, что с развитием рынка на оплату ИТ-услуг и покупку ПО затрачивается больше средств. В структуре европейского ИТ-рынка компьютерное и офисное аппаратное обеспечение составляют 12,7 и 1,3 процентов, соответственно, ПО – 10,7 процентов и ИТ-услуги – 20 процентов.

Новые продукты и технологии ИКТ

По оценке экспертов, экономические успехи ИКТ, а вследствие ее развития и экономики в целом, будут держаться на трех «китах»:

- вовлеченности всех субъектов в инфокоммуникационные процессы за счет обеспечения доступа к любому контенту любому пользователю везде, всегда и на любом терминале, устройстве;
- новой инфраструктуре бизнеса: транснациональные корпорации и предприятия реального времени (промышленная автоматика, полный учет и планирование, аналитическое принятие решений), быстро меняющиеся организационные формы и бизнес-модели;
- новая инфраструктура госуправления, охват всех сторон жизни человека и общества.

Автор статьи считает необходимым отметить факт того, что важное влияние на определение перспектив развития ИКТ оказали технологические достижения в области ИТ, приведшие к значительному уменьшению электронных компонент ИКТ. Взрывной характер носит развитие исследований в сфере нанотехнологий, которые имеют широкий спектр практических приложений, в том числе в сфере ИКТ. Мировой рынок нанoeлектроники в 2015 году составит более 300 млрд. долларов, столько же составит рынок наноматериалов.

Тенденции развития рынка ИКТ

По данным центра мониторинга науки и инноваций (Великобритания), можно выделить следующие социально-технологические тенденции в сфере ИКТ: инвестирование в проекты по распознаванию речи может увеличиться с 1 млрд. долларов (наст. время) до 53 млрд. долларов к 2013 году; число SMS-сообщений, посланных за день, предположительно вырастет с 11,4 млрд. в 2010 году до 45,8 млрд. в 2011 году; прогнозируется продажа диапазонов радиочастот; прогнозируется развитие интернета; скорость накопления новой информации увеличивается на 30 процентов в год; в связи с возрастанием экологических проблем Европейское сообщество по моделированию земной экосистемы создаст обширную структуру моделирования динамики природных и полуприродных экосистем; прогнозируется интеграция различных дисциплин и систем; эффективность как производственных, так и обслуживающих секторов увеличивается по мере того, как число пользователей ИТ увеличивается. Проиллюстрируем эту ситуацию в графическом виде, а именно:



Рис. 1. Динамика объема доходов рынка ИКТ услуг за 1995–2013 годы (млрд. руб.)¹

¹ Мамраев Б.Б., Акимбаева А.М., Джусупов А.А. Предпосылки и проблемы инновационно-технологического развития информационно-коммуникативных технологий и связи // Современные наукоемкие технологии. – 2012. – № 6 – С. 111–117.

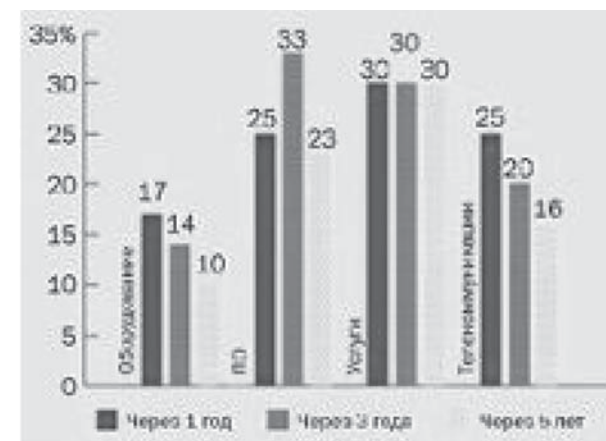


Рис. 2. Долгосрочный прогноз научно-технологического развития Российской Федерации (до 2025 года)¹

Итак, в данной статье автор рассмотрел современный рынок информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в поле мирового пространства.

Марина Александровна Ляшенко,
аспирантка Московской международной высшей школы бизнеса
«МИРБИС» (Институт)

e-mail: lyashenkomari@gmail.com

¹ http://go.mail.ru/search_images?q=Объем+и+темпы+роста+мирового+рынка+ИКТ&ch=&jsa=

М. О. Талубоев,
аспирант

М. О. Taluboev,
Post-graduate

СИСТЕМА ФОРСАЙТ КАК КОМПЛЕКСНЫЙ ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУРАХ

FORESIGHT AS A COMPREHENSIVE SYSTEM OF STRATEGIC MANAGEMENT TOOL IN THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE BUSINESS STRUCTURES

В статье выявлены возможности применения форсайта как инструмента обеспечения стратегической устойчивости предпринимательских структур производственной сферы и управления их инновационным развитием.

The article reveals the possibility of foresight as a tool for strategic stability of the production sector of business structures and management of innovative development.

Ключевые слова: стратегическая устойчивость, конкурентоспособность, управление стратегической устойчивостью, инновационное развитие, форсайт.

Key words: strategic stability, competitiveness, management of strategic stability, innovative development, foresigh.

Актуальность исследования определяется объективной необходимостью формирования концепции и методического аппарата инновационной стратегии развития предпринимательской деятельности с учетом динамического баланса корпоративных, территориальных и отраслевых интересов. Контур данной стратегии нашли выражение в Концепции социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г., установившей в качестве целевого ориентира переход от экспортно-сырьевого к инновационному типу развития экономики. К числу ключевых факторов инновационного развития отнесено формирование конкурентоспособности предпринимательских организаций: «Инновационный тип экономического развития требует создания максимально благоприятных условий для предпринимательской инициативы, повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности российских частных компаний, расширения их способности к работе на открытых, глобальных рынках в условиях жесткой конкуренции, поскольку именно частный бизнес является основной движущей силой экономического развития».

В современных экономических условиях конкурентоспособность предпринимательской организации в значительной степени зависит от уровня стратегического планирования и прогнозирования. Использование исследования форсайт позволит предпринимательской организации повысить свой уровень конкурентоспособности за счет формирования «опережающей» стратегии, адаптации к новым технологиям и ограниченности ресурсов, предугадывание спроса и, как следствие, снижение рисков. Применение форсайта принципиальным образом изменяет содержание инновационной стратегии-организации: «Успешная модернизация экономики и социальной сферы предполагают выстраивание эффективных механизмов взаимодействия общества; бизнеса и государства, направленных на координацию усилий всех сторон, обеспечение учета интересов различных социальных групп общества и бизнеса при выработке и проведении социально-экономической политики».

В России в последнее время со стороны государства начинается активное осуществление финансовой поддержки инновационной деятельности, для увеличения инновационной активности. Как отмечает Г.Я. Гольдштейн: Россия в силу геополитических факторов вынуждена и должна формировать автономное поведение в мирохозяйственных процессах, опираясь на конкурентоспособность своей экономики ... научный комплекс в целом обеспечивает развитие экономики на основе модернизации и смены технологий. Масштабы и темпы развития науки и инновационной сферы должны обеспечить соответствие потенциала России уровню мирового научно-технического прогресса», то есть наиболее инновационно развитых стран.

Россия в мировом инновационном развитии должна и может занимать лидирующие позиции, поскольку накопленный потенциал позволяет реализовать проект научно-технического и технологического форсайта, именно поэтому для предпринимательских структур очень важны задачи определения стратегических факторов и организации обеспечения устойчивого развития бизнеса.

Цель исследования заключается в обосновании теоретических положений и практических рекомендаций, направленных на совершенствование стратегического управления инновационным развитием предпринимательских структур производственной сферы на основе применения форсайта.

Достижение указанной цели потребовало решения следующих задач:

- сформулировать основные критерии и параметры понятия «инновационное развитие предпринимательских структур»;

- обосновать понятийный аппарат управления инновационным развитием предпринимательских структур в современных условиях;
- выявить возможности применения форсайта, как инструмента обеспечения стратегической устойчивости предпринимательских структур производственной сферы и управления их инновационного развития.

Объектом исследования является взаимосвязи и взаимоотношения в предпринимательстве в условиях ресурсной ограниченности, неплатежеспособности спроса с учетом особенностей московского региона.

Предметом исследования является форсайт, как инструмент инновационной экономики и система методов, экспертной оценки стратегических направлений социально-экономического и инновационного развития, выявления технологических прорывов; способных оказать воздействие на экономику и общество в средне и долгосрочной перспективе.

В процессе работы над статьей применялись следующие методы экономических исследований: абстрактно-логический, эмпирический, метод экспертных оценок, использовались приемы структурно-функционального и статистического анализа.

Результаты исследования и их обсуждение. Важность инновационного пути развития для отраслей отечественного бизнеса трудно переоценить, с учётом их нынешней технологической отсталости, высокого морального и физического износа основных средств, значительной энергоёмкости и низкой производительности труда.

Для преодоления отсталости российской экономике среди прочих условий необходима модернизация менеджмента инноваций, выработка комплексной системы принятия эффективных управленческих решений с целью получения новых конкурентоспособных преимуществ как на уровне создаваемой продукции, так и отраслей в целом. Значительный рост в последнее время информационных потоков и высокотехнологичных производств, вертикальной и горизонтальной интеграции, новых направлений в бизнесе требует совершенствования моделей и механизмов по управлению инновационными проектами в отраслях, их рисками, привлекательностью и институциональным содержанием.

Выявление и использование незадействованных ресурсов управления инновационным потенциалом позволит радикально обновить функционирование всех видов деятельности, которые будут иметь тогда возможность на уровне современных мировых тенденций адекватно отвечать угрозам и вызовам. При переводе отраслей экономики страны на инновационный путь развития, совершенствование управленческого меха-

низма данного процесса становится неотъемлемой частью интеграции национальной экономики в мировую.

Любое государство своим приоритетом считает ориентацию на долгосрочную перспективу, преследуя цели в достижении качественно новых результатов во всех сферах, для чего применяет новый инструмент формирования приоритетов и мобилизации всех заинтересованных участников, который наиболее четко формирует обоснованный «взгляд в будущее», называемый Форсайт.

Рыночная экономика России и отдельных ее регионов с каждым днем развивается больше и больше, внедряя в свою сферу инновационные технологии и новые понятия, как отмечает информационный бизнес портал Market-pages.ru, одним из таких понятий и является Форсайт.

Под «Форсайтом» понимается процесс систематического определения новых стратегических научных направлений и технологических достижений, которые в долгосрочной перспективе смогут оказать серьезное воздействие на экономическое и социальное развитие страны.

Таким образом, новый механизм содержит 4 ключевых элемента:

- 1) «Форсайт» является процессом систематическим;
- 2) центральное место в этом процессе занимают научно-технические направления (а не конкретные технологии);
- 3) временной горизонт предвидения должен превышать горизонт делового планирования;
- 4) приоритеты рассматриваются с точки зрения их влияния на социально-экономическое развитие страны.

Форсайт представляет собой принципиально новый подход к определению сценариев будущего. По сути, форсайт – скорее, политический и управленческий инструмент, обеспечивающий базу для принятия решений о долгосрочных инвестициях на 15–20 и более лет, чем методика исследований. Знание стратегических перспектив позволяет сосредоточить усилия и ресурсы для организации качественного «прорыва» в ключевых областях.

«Форсайт» дает возможность собрать необходимую для принятия решений информацию о состоянии и направлениях финансируемых государством НИОКР; создать новую культуру взаимодействия между учеными и бизнесом; определить ресурсы, необходимые для достижения поставленных задач. Отличительная особенность нового подхода – определение не конкретных технологий, а направлений развития, многовариантность сценариев, непрерывность этапов программы «Форсайт» по времени.

Одним из главных условий успешного использования этого метода является готовность общества (административного аппарата, руководителей компаний, отдельных специалистов, общественности) совместно оценить долгосрочные перспективы развития страны, отвлекаясь от краткосрочных конъюнктурных моментов.

Использование этого метода требует значительных ресурсов, поскольку в процесс открытого обсуждения и консультаций вовлекаются широкие слои научной, деловой общественности, центральной и региональной администрации. Финансирование конкретных проектов осуществляется из бюджетных и внебюджетных источников (в зависимости от того, кто является инициатором программы), включая средства частной промышленности, региональных администраций и ЕС. «Форсайт» может проводиться на национальном, региональном уровнях и корпорациями. В Великобритании был проведен «Форсайт» для малого и среднего бизнеса, а также «молодежный Форсайт», направленный на привлечение молодежи к научно-техническому творчеству. Если в Западной Европе распространен «Форсайт» на национальном и региональном уровнях, то в США – больше на уровне корпораций.

Несмотря на национальные различия в подходах к «Форсайту», можно выделить несколько основных принципов этого нового метода. «Форсайт» может преследовать следующие цели:

- оценка развития конкретного научно-технического направления (предусматривает разработку «технологической карты»);
- оценка перспектив сферы науки и технологий (распределение ресурсов на проекты НИОКР);
- оценка перспектив научно-технического развития в социально-экономическом контексте (принятие стратегических решений на макроуровне).

Форсайт уже давно стал международной технологией долгосрочного прогнозирования, потому что как форма активного прогнозирования возник в 90-х годах, когда был применен американцами в области оборонных исследований и перспектив безопасности.

Кроме Американского варианта Форсайта есть также Японский (целиком основан на методе Дельфи) и Европейский (основан на инерционном развитии). В Японии проведено более 9 национальных Форсайтов, на их основе строится ряд государственных стратегий. Каждая европейская страна проводит свои Форсайты, подобные проекты реализованы в Китае, ЮАР, Бразилии, США. Проводятся ежегодные международные

конференции, посвященные Форсайту, выпускаются специализированные журналы, работают тематические Интернет-сайты.

Для России первостепенной целью становится компенсация за короткий временной период более тридцатилетнего отставания в опыте Форсайтов от развитых стран западной Европы, Северной Америки и стран Азии.

В России проходит несколько Форсайтов по разным направлениям: Промышленно-энергетический Форсайт Минпромэнерго; Форсайт атомной отрасли; Форсайт Министерства информатизации и связи; Форсайт Министерства образования и науки; Региональные Форсайты в Перми, Иркутской и Ростовской области, Республики Башкортостан.

Наиболее приоритетными для России становится применение Форсайта для инновационной деятельности экономических систем.

Форсайт необходим в быстро меняющемся мире, в сложных областях (где присутствуют большое количество независимых игроков и интересов, которых нельзя принудить к выполнению тех или иных действий), при необходимости просчитать последствия сегодняшних действий, когда надо увидеть «точки будущего роста» и для построения стратегия деятельности участника сферы.

Появившись около 30 лет назад, сегодня форсайт стал одним из основных инструментов инновационной экономики. Сначала его применяли для формирования образов будущего в сфере технологий, там он отработан особенно хорошо. Затем технология форсайта стала использоваться в бизнесе – дорожные карты и результаты форсайт-проектов стали основанием для разработки стратегий в бизнесе.

Применение метода форсайта позволяет с комплексных позиций выявить проблемные и критические зоны будущего, определить существующие факторы, влияющие на формирование стратегий развития в исследуемой области.

Проведение форсайта в предпринимательской организации может стать продолжением принципа диверсификации и, тем самым, способно повысить конкурентные преимущества по сравнению с организациями-лидерами, а так же задать темп развитию малому и среднему бизнесу.

Цель форсайта – определение возможного будущего, создание желаемого образа будущего и определение стратегий его достижения. Прогнозирование, оценка перспектив технологий, исследования будущего и другие формы форсайта – это попытка определить долговременные тренды и скоординировать на их основе принятие решений. Работа по реализации форсайт-

проекта может быть организована на нескольких уровнях: международном, национальном, региональном, корпоративном.

Инновационно активный и эффективный менеджмент частных и государственных предприятий на основе прорывных технологий с использованием форсайта создает новые подходы к обеспечению модернизированного развития своих компаний, а также обладает действенными механизмами привлечения инвестиций в собственные наукоемкие разработки на локальном уровне.

Алгоритм формирования форсайта как инструмента стратегического управления инновационным развитием предпринимательских структур может быть представлен в виде последовательности этапов. Первый этап (предфорсайт) направлен на поиск инициатором форсайт-исследования заинтересованных политических деятелей; представителей малого бизнеса, крупных организаций производится расчет сметной стоимости проводимого исследования, формирование экспертной группы, устанавливаются индикаторы форсайта. Второй этап – (собственно форсайт) – работа экспертов, выработка стратегии всех заинтересованных социальных групп. Третий этап (постфорсайт) – верификация исследования посредством экстраполяции разработанных индикаторов; проводятся конференции, подготовка к новой форсайт-программе.

Выводы: Таким образом, научно-технический и технологический форсайт, столь необходимый для России уже сейчас и который планируется реализовать в среднесрочной и долгосрочной перспективе, должен представлять собой триединую концепцию «наука – экономика – общество». По мнению М. Кинэна: «...тот факт, что форсайт используется во многих странах, не является единственным основанием для его применения в России. Решения должны исходить из специфики местных условий и отвечать на вызовы, стоящие перед российской наукой и бизнесом сегодня...».

С этим утверждением, полностью укладывающимся в идею проекта «Инновационная Россия–2020», стоит согласиться¹. У России действительно свой путь к модернизационному обновлению и качественной трансформации своего развития.

Применение Форсайта в прогнозировании инновационной деятельности позволят использовать лучшие мировые знания и опыт управления на всех уровнях, а также извлечь полезные уроки из чужих ошибок, найти

¹ inno.nsu.ru.news/2011-01-10.htm

новые пути развития в едином потоке с международным сообществом, обнаружить узкие места и конкурентные преимущества.

Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в том; что оно вносит вклад в развитие теории форсайта на уровне организации, позволяет глубже осмыслить понятие и сущность форсайта, его роль в повышении конкурентоспособности организации; а также четче обосновать направления формирования конкурентной стратегии предпринимательской организации.

Библиографический список

1. Дудин М. Н., Лясников Н. В. Обеспечение стратегической устойчивости предпринимательских структур в условиях экономического кризиса // Путеводитель предпринимателя. Научно-практическое издание. Выпуск IV–V. М.: Российская академия предпринимательства, 2009. – С. 81.
2. Литвинова Е.М. Отличительные особенности форсайта от прогнозирования и планирования // Молодежь Сибири – науке России: матер. Междун. научн.-практ. конф. (Красноярск, 19–20 апр. 2011 г.). – Ч. II. – Красноярск, 2011.
3. Проект Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. <http://www.economy.gov.ru/mines/activity/sections/innovations/doc20101231>
4. Завадовский В. В. Методология ускорения инновационных процессов // Сибирская Финансовая Школа. – 2007. – № 2. – С. 117; <http://www.sifbd.ru/magazine/article/999>
5. Сибиряков В.Г. Форсайт по-русски. www.metodolog.ru/00857/00857/html
6. Назаров С.А. Сага о Форсайте в русском переводе. <http://www.metodolog.ru/00875/00875.html>
7. Шмидт С. Что за зверь «Форсайт»? <http://prognoz.org/article/chto-za-zver-forsait>

Мурад Олегович Талубоев,
аспирант, Российская академия предпринимательства

e-mail: acadra@yandex.ru

О. Н. Уланова,
аспирант

O. N. Ulanova,
Post-graduate

ОБОСНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО СОЗДАНИЮ МЕХАНИЗМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МАЛЫХ И КРУПНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

JUSTIFICATION OF ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MEASURES TO CREATE A MECHANISM OF INTERACTION OF SMALL AND LARGE AGRICULTURAL ENTERPRISES

В статье проведен анализ современного организационно-экономического механизма взаимодействия крупных и малых предпринимательских структур сферы производства и реализации молочной продукции в Российской практике, определены возможности для оптимизации.

This paper analyzes the main directions to optimize the organizational and economical mechanism between small and large companies in the production and sale of dairy products sphere in the Russian practice.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, сфера производства и реализации молочной продукции, малый бизнес, крупный бизнес, потребительские свойства продукции.

Key words: agro-industrial complex, dairy industry, small business, big business, consumer product properties.

Агропромышленный комплекс (АПК) – стратегически важный сектор национальной экономики, который является ключевым в обеспечении продовольственной безопасности страны. Одним из критериев продовольственной безопасности выступает, по мнению академика РАСХН Милосердова В.В., производство 75–80% общего объема основных видов продовольствия отечественными товаропроизводителями. Однако импорт продовольствия в российскую экономику составляет до 47,8% от общего объема продовольственных товаров. Агропромышленный комплекс – не просто социально значимая отрасль экономики страны, но и основа нормального функционирования всей национальной хозяйственной системы.

Одной из значимых проблем АПК в настоящее время является увеличение неопределенности в процессе ведения производственно-хозяйственной деятельности, обусловленное повышением темпов изменения

состояния внешней среды, активного формирования мирового продовольственного рынка и включение предприятий в деятельность на данном рынке. Общепризнанными способами противодействия негативному влиянию неопределенности являются формирование эффективной системы управления стратегическим развитием предприятия на основе обеспечения конкурентоспособности продукции.

Трансформационные процессы, начавшиеся в 1990-е годы, сопровождались разукрупнением хозяйств и зачастую их банкротством. Отсутствие необходимых исследований, внедрение новых организационно-правовых форм хозяйствования привело к разбалансированию этого важного сектора экономики. Необходимость развития предпринимательских структур, функционирующих в сфере сельскохозяйственного производства, выдвигает проблемы интеграции в число первоочередных и определяет саму интеграцию как закономерный этап развития общественного производства.

В современном АПК интегрированные предпринимательские структуры возникают для совместного ведения бизнеса на рынке на базе более рационального использования производственных, финансовых, трудовых ресурсов, согласованной научно-технической и инновационной политики. Преимущества и потенциал интегрированных предпринимательских структур, основанных на консолидации ресурсов, эффективных операционных связей, интегрированном взаимодействии участников разного рода деятельности, позволяет им осуществлять хозяйственную деятельность более эффективно, чем отдельным предприятиям.

Развитие интеграционных процессов, создание агропромышленных объединений и совершенствование организационно-экономических отношений между субъектами интеграции являются одним из необходимых, объективных и закономерных явлений современного общественного производства и важным институциональным элементом экономической системы. Создание интегрированных агропромышленных формирований, организационно и экономически соединяющих процессы производства, переработки и реализации продукции, позволяет увязать между собой осуществляемые в этой цепи организационно-экономические и научно-технические мероприятия, расширить необходимую для устойчивого развития АПК финансовую базу за счет повышения эффективности производства и увеличения доли доходов сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Следует отметить, что в дореформенный период отрасль молочного скотоводства со всей системой переработки высоким и сбыта продукции из-за несовершенства организационно-экономического низкой эффективностью, что вытесняет с продукцию, наполняя его характеризуется

внутреннего рынка отечественную молочную характеризовалась сравнительно уровнем эффективности. Производство и потребление данного вида продукции приближалось к научнообоснованным нормам, а отдельные регионы (Ленинградская, Костромская, Пензенская области и т.д.) вывозили молочную продукцию в другие области. Однако в период реформирования сельского хозяйства произошло практически полное разрушение организационно-экономического механизма производства и переработки молока, были утрачены традиции по кооперации и интеграции в молочном подкомплексе АПК. Сложившаяся тяжелая экономическая ситуация в отрасли молочного скотоводства и на предприятиях переработки молока характеризуется, прежде всего, отсутствием действенной государственной поддержки производства и сбыта молочной продукции, диспаритетом цен в сельском хозяйстве и молочной промышленности, разрушением системы материально-технического обеспечения. Наряду с этим, недостаток собственных финансовых средств производителей и переработчиков молока привел к снижению темпов переоснащения предприятий молочного подкомплекса. Моральный и физический износ технологического оборудования на фермах составил более 80%, а выбытие основных фондов в несколько раз превысило их ввод. Принятые Правительством РФ меры по введению квот на ввоз молочных продуктов и усилия по оздоровлению финансового состояния сельскохозяйственных предприятий не принесли ожидаемых результатов.

Молочное производство – особая отрасль народного хозяйства, призванная обеспечить население незаменимыми продуктами питания. На молочном рынке России присутствует большое количество участников, однако основная доля принадлежит нескольким крупнейшим компаниям. Несмотря на серьезные риски и жесткую конкуренцию со стороны «гигантов», в молочной отрасли постоянно появляются новые, небольшие фирмы. При выходе на российский молочный рынок субъекты малого предпринимательства сталкиваются с большим количеством трудностей.

На рынке молока и молочных продуктов продавцами и покупателями являются владельцы подсобных хозяйств, сельскохозяйственные организации, фермерские хозяйства, заводы и комбинаты по переработке сырья.

На предприятиях отрасли постоянно обогащается ассортимент, улучшаются вкусовые и питательные свойства продукции. Постоянно увеличивается выпуск молочных продуктов, пользующихся повышенным спросом у населения. Ежегодно осваивается производство новых видов продуктов.

Предприятия молочной промышленности оснащены большим количеством перерабатывающей техники. При использовании современно-

го технологического оборудования важно сохранить в максимальной степени пищевую и биологическую ценность компонентов сырья в вырабатываемых молочных продуктах. Усилия научно-исследовательских организаций должны быть направлены на решения задач комплексного использования сырья, создания принципиально новых безотходных, малоотходных и энергосберегающих технологий и оборудования, позволяющих существенно повысить производительность труда, сократить долю ручных операций, максимально снизить потери сырья при переработке, повысить качество продукции. Одним из определяющих факторов развития отрасли, необходимым для решения поставленных задач, и в первую очередь, увеличения объемов производства и переработки молока, является научно-технический прогресс, основное направление которого – создание малоотходных и безотходных технологий (МБТ), составная и неотъемлемая часть которых – охрана окружающей среды.

Сегодня в условиях возрастающей конкуренции на рынке большим спросом пользуется молочная продукция стабильно высокого качества и с длительным сроком хранения. Поэтому выпуск продукции, отвечающей этим требованиям, является приоритетной задачей для предприятий молочной промышленности.

От механизма взаимодействия предприятий крупного и малого предпринимательства зависят их доходы, объем производства и продаж продукции, степень удовлетворения потребностей населения в молочных продуктах, а также размеры налоговых поступлений в разные уровни бюджетов, занятость населения.

Ценовая дискриминация, проводимая заводами по закупке молока, определяется многими обстоятельствами. Так, закупка молока в отдельных хозяйствах и районах требует дополнительных транспортных затрат. Их компенсация проводится за счет низких реализационных цен на молоко. Отдаленные и слабые хозяйства не располагают ресурсами для вывоза молока собственным транспортом. Заводы, пользуясь этой ситуацией, устанавливают низкие цены.

Чтобы ограничить господствующую роль монополий на рынке молока и молочных продуктов, необходимо на региональном уровне устанавливать пределы роста цен на молоко, а на федеральном уровне определять пределы роста цен на ресурсы, необходимые для его производства. В случае снижения заводами цен на молоко в летний период следует увеличивать налоговые платежи, перечислять их сельскохозяйственным организациям.

В целях противостояния монополии, правительство может выделять в бюджете средства на закупку молока, изготавливая из него продукты для

военнослужащих, закрытых учреждений, социальных групп населения, крайне нуждающихся в помощи. Надо поощрять кооперацию сельскохозяйственных организаций и хозяйств населения в первичной переработке молока и реализацию молочных продуктов в кооперативных магазинах непосредственно населению.

По данным Молочного союза России, рынок молочной продукции ежегодно растет на 4–5%. Сегодня в молочной промышленности складывается довольно сложная для отечественных производителей молока ситуация. Крупнейшие российские производители теряют свою независимость. Концерн «Danone» поглотил ООО «Юнимилк», Компания «PepsiCo» в феврале 2011 г. Приобрела 66% акций ОАО «Вимм Билль Данн» и теперь владеет 77% акций этого предприятия.

Кроме того, присутствует постоянный риск, связанный с деятельностью комплексных организаций, а так же с различными внешними условиями (сезонность, закупочные цены на сырьё, наличие надёжных партнёров).

В таких условиях очень трудно вывести на рынок новый продукт, а, тем более, новую фирму. Поэтому вновь появляющиеся игроки рынка молочной продукции сталкиваются с огромными трудностями, такими как: невысокие объёмы производства и, как следствие, нежелание крупных компаний сотрудничать с новыми фирмами; наличие на рынке сильных конкурентов, нежелающих расставаться с долей прибыли; отсутствие серьёзной государственной поддержки и другими.

Для развития малых предприятий в сфере производства и реализации молочной продукции следует привлекать их к реализации приоритетных задач социально-экономического развития регионов и высокоэффективных проектов в области передовых технологий, требующих небольших материальных и финансовых ресурсов и окупающихся в течение одного-двух лет. Важным стимулом в этом случае могут стать гарантийные фонды, создаваемые в рамках региональных фондов поддержки малого предпринимательства для финансирования инвестиционных проектов.

В результате наряду с бесспорными достижениями, такими как введение процедуры оценки регулирующего воздействия и предоставление ассоциациям молочной промышленности возможности участия в них, в последнее время в целом ряде вопросов наблюдаются либо отсутствие продвижения, например, в том, что касается форм и механизмов поддержки инновационного предпринимательства в молочной сфере, выбор инструментов содействия развитию малого предпринимательства, либо действия, прямо ущемляющие интересы субъектов малого и среднего предпринимательства, налоговая политика, повышение единого социального налога.

Для решения задач модернизации экономики необходимо уделить особое внимание поддержке малых и средних предприятий с высоким потенциалом роста – инновационных «стартапов» и быстро растущих средних предприятий.

Целевые программы содействия развитию малого предпринимательства молочной отрасли должны быть структурированы, адресованы важнейшим целевым группам (стартовое предпринимательство, инновационное предпринимательство, растущий средний бизнес), содержать конкретные критерии оценки результативности, а выполнение программ – сопровождаться независимым мониторингом и завершаться оценением эффективности расходования бюджетных средств.

Федеральная политика в отношении малого предпринимательства молочной отрасли России должна стать более прозрачной – включая публикацию проектов программ поддержки, создание обратной связи с предпринимательским сообществом.

Рост тарифов на коммунальные платежи, существенно опережающий темпы инфляции – является очень большой проблемой для развивающихся малых предприятий. В молочной сфере затраты на горюче-смазочные материалы и электроэнергию зачастую составляют до половины себестоимости продукции. Необходимо ввести на региональном уровне процедуру трехсторонних соглашений по тарифам на основные виды коммунальных услуг для малых и средних предприятий молочной отрасли.

Следует развивать инструменты и механизмы передачи технологий – через центры трансфера технологий и другие институты содействия развитию малого предпринимательства. В молочной сфере необходимо постоянно совершенствовать техническое оснащение предприятий, а так же подход к формированию стратегий производства и продвижения продукции. Следует разработать и реализовать систему мер по интеграции российского рынка высоких технологий и венчурного капитала с мировым рынком. В частности, должно быть предусмотрено снятие всех ограничений на трансфер российских технологий и разработок, на привлечение зарубежного венчурного финансирования. Необходимо сформировать специализированные нормативные акты по венчурной деятельности. Требуется дальнейшей проработки вопрос льготирования венчурной деятельности.

Выводы: Современный агропромышленный комплекс является важной составной частью экономики страны, объединяющий почти треть отраслей народного хозяйства. В нем сосредоточено более 30% трудящихся, занятых в сфере материального производства. Развитие агропромышленного комплекса определяет уровень продовольственного обеспече-

ния населения и социально-экономическую ситуацию в стране, так как на продукты питания и товары, получаемые из сельскохозяйственного сырья, население расходует до 70% семейного бюджета. Все это обуславливает необходимость преобразований экономической системы АПК не только на основе инновационных подходов к управлению, но и посредством внедрения инноваций в процессе развития и функционирования предприятий агропромышленного комплекса различных форм собственности, реализации приоритетных национальных проектов, исполнения федеральных законов и подзаконных нормативных актов.

Необходима консолидация малого и среднего предпринимательства через развитие сетевых структур, поддерживаемых предпринимательскими объединениями. Эти организации призваны сыграть важную роль в обмене лучшим опытом, согласовании позиций в отношении важнейших вопросов социально-экономического развития, напрямую затрагивающих интересы субъектов малого и среднего предпринимательства молочной отрасли России.

Библиографический список

1. Дегтярев В.В. Современное состояние малого предпринимательства в молочной отрасли Российской Федерации // Вестник РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева. – 2011. – № 2.
2. Дудин М.Н., Лясников Н.В. Зарубежный опыт управления инновационным развитием как базисом повышения конкурентоспособности предпринимательских структур в условиях экономики знаний (знаниевой экономики) хозяйства // Народное хозяйство. Вопросы инновационного развития. М.: МИИ Наука, 2012. – № 9.
3. Кузнецова Ю.В. Организация продвижения молочной продукции на российский и региональные рынки Региональные проблемы науки и образования // Регионология. – 2008. – № 4.
4. Семенов А.А. Управление кооперацией в интегрированных промышленных структурах // Государственное управление. Электронный вестник. – Выпуск № 27. – Июнь 2011 г.

Ольга Николаевна Уланова,
аспирант, Российская академия предпринимательства

e-mail: uon2506@mail.ru

Н. Т. Успенская,
аспирант

N. T. Uspenskaya,
Post-graduate

РОЛЬ ФОНДОВОГО РЫНКА В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

ROLE OF THE STOCK MARKET IN THE FORMATION OF THE RUSSIAN ECONOMY

В статье рассматриваются актуальные вопросы, связанные с ролью фондового рынка в формировании экономики, а также проблемы, возникающие при формировании рынка ценных бумаг в условиях современной России.

This paper discusses current issues related to the role of the stock market in shaping the economy, and the problems associated with the formation of the securities market in modern Russia.

Ключевые слова: фондовый рынок, финансовый рынок, экономический рост, финансовый капитал.

Key words: the stock market, financial market, economic growth, financial capital.

Переход российской экономики на современный путь развития, достижение высоких темпов экономического роста возможно только при определенных условиях, одним из которых является достижение эффективного взаимодействия экономического и финансового сектора. Развитие экономики страны невозможно без развития фондового рынка, повышения активности участия фондового рынка в воспроизводственных и глобальных экономических процессах.

Развитие фондового рынка в России приобретает особую актуальность, поскольку он способствует стабильности экономической ситуации в стране. Прослеживается взаимосвязь развития фондового рынка с изменениями основных экономических показателей, таких как национальный доход, уровень занятости, уровень инфляции и иные показатели. Развитие фондового рынка оказывает непосредственное воздействие на темпы экономической активности хозяйствующих субъектов.

Все сегменты финансового рынка находятся в зависимости от фондового рынка и влияют на его функционирование и развитие. Фондовый рынок в составе рынка ценных бумаг тесно взаимодействует с рынком ссудных капиталов и денежным рынком, которые наиболее привлекательны для инвесторов. Изменения на фондовом рынке влекут перемены на финан-

совом рынке и обуславливают изменения в финансовом секторе экономики. В связи с этим чрезвычайно важно способствовать повышению эффективности функционирования фондового рынка через систему государственного регулирования и не исключая его саморегулирования и общественного регулирования.

В современных условиях важно изучение влияния фондового рынка страны на экономику. Опосредованная зависимость между развитием фондового рынка и экономическим ростом в стране выявлена на основе гипотезы о том, что при эффективно функционирующем фондовом рынке темпы экономического роста в будущем находят свое отражение в ценах на ценные бумаги в настоящем периоде.

Фондовый рынок подвергается постоянному анализу, так как возникает необходимость его рассмотрения с позиции состава участников рынка, порядка его организации и функционирования, характера взаимодействия участников рынка, а также принципов и особенностей его регулирования. Для анализа фондового рынка используют фундаментальный и технический анализ. Объектом фундаментального анализа фондового рынка являются эмитент, его доходы, оценка деятельности предприятий, состояние отрасли и рынка, куда предприятия выходят как продавец и покупатель. В ходе фундаментального анализа рассматривается возможность фирм как эмитентов инвестировать в ценные бумаги.

Комплексно фондовый рынок анализируют и изучают с точки зрения построения системы и взаимозависимости ее элементов, в качестве которых выступают участники фондового рынка. Все это необходимо для исследования взаимодействия как элементов внутри самой системы, так и взаимодействия ее с другими экономическими системами.

При разработке стратегии развития фондового рынка исследуются изменения спроса и предложения денежного капитала на фондовом рынке, потоков капитала на национальном и международном уровнях, факторов риска на фондовом рынке, все эти факторы оказывают влияние на развитие фондового рынка.

Фондовый рынок как экономическая система создает условия для организации торгов ценными бумагами на систематической основе, где осуществляется перераспределение сбережений и свободных денежных средств в различные формы капитала и обеспечивается подчинение этих условий правовым и институциональным нормам. В качестве элементов системы фондового рынка выступают участники фондового рынка, к которым относятся эмитенты, инвесторы, посредники. Широкий спектр взаимосвязей фондового рынка как экономической системы представлен

внутренними, внешними, организационными, структурными сложными взаимосвязями.

Фондовый рынок в составе рынка ценных бумаг является подсистемой финансового рынка, который связан в большей мере с рынком ссудных капиталов и денежным рынком, так как денежный рынок и рынок ссудных капиталов обладают привлекательностью для инвесторов. Фондовый рынок создает устойчивую зависимость всех сегментов финансового рынка и оказывает воздействие на функционирование всех других сегментов финансового рынка и экономических процессов в целом.

Эффективность фондового рынка тесно связана с его активностью и участием в глобальном развитии финансового рынка. Эффективность развивающегося фондового рынка можно рассматривать как рациональное поведение его участников в сфере распределения финансовых ресурсов и перевода их в капитал; установление норм и правил рационального поведения фирм-инвесторов. Рациональное поведение участников фондового рынка свидетельствует о достижении институционального равновесия на фондовом рынке, что является важнейшим критерием его эффективности.

Информационные посредники в лице информационных агентств представляют информацию инвесторам на фондовом рынке для разработки инвестиционной стратегии. Информация при этом может стать достоянием общественности и принимается как составляющая общественного блага и распространяется для широкого круга клиентов.

Российский фондовый рынок развивается с учетом следующих закономерностей:

- высокая степень капитализации, опережающая рост ВВП;
- наметившийся разрыв между финансовым и реальным секторами экономики, повлекший рост спекулятивных операций с фиктивным капиталом;
- рост монополизации глобального и национальных рынков, вызванный преобладанием крупных компаний в качестве участников фондового рынка;
- отсутствие взаимосвязей фондового рынка и его участников с воспроизводственными процессами в реальном секторе экономики, что провоцирует финансовый кризис.

В современных условиях интенсивного взаимодействия финансового и реального секторов экономики развитие фондового рынка рассматривается в качестве важнейшей стратегической задачи, поскольку это

связано с воздействием фондового рынка на темпы экономического роста и важнейшие макроэкономические показатели социально-экономического развития страны. При этом достигается упорядочение действий участников фондового рынка в процессе осуществления ими операций и осуществляется динамичность развития самого фондового рынка и экономики в целом.

Библиографический список

1. Фатыхов А.Н. Развитие регионального фондового рынка как экономической системы // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2007. – № 8.
2. Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 г. № 39-ФЗ.
3. Алексеев М.Ю. Рынок ценных бумаг. М., 2008.
4. Алехин Б.И. Рынок ценных бумаг: введение в фондовые операции. Самара: СамВен, 2007.
5. Батяева Т.А., Столяров И.И. Рынок ценных бумаг: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2009.
6. Бердникова Т.Б. Рынок ценных бумаг и биржевой деятельности. М.: Инфра-М, 2009.
7. Вавулин Д.А. Кризис мирового фондового рынка: фундаментальные предпосылки и последствия // Финансы и кредит. – 2009.
8. Дробозина Л.А. Финансы, денежные обращения, кредит. М., 2010.
9. Жуков Е.Ф. Рынок ценных бумаг. М.: Финансы и статистика, 2009.

Н. Т. Успенская
аспирант Российской академии предпринимательства

e-mail: acadra@yandex.ru

С. Ю. Филина,
аспирант

S. Y. Filina,
Post-graduate

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ ФОНДОВОГО РЫНКА РОССИИ

FACTORS AFFECTING THE DEVELOPMENT OF THE STOCK MARKET IN RUSSIA

В статье рассматриваются внешние факторы, влияющие на развитие российского фондового рынка, проблемы, возникающие на формирующихся фондовых рынках под влиянием этих факторов и пути их решения.

This paper discusses the external factors that influence the development of the Russian stock market, problems in emerging stock markets under the influence of these factors and their solutions.

Ключевые слова: финансовый рынок, фондовый рынок, формирующийся рынок, волатильность, конкурентоспособность.

Key words: financial market, stock market, emerging market, volatility, competitiveness.

В настоящее время фондовый рынок играет существенную роль в развитии всей экономической системы. Развитый и устойчивый фондовый рынок, являясь элементом экономической политики, может способствовать решению ключевых задач, стоящих перед государством, например таких, как обеспечение устойчивого экономического роста путем привлечения инвестиционных ресурсов в реальный сектор экономики, трансформация сбережений населения и предприятий в инвестиции, создание условий для интеграции фондового рынка России в мировой финансовый рынок.

Фондовый рынок, являясь неотъемлемой частью финансового рынка, выполняет ряд функций, характерных для любого другого рынка (информационную, ценообразующую, регулирующую), но при этом имеет специфические особенности, обусловленные особенностями самого товара, обращающегося на этом рынке, – ценных бумаг. К таким специфическим функциям можно отнести: перераспределительную и функцию страхования ценовых и финансовых рисков.

Существует значительное количество факторов, которые оказывают влияние на фондовый рынок. Более того, воздействие того или иного фактора может изменяться в зависимости от различных условий и в различные периоды времени. За основу данной работы взято деление та-

ких факторов на две группы: внешние и внутренние, предложенное Е.А. Слезко, к.э.н. (Институт мировой экономики и международных отношений НАН Украины, г. Киев).

К внешним факторам относятся:

- долгосрочные циклы мировой экономики,
- принадлежность к развитым или формирующимся рынкам,
- мировые цены на нефть и сырьё,
- конкурентоспособность фондового рынка.

К внутренним факторам относятся:

- тип экономической и политической системы,
- модель экономического поведения населения,
- экономическая и финансовая политика государства,
- финансовая глубина, структура макроэкономики,
- жизненный цикл фондового рынка,
- внутривосточные экономические циклы и другие.

Далее более подробно будут рассмотрены только внешние факторы, т.к. они оказывают глобальное, фундаментальное влияние не только на российский, но и на весь мировой фондовый рынок. И ни одна страна не может полностью игнорировать влияние внешних факторов на свою экономику.

Долгосрочные циклы мировой экономики. В 1920-е годы выдающийся российский экономист Н.Д. Кондратьев (1892–1938) обратил внимание на то, что в долгосрочной динамике некоторых экономических индикаторов наблюдается определенная циклическая регулярность, в ходе которой на смену фазам роста соответствующих показателей приходят фазы их относительного спада с характерным периодом таких колебаний порядка 50 лет. В экономике такие циклы получили название «длинные волны» или «кондратьевские волны» («К-волны»).

Н.Д. Кондратьев отметил ряд закономерностей, характеризующих отдельные этапы больших циклов и их взаимосвязь с процессами, происходящими в различных отраслях экономики, а также в хозяйственных, политических и социальных аспектах жизни общества [1].

Несмотря на то, что далеко не все экономисты признали существование описанных зависимостей в экономике и не согласились с мнением учёного, но, всё-таки, многие строят свои прогнозы, основываясь именно на выводах, сделанных Н.Д. Кондратьевым.

Так, по мнению А.Айвазова, мировая экономика должна пройти процесс «перезагрузки» и избавиться от перенасыщенного капитала путем его массового обесценения в результате неизбежной длительной и глубокой депрессии. Обесценение денежного капитала произойдет благодаря неоднократным крахам фондовых и финансовых рынков, а также третьего дефолта доллара, как это уже происходило в 1930-х и в 1970-х. Так что мировую экономику ожидает целая череда затяжных кризисов, которая завершится никак не ранее 2020 года. И нынешний мировой финансовый кризис – это только первый звонок, извещающий всех нас о том, что главное действие еще впереди: оно начнется примерно в 2012–2015 годах, когда мировая экономика достигнет нижней точки понижательной волны пятого К-цикла [6].

Принадлежность к развитым или формирующимся рынкам. Российский фондовый рынок в большей степени можно отнести к формирующимся рынкам (emerging markets), так как в современной России фондовый рынок начал активно развиваться только в начале 1990-х годов. В значительной мере этот процесс протекал стихийно, что свидетельствует о несовершенстве законодательства на тот момент времени, об отсутствии четких «правил игры» и сформировавшихся традиций. Не приходится говорить также об академических и научных исследованиях в области развития и функционирования фондового рынка, так как в советское время такие исследования практически отсутствовали.

Российский фондовый рынок, как и большинство формирующихся рынков, движется по пути наименьшего сопротивления, заимствуя и применяя рыночные модели и нормативную базу других стран, в которых фондовые рынки существуют уже не одно столетие и которые накопили богатый опыт работы в данной области. Однако такая «трансплантация» зачастую сталкивается с препятствиями следующего характера: не учитываются различия в национальных традициях и особенностях страны – «донора» и страны – «реципиента», неподготовленность и юридическая неграмотность населения страны, применяющей у себя чужой опыт, несовершенство законодательства, кризисные явления и т.д.

Кроме того, на формирующиеся фондовые рынки оказывают сильное влияние рынки развитых стран, которое особенно проявляется в периоды кризисов. Примером такой взаимосвязи может служить ситуация, сложившаяся в 2000 году, когда коэффициент корреляции между фондовыми рынками России и США достиг значения 0,945. Фактически это функциональная зависимость капитализации рынка акций России от динамики рыночной стоимости акций на фондовом рынке США [2, С. 151].

Мировые цены на нефть и сырьё. Учитывая то, какую роль играет нефть в российской экономике, логично предположить, что цены на нефть должны оказывать сильное влияние на российский фондовый рынок и такое влияние на первый взгляд кажется вполне закономерным. Однако, далеко не все ученые и экономисты единодушны в этом вопросе.

Статистические данные, накопленные в процессе деятельности современного фондового рынка России, пока не позволяют с достаточной степенью точности выявить характер взаимосвязи между ценами на нефть и процессами, происходящими на российском фондовом рынке, определить механизмы такой взаимосвязи и сформировать достоверный прогноз на ближайшую или долгосрочную перспективу.

Поэтому исследователи и аналитики чаще обращаются к опыту развитых стран, в частности США и Европы. Но следует отметить, что в последнее время при анализе российского фондового рынка всё чаще используются аналогичные показатели фондовых рынков других стран, в частности, стран-членов БРИКС (Бразилия, Россия, Индия, Китай, Южно-Африканская Республика), так как сравнение с этими странами дает более наглядную картину происходящего в России, учитывая сильную корреляцию рынков этих стран с российским рынком.

Серьезные исследования фондовых рынков были проведены Я.М. Миркиным. Эти исследования показали, что цены на нефть характеризуются высокой волатильностью. Но при этом анализ длинных временных рядов по мировым ценам на нефть и акции не обнаруживает их непосредственной связи. Из чего автор исследования делает вывод о том, что, поскольку, движение фондового рынка США является доминантой для других рынков ценных бумаг и, соответственно, слабое влияние цен на нефть является общим явлением, прежде всего для фондовых рынков индустриальных стран [2, С. 144].

По различным оценкам, доля нефти, нефтепродуктов и газа в экспорте из России составляла в конце 1990-х годов около 40%. В первом полугодии 2012 года, по данным Росстата, доля нефти в общем объеме российского экспорта составила 35,1%, в экспорте топливно-энергетических товаров - 49,3% против 36,3% и 51,1% в 2011 году соответственно. Несмотря на снижение доли нефти, нефтепродуктов и газа в российском экспорте, сохраняется довольно большая зависимость всей экономики России от нефтяной отрасли, и, как следствие, сохраняются реальные основания для влияния цен на нефть на конъюнктуру российских акций и на весь финансовый рынок страны. По мнению Я.М. Миркина пока российский экспорт зависит от нефти, фондовый рынок России будет столь же волатильным, как и цены на нефть [2, С. 148].

Однако исследования других экономистов доказывают, что влияние цен на нефть на фондовый рынок неуклонно сокращается, значимость нефтегазовой отрасли ослабевает, обнаруживается асимметрия в реакции рынка на изменение цен на нефть [5].

Из вышесказанного можно сделать вывод о том, что различные подходы к изучению фондовых рынков дают различные результаты. В долгосрочном периоде, по мнению некоторых специалистов, фондовый рынок России будет зависеть от экономического роста и официальных оценок российского странового риска международными рейтинговыми агентствами, а в краткосрочном – от влияния других рынков, особенно развивающихся фондовых рынков и рынка нефти, внутренних и международных процентных ставок и внутренней денежной массы [5].

Конкурентоспособность фондового рынка. Поскольку все рынки находятся в жесткой конкуренции друг с другом, фондовый рынок не является исключением. Привлечение всё большего объема инвестиций в национальные ценные бумаги и, как следствие, в реальный сектор экономики – это задача достойная того, чтобы приложить усилия для её решения. И в процессе решения этой задачи ключевой становится проблема того, как обеспечить более высокую конкурентоспособность российского фондового рынка, предупредить отток бизнеса и торговой активности на фондовые рынки других стран.

В целом российский фондовый рынок сейчас характеризуется дефицитом прямых инвестиций, преобладанием краткосрочных вложений над долгосрочными, ростом доли инвестиций спекулятивного характера, оттоком торговой активности на западные фондовые рынки и низкой конкурентоспособностью.

Обеспечение конкурентоспособности российского фондового рынка требует комплексного подхода. И в первую очередь значительные усилия в этом направлении должно осуществлять государство путем проведения внятной экономической политики, направленной на снижение инфляции, переориентации финансовой системы на работу в условиях позитивной процентной ставки, осуществления реформирования банковского сектора и системы рефинансирования банков, осуществления различных мер по улучшению инвестиционного климата в стране.

Перечисленные факторы, оказывают глобальное влияние на мировой фондовый рынок в целом, но особенно на экономики тех стран, фондовые рынки которых находятся в процессе становления и развития.

Российские финансы уже давно интегрированы в мировые финансы, а российский фондовый рынок является частью мировой финансовой системы,

поэтому выстраиваемая модель российского фондового рынка должна отвечать как национальным особенностям, так и требованиям, предъявляемым современными тенденциями развития мирового финансового рынка.

Библиографический список

1. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. М.: Экономика, 2002. – 767 с.
2. Миркин Я.М. Рынок ценных бумаг России: Воздействие фундаментальных факторов, прогноз и политика развития. М.: Альпина Паблишер, 2002.
3. Фондовый рынок: учебное пособие для высших учебных заведений экономического профиля / под редакцией Н.И. Берзона М.: Вита-Пресс, 1998. – 400 с.
4. Системный мониторинг. Глобальное и региональное развитие / отв. ред. Д.А. Халтурина, А.В. Коротаяев. М.: Либроком/URSS, 2010. – С. 189–229.
5. Соколова Т.В. Влияние цен на нефть на фондовый рынок России // Финансы. – 2008. – № 2.
6. Айвазов А. Либеральные сказки и кондратьевские волны. Финансовый кризис требует от мирового сообщества адекватных действий (Источник: Журнал «Профиль», <http://www.profile.ru>).
7. Баранов А. Российский фондовый рынок как часть мировой системы (Источник: Журнал «Финансовый директор», <http://www.ipppou.ru/article.php?idarticle=004781>).
8. Кузнецов А. Россия – типичное нефтяное государство: уроки экономического развития стран экспортеров нефти (интервью газете «Ведомости» на Интернет-сайте газеты: http://www.vedomosti.ru/finance/analytics/30331/rossiya_tipichnoe_neftyano_gosudarstvo_avtoritarnoe_i).

С. Ю. Филина,
аспирант Российской академии предпринимательства

e-mail: acadra@yandex.ru

Ю. В. Хориков,
аспирант

Yu. V. Horikov,
Post-graduate

СОВРЕМЕННАЯ ПАРАДИГМА ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОДХОДА К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМИ СТРУКТУРАМИ

THE MODERN PARADIGM OF LOGISTICAL APPROACH TO IMPROVE MANAGEMENT OF BUSINESS ENTITIES

В статье выявлены возможности применения логистического подхода как инструмента обеспечения стратегической устойчивости предпринимательских структур производственной сферы и управления их инновационным развитием.

The article reveals the possibility of using a logistic approach as a tool for strategic stability of the production sector of business structures and management of innovation development.

Ключевые слова: стратегическая устойчивость, конкурентоспособность, управление стратегической устойчивостью, инновационное развитие, логистический подход.

Key words: strategic stability, competitiveness, management of strategic stability, innovation development, logistical approach.

В условиях усиливающейся конкуренции, осложненной последствиями глобального финансово-экономического кризиса, для российских бизнес-структур рыбо-перерабатывающей сферы становятся объективно необходимы поиск и использование всех возможностей повышения эффективности хозяйствования. Крупные резервы в данной области могут быть мобилизованы на основе развития инструментов логистического управления бизнес-процессами. Снижение платежеспособного спроса, обусловленное посткризисной ситуацией, а также жесткая конкуренция отечественных и иностранных компаний на большинстве сегментов товарного рынка, включая рынок рыбной продукции, требуют всемерной оптимизации расходов, связанных со снабженческо-сбытовой и производственной деятельностью хозяйствующих субъектов, систематического, обновления ассортимента выпускаемых товаров, развития форм и методов межфирменного взаимодействия. Эти проблемы весьма актуальны и важны для интегрированных бизнес-групп рыбо-хозяйственного комплекса, что связано с огромным числом их бизнес-партнеров: поставщиков, потребителей, логистических провайдеров и других звеньев инфраструктуры рыбного рынка.

Предметом исследования является система логистического управления сопряженная со снабженческо-сбытовыми и производственными процессами.

Целью исследования является изучение методических подходов к развитию форм и методов логистического управления интегрированными производственными и снабженческо-сбытовыми процессами в конкурентной среде.

В процессе работы над статьей применялись следующие методы экономических исследований: абстрактно-логический, эмпирический, метод экспертных оценок, использовались приемы структурно-функционального и статистического анализа.

Результаты исследования и их обсуждение

Рыбохозяйственная деятельность (РХД) традиционно занимает особое положение в экономике РФ, обеспечивая продовольственную безопасность, занятость населения, стимулирование экономической активности в смежных отраслях.

Экономическое реформирование, проводимое в нашей стране в 90-х гг. прошлого столетия, привело, с одной стороны, к возникновению предпринимательства в рыбном хозяйстве и созданию условий для развития конкуренции, но с другой стороны, к практическому устранению государства от выполнения важнейших регулирующих функций, распаду хозяйственных связей между предприятиями и утрате ими экономической устойчивости. Следствием этого явились уменьшение общего вылова водных биоресурсов с 7,8 млн. т в 1990 г. до рекордно низкого уровня 2,96 млн. т в 2004 г., истощение запасов водных биологических ресурсов, вызванное ростом незаконного, несообщаемого и нерегулируемого промысла, неудовлетворительная обеспеченность рыбопродукцией всего населения России.

В критическом положении находится материально-техническая база рыбного хозяйства. Об этом свидетельствуют высокий уровень физического и морального износа промыслового флота и практически полное прекращение его обновления, сокращение производственных мощностей добывающих и перерабатывающих предприятий. Велика доля убыточных предприятий. Не формируются собственные источники для осуществления реновации основного капитала, а кредитные источники носят краткосрочный и среднесрочный характер. Реалии российской действительности таковы, что предпринимательские структуры не могут самостоятельно решить стратегические задачи инновационного развития без государственной поддержки и современных инструментов управления.

В этих условиях возникает необходимость поиска новых подходов к управлению предпринимательскими структурами, определения при-

оритетов развития РХД для концентрации финансовых и материальных ресурсов, создания благоприятного экономического климата для динамичного развития предпринимательских структур.

Одним из важнейших направлений повышения эффективности российской экономики является использование логистических способов управления потоковыми процессами. Глобализация мирового рынка, интенсивный научно-технический прогресс и продолжающиеся тенденции дальнейшего международного разделения труда увеличивают значимость управления потоковыми процессами и способствуют формированию на рынке системных образований новых типов. За рубежом эти интегрированные структуры имеют сложную, преимущественно сетевую структуру, с множеством потоковых процессов, единое информационное пространство и объединяют различные по специализации субъекты рынка.

Логистика – наука о планировании, управлении, контроле и регулировании движения материальных и информационных потоков в пространстве и во времени от их первичного источника до конечного потребителя.

Проблемы логистики уже более 25 лет в нарастающих масштабах привлекают внимание ученых, специалистов, руководителей фирм, предприятий и корпораций развитых стран мира. Этот острый интерес проявляется в научном и практическом планах. Проникновение логистики в сферу экономики в существенной степени обязано компьютеризации управления. В действительности мы имеем дело с быстро развивающейся инфраструктурой в сфере экономики и организации производства и с новым научным направлением. Эта инфраструктура основывается на современных достижениях науки и техники. В России имеются некоторые удачные примеры логистических систем, хотя в своей повседневной практике мы не относим их к области логистики.

Внедрение логистических подходов в управлении хозяйственными структурами приобрело большую актуальность на современном этапе развития российской экономики. Это связано с интенсификацией и расширением товарно-денежных отношений, с динамичным увеличением горизонтальных хозяйственных связей между предприятиями и организациями сопряженных отраслей. Возросли возможности для улучшения их взаимодействия на основе расширения хозяйственной самостоятельности и инициативы посреднических структур и транспортных предприятий, совершенствование их договорных отношений и взаимного экономического стимулирования.

На основе логистических подходов экономические методы должны получить воплощение в практике производственных структур рыбохозяйственной отрасли – у изготовителей и производственных потребителей,

а также в системе коммерческо-посреднических организаций и предприятий. С помощью этих методов обеспечивается экономическая заинтересованность у хозяйствующих субъектов в повышении эффективности конечных результатов хозяйственной деятельности за счет экономии и прибыли от логистических операций и услуг.

Термин «логистика», известный до недавнего времени лишь узкому кругу специалистов, получает сегодня широкое распространение. Основная причина этого явления заключается в том, что понятие стало использоваться в экономике.

Начало широкого применения логистики в экономике приходится на 60–70-е гг. и связано с достижениями в области коммуникационных технологий. Появившаяся возможность сквозного мониторинга всех этапов движения сырья, деталей и готовой продукции позволила четко увидеть огромные потери, допускаемые в традиционных схемах управления материальными потоками. Явный экономический выигрыш, получаемый от использования логистики в экономике, способствовал ориентации партнеров на сотрудничество в области продвижения товаров.

В настоящее время отечественные товаропроизводители менее конкурентоспособны, чем многие их зарубежные коллеги. Отставание российских компаний по уровню конкурентоспособности обусловлено кроме ряда технико-технологических факторов еще и недостаточно развитой товаропроводящей сетью, низким уровнем логистизации бизнес-процессов, упрощенным подходом к выбору ассортиментно-сбытовой и маркетинговой политики, проблемами управления запасами. В итоге российские компании, часто проигрывают в конкурентной борьбе за новые рыночные ниши и вытесняются с ранее завоеванных позиций. Необходимость скорейшего улучшения ситуации, в том числе положения на рыбном рынке, усиливается фактом вступления России в ВТО, так как конкуренция приобрела еще более острые формы. Значительные возможности повышения конкурентоспособности отечественных участников рыбного рынка содержит последовательная логистизация их закупочных, производственных и распределительных функций.

Исследуя специфику отечественного рынка рыбных товаров, можно сделать вывод, что спрос на нем определяется такими факторами, как: общее состояние экономики страны, уровень инфляции, уровень безработицы. А также состояние сельского хозяйства и отраслей продовольственного комплекса; состояние экспорта и импорта продовольствия; уровень логистизации товародвижения и степень развития торговой инфраструктуры; тарифы на доставку рыбной продукции; конкурентоспо-

собность рыбных товаров с замещающими их продуктами питания; объемом, ассортимент и качество предлагаемых рыбных товаров.

Потенциальная ёмкость рыбного сегмента российского товарного рынка имеет тенденцию к росту. Этот рынок является перспективным и быстро растущим. Одним из очень значимых факторов, определяющих объем добычи морепродуктов, а также эффективный сбыт их на отечественном рынке, является система ценообразования. Среди условий, объективно сказывающихся на цены рыбопродукции, следует выделить: промышленную ситуацию; уровень спроса; качество продукции.

Значительная разница между отпускной ценой рыбопромышленной структуры и розничной ценой рыбных товаров может создать опасность снижения спроса на рыбную продукцию у широких слоев населения, а следовательно и падение конкурентоспособности рыбопродукции. Чрезмерное число посредников между потребителями и производителями рыбных товаров не позволяет последним контролировать конечную розничную цену продукции, что приводит к неадекватности хозяйственного поведения предприятия в системе «спрос-предложение».

В настоящее время требования к логистике значительно возросли. Большинство предприятий начинают понимать всю значимость логистики, ее прямое влияние на эффективность производственной деятельности. Внедрение принципов логистики на предприятии гарантирует снижение себестоимости продукции и улучшение качества поставок – решающего конкурентного преимущества в условиях российского рынка. Затраты на логистику отечественных компаний на данном этапе развития рынка существенно отличаются от аналогичных затрат компаний более развитых стран. В России затраты на движение товара по цепи поставок составляют около 25–30% цены товара, в то время как в Германии это 9–10%, а в Великобритании – 8%.

Макроэкономические тенденции, сложившиеся в последние десятилетия, такие как: смещение центров деловой активности, глобализация, централизация региональных запасов, увеличение количества потребителей и другие определяют условия для дальнейшего развития логистики. Так, по прогнозам консалтинговой компании McKinsey, к 2015 году объем международной торговли по отношению к мировому ВВП достигнет 30%, покупательная способность населения развивающихся стран возрастет с 4 до 9 трлн. долл. и приблизится к современному уровню Западной Европы, а доли мирового ВВП, создаваемые Европой и Азией (без Японии) почти сравняются.

В логистике существуют проблемы, связанные с выполнением, координацией и интеграцией видов логистической деятельности. Для Российской Федерации к ним можно отнести неудовлетворительное состояние и темпы

развития транспортной и складской инфраструктуры, формирования рынка логистических услуг, неэффективность выполняемых операций. Для российских предприятий характерна парадоксальная ситуация, когда около 75% руководителей и менеджеров среднего уровня управления считают логистику главным фактором воздействия на доходность предприятия и качество сервиса, ключевым источником конкурентоспособности, но при этом около двух третей руководителей и менеджеров воспринимают логистику как второстепенную область управления. В целом, несмотря на растущий интерес к логистике, внедрение логистического менеджмента на предприятиях слабое. Отчасти это обусловлено низким уровнем знаний логистики и соответствующих компетенций у высшего и среднего звена менеджмента организаций, а также недостатком квалифицированных кадров в области логистики – вузами России подготовлено всего около тысячи логистов. Отчасти – недостаточным развитием теории и методологии управления логистическими системами предприятий – сложными, структурированными экономическими системами, состоящими из элементов (звеньев), взаимосвязанных в едином процессе управления материальными, сервисными и сопутствующими им потоками.

Для успешного развития как российских, так и западноевропейских предприятий компетенции персонала в области стратегии цепей поставок, применения основных логистических концепций, складского и транспортного управления признаются одними из самых значимых. Это вызвано тем, что проблемы снижения логистических затрат, уменьшения времени циклов заказа потребителей, повышения качества логистического сервиса и надежности цепей поставок являются важнейшими для предприятий разных отраслей. С развитием интеграционных процессов и глобализации экономики, усилением конкуренции стало очевидным, что вышеуказанные проблемы невозможно решить, опираясь только на методы классического менеджмента и маркетинга. Для их решения при управлении логистической системой предприятия необходимо применение аналитического аппарата подготовки и принятия решений – методов, технологий, моделей логистики.

С учётом выявленных проблем целесообразным представляется развитие государственного регулирования рынка рыбных товаров через единую координационную систему оптовой торговли данной продукцией. Такая система должна способствовать стимулированию отечественного производства рыбопродукции и сбалансированности ее экспорта и импорта на основе формирования взаимной заинтересованности производителей и оптовых покупателей (российских и зарубежных) путём установления, логистически-ориентированных связей между ними. Реализация подобных мер позволит максимально сократить число посред-

ников, значительно увеличивающих розничную цену рыбопродукции.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что результаты и основные выводы работы можно использовать для совершенствования методической базы логистики на предприятии. Помимо этого, концептуальные и методические подходы, изложенные в статье, могут быть полезны для консалтинговых и транспортных компаний, организаций-провайдеров логистических услуг и других заинтересованных лиц для повышения эффективности оказания логистических услуг участникам рынка.

Библиографический список

1. Аганбегян А.Г. Социально-экономическое развитие России. 3-е изд. М.: Дело, 2005.
2. Азизов Я.М., Студеницкий С.А., Шпаченков Ю.А. Рыбное хозяйство России на рубеже веков. М.: Госкомрыболовство РФ, 2000.
3. Аникин Б.А., Тяпухин А.П. Коммерческая логистика: учебник. М.: ТК Велби; изд-во «Проспект», 2008.
4. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: учебник / под ред. проф. Позднякова В.Я. М.: ИНФРА-М, 2008.
4. Артемов А.В., Брыкин А.В., Шумаев В.А. Трансформация промышленной политики и управления с учетом инновационно-логистических подходов. Н. Новгород: изд-во «Университетская книга», 2008.
5. Винслав Ю.Б. О задачах и направлениях формирования национальной промышленной политики // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2008. – № 4. – С. 17–29.
6. Волков О.И., Скляренко В.К. Экономика предприятия: Курс лекций. М.: ИНФРА-М, 2001.
7. Хаджинский А.М. Логистика. М.: ИТК «Дашков и К», 2009.

Юрий Владимирович Хориков,
аспирант Российская Академия предпринимательства

e-mail: acadra@yandex.ru

Э. И. Хастиева,
аспирант

E. I. Hastieva,
Post-graduate

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СТРУКТУР И МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СИСТЕМЕ АПК

METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF COLLABORATION BETWEEN STATE AGENCIES AND SMALL ENTERPRISES IN THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX

В статье рассмотрены методические вопросы оценки эффективности взаимодействия государственных структур и малых предприятий в сфере АПК для чего необходимо проанализировать ряд показателей: долю покрытия расходов, долю государственной поддержки в доходах организации, соотношение динамики рентабельности производства с учетом поддержки и динамики государственной поддержки.

This article describes the methodological issues of assessing the effectiveness of collaboration between state agencies and small businesses in the agricultural sector which requires the consideration of a number of indicators: the share of the costs, the share of state support in the income of the organization, the relationship dynamics of profitability in terms of support and the dynamics of public support.

Ключевые слова: крестьянское (фермерское) хозяйство, оценка эффективности взаимодействия государственных структур и малых предприятий сельского хозяйства, система индикаторов, показателей деятельности.

Key words: peasant (farmer) economy, efficiency evaluation of interaction between state agencies and small agricultural enterprises, a system of indicators, performance.

Одним из главных направлений стратегии развития агропромышленного комплекса Республики Татарстан в течение последнего десятилетия является стимулирование развития малых форм хозяйствования, в том числе крестьянских (фермерских) хозяйств.

Начинающие крестьянские (фермерские) хозяйства в настоящее время сталкиваются с целым рядом достаточно серьезных проблем, в первую очередь связанных с недостатком первоначального капитала.

Как известно создание нового крестьянского (фермерского) хозяйства связано с необходимостью бытового обустройства территории, проектированием хозяйственных построек, подключением к инженерным сетям, а также

выплаты первоначальных взносов по лизинговым платежам. Все это требует вложения дополнительных денежных средств, которых нет в наличии.

Для того чтобы дать оценку эффективности взаимодействия государственных структур и малых предприятий сельского хозяйства, необходимо проанализировать ряд показателей: долю покрытия расходов, долю государственной поддержки в доходах организации, соотношение динамики рентабельности производства с учетом поддержки и динамики государственной поддержки в расчете на 1 га сельскохозяйственных угодий.

Для начала была проведена оценка эффективности государственной поддержки К(Ф)Х по исследуемым районам в целом.

В табл. 1 представлена оценка доли покрытия расходов К(Ф)Х и долю государственной поддержки в доходах К(Ф)Х по исследуемым районам.

Анализ показал, что государственная поддержка занимает значительную долю покрытия расходов по всем трем муниципальным районам. Так в Чистопольском МР она покрывает около 18% расходов К(Ф)Х, в Зеленодольском – около 24%, в Бугульминском – около 15%.

Что касается доли государственной поддержки в доходах К(Ф)Х, то она колеблется в пределах 15–20% в зависимости от района.

Для анализа государственной поддержки по районам необходимо провести оценку господдержки крестьянских (фермерских) хозяйств на 1 га сельскохозяйственных угодий, а также в расчете на 1 К(Ф)Х (см. табл. 2.).

Анализ показал, что объемы государственной поддержки отличаются в объемах на 1 га сельскохозяйственных угодий, а также в расчете на 1 К(Ф)Х. Наибольший объем государственной поддержки в расчете на 1 га и на 1 К(Ф)Х наблюдается в Зеленодольском районе РТ, наименьший – в Бугульминском районе РТ.

В целях оценки эффективности взаимодействия государственных структур и малого бизнеса в агропромышленном комплексе нами предлагается расчет следующих коэффициентов эффективности:

1. Коэффициент выделения средств ($Э_1$):

$$Э_1 = ВГП_x / ВГП_c,$$

где ВГП_x = ГП_x/СС_x × 100 – сумма выделенных средств в виде субсидий на 1 рубль собственных средств хозяйств; ГП_x – субсидирование хозяйству фактическая (руб.); СС_x – собственные средства хозяйства (руб.); ВГП_c – соответствующий показатель в среднем по УР (группе хозяйств).

Таблица 1
Оценка доли покрытия расходов К(Ф)Х и долю государственной поддержки в доходах К(Ф)Х

	2009		2010		2011		2011 к 2009, %	
	Доля покрытия расходов К(Ф)Х	Доля ГП в доходах К(Ф)Х	Доля покрытия расходов К(Ф)Х	Доля ГП в доходах К(Ф)Х	Доля покрытия расходов К(Ф)Х	Доля ГП в доходах К(Ф)Х	Доля ГП в доходах К(Ф)Х	Доля ГП в доходах К(Ф)Х
Муниципальный район								
Чистопольский	17,39	14,83	18,58	15,96	17,77	15,33	2,17	3,37
Зеленодольский	24,63	21,06	23,80	20,39	23,77	20,42	-3,50	-3,05
Бугульминский	15,53	13,37	14,70	12,67	14,99	12,92	-3,52	-3,32

Таблица 2
Динамика государственной поддержки крестьянских (фермерских) хозяйств Республики Татарстан на 1 га сельскохозяйственных угодий и на 1 К(Ф)Х, млн. руб.

	2009		2010		2011		2011 к 2009, %	
	на 1 га	на 1 К(Ф)Х	на 1 га	на 1 К(Ф)Х	на 1 га	на 1 К(Ф)Х	на 1 га	на 1 К(Ф)Х
Муниципальный район								
Чистопольский	5,881	394,026	6,352	412,883	6,131	386,237	4,25	-1,98
Зеленодольский	6,300	610,744	6,217	550,506	6,132	537,508	-2,66	-11,99
Бугульминский	3,568	347,071	3,361	332,782	3,441	319,187	-3,58	-8,03

2. Коэффициент продуктивности (Ээ_2):

$$\text{Ээ}_2 = \text{Прх} / \text{Прс},$$

где Прх – продуктивность сельскохозяйственной продукции (урожайность) в хозяйстве; Прс – средняя продуктивность сельскохозяйственной субсидируемой продукции в совокупности хозяйств.

3. Коэффициент эффективности затрат (Ээ_3):

$$\text{Ээ}_3 = \text{ССс} / \text{ССх},$$

где ССс – средняя себестоимость продукции по совокупности хозяйств; ССх – себестоимость продукции в субсидируемом хозяйстве.

4. Коэффициент прибыльности (Ээ_4):

$$\text{Ээ}_4 = \text{ППх} / \text{ППс},$$

где ППх = $\text{ПРПх} / \text{ППх}$ – показатель прироста прибыли за счет государственной помощи в хозяйстве по субсидируемой продукции; ПРПх – прирост государственной помощи в хозяйстве (руб.); ППх – прирост прибыли в хозяйстве (руб.); ППс – соответствующий показатели в среднем по группе, совокупности хозяйств.

5. Интегральный показатель, показывающий степень экономической эффективности субсидирования:

$$\text{Ээ} = \text{Ээ}_1 \times \text{Ээ}_2 \times \text{Ээ}_3 \times \text{Ээ}_4.$$

Расчет данных коэффициентов для К(Ф)Х Кольцова О.Б. представлен в таблице 3.

Анализ показал, что эффективность государственной поддержки для К(Ф)Х Кольцова О.Б. находится на достаточно низком уровне – 0,66 на конец 2011 года, так как интегральный показатель эффективности для признания использования государственной помощи по соответствующему критерию эффективным не должен быть меньше 0,9. Следовательно, государственная поддержка К(Ф)Х Кольцова О.Б. не эффективна.

Расчет данных коэффициентов для К(Ф)Х Суханов А.П. представлен в таблице 4.

Анализ показал, что эффективность государственной поддержки для К(Ф)Х Суханов А.П. находится на достаточно низком уровне – 0,68 на конец 2011 года, так как интегральный показатель эффективности для признания использования государственной помощи по соответствующе-

Таблица 3

**Расчет коэффициентов эффективности государственной поддержки
для К(Ф)Х Кольцова О.Б.**

Показатель	2009	2010	2011
Коэффициент выделения средств	0,14	0,95	0,71
Фактическое субсидирование К(Ф)Х Кольцова О.Б.	55	372	283
Собственные средства К(Ф)Х Кольцова О.Б.	786	754	813
Сумма выделенных средств в виде субсидий К(Ф)Х Кольцова О.Б. на 1 рубль собственных средств	7,00	49,34	34,81
Фактическое субсидирование по Чистопольскому району	8669	8671	8883
Собственные средства по Чистопольскому району	17862	16687	18089
Сумма выделенных средств в виде субсидий по Чистопольскому району на 1 рубль собственных средств	48,53	51,96	49,11
Коэффициент продуктивности	0,85	0,81	0,90
Продуктивность сельскохозяйственной продукции К(Ф)Х Кольцова О.Б.	12,14	11,51	13,01
Продуктивность сельскохозяйственной продукции по Чистопольскому району	14,21	14,23	14,47
Коэффициент эффективности затрат	0,97	0,95	1,03
Себестоимость продукции по Чистопольскому району	812	795	786
Себестоимость продукции К(Ф)Х Кольцова О.Б.	786	754	813
Коэффициент прибыльности	0,74	0,42	0,01
Прирост государственной помощи К(Ф)Х Кольцова О.Б.	55	317	89
Прирост прибыли К(Ф)Х Кольцова О.Б.	7	-13	49
Прирост прибыли за счет ГП К(Ф)Х Кольцова О.Б.	0,13	-0,04	0,55
Прирост государственной помощи по Чистопольскому району	13	2	212
Прирост прибыли по Чистопольскому району	123	-347	141
Прирост прибыли за счет ГП по Чистопольскому району	0,09	-1,74	0,01
Экономическая эффективность государственной поддержки	0,68	0,78	0,66

Таблица 4

**Расчет коэффициентов эффективности государственной поддержки
для К(Ф)Х Суханов А.П.**

Показатель	2009	2010	2011
Коэффициент выделения средств	0,17	0,20	0,75
Фактическое субсидирование К(Ф)Х Суханов А.П.	95	110	408
Собственные средства К(Ф)Х Суханов А.П.	1054	1037	1040
Сумма выделенных средств в виде субсидий К(Ф)Х Суханов А.П. на 1 рубль собственных средств	9,01	10,61	39,23
Фактическое субсидирование по Зеленодольскому району	11604	12111	12363
Собственные средства по Зеленодольскому району	21595	22631	23661
Сумма выделенных средств в виде субсидий по Зеленодольскому району на 1 рубль собственных средств	53,73	53,52	52,25
Коэффициент продуктивности	0,96	0,96	0,95
Продуктивность сельскохозяйственной продукции К(Ф)Х Суханов А.П.	13,20	12,97	13,01
Продуктивность сельскохозяйственной продукции по Зеленодольскому району	13,71	13,56	13,66
Коэффициент эффективности затрат	1,08	0,99	0,99
Себестоимость продукции по Зеленодольскому району	1054	1037	1040
Себестоимость продукции К(Ф)Х Суханов А.П.	1136	1029	1028
Коэффициент прибыльности	0,14	-1,35	0,01
Прирост государственной помощи К(Ф)Х Суханов А.П.	95	15	298
Прирост прибыли К(Ф)Х Суханов А.П.	12	-5	1
Прирост прибыли за счет ГП К(Ф)Х Суханов А.П.	0,13	-0,33	0,00
Прирост государственной помощи по Зеленодольскому району	241	507	252
Прирост прибыли по Зеленодольскому району	213	125	94
Прирост прибыли за счет ГП по Зеленодольскому району	0,88	0,25	0,37
Экономическая эффективность государственной поддержки	0,59	0,20	0,68

му критерию эффективным не должен быть меньше 0,9. Следовательно, государственная поддержка К(Ф)Х Суханов А.П. не эффективна.

Расчет эффективности государственной поддержки К(Ф)Х Сафин С.Ю. может быть рассчитан только за 2011 год (таблица 5.)

Таблица 5

Расчет коэффициентов эффективности государственной поддержки К(Ф)Х Сафин С.Ю.

Показатель	2011
Коэффициент выделения средств	1,59
Фактическое субсидирование К(Ф)Х Суханов А.П.	401
Собственные средства К(Ф)Х Сафин С.Ю.	765
Сумма выделенных средств в виде субсидий К(Ф)Х Сафин С.Ю. на 1 рубль собственных средств	52,42
Фактическое субсидирование по Бугульминскому району	8299
Собственные средства по Бугульминскому району	25135
Сумма выделенных средств в виде субсидий по Бугульминскому району на 1 рубль собственных средств	33,02
Коэффициент продуктивности	0,81
Продуктивность сельскохозяйственной продукции К(Ф)Х Сафин С.Ю.	9,81
Продуктивность сельскохозяйственной продукции по Бугульминскому району	12,08
Коэффициент эффективности затрат	0,79
Себестоимость продукции по Бугульминскому району	967
Себестоимость продукции К(Ф)Х Сафин С.Ю.	765
Коэффициент прибыльности	0,44
Прирост государственной помощи К(Ф)Х Сафин С.Ю.	401
Прирост прибыли К(Ф)Х Сафин С.Ю.	108
Прирост прибыли за счет ГП К(Ф)Х Сафин С.Ю.	0,27
Прирост государственной помощи по Бугульминскому району	312
Прирост прибыли по Бугульминскому району	37
Прирост прибыли за счет ГП по Бугульминскому району	0,12
Экономическая эффективность государственной поддержки	0,91

Анализ показал, что эффективность государственной поддержки для К(Ф)Х Сафин С.Ю. находится на достаточно хорошем уровне – 0,91 на конец 2011 года, так как интегральный показатель эффективности для признания использования государственной помощи по соответствующему критерию эффективным не должен быть меньше 0,9. Следовательно, государственная поддержка К(Ф)Х Сафин С.Ю. в достаточной степени эффективна.

Динамика государственной поддержки сельскохозяйственных предприятий Республики Татарстан показал, что фактический объем финансирования сельского хозяйства в целом и крестьянских (фермерских) хозяйств в частности, существенно отличается от плановых показателей, так за период с января 2008 по сентябрь 2012 года было выделено субсидий на общую сумму 156,825 млрд. руб. вместо 181,600 млрд. руб. запланированных по программе, процент отклонения составил 13,64%. Наибольшее отставание от плана приходится на внебюджетные средства – на 14,77%.

Недополучение субсидий крестьянскими (фермерскими) хозяйствами Республики Татарстан из средств Федерального бюджета РФ составило 22,21% или 204 млн. руб., из средств бюджета Республики Татарстан – 21,47% или 172 млн. руб., из средств внебюджетных фондов – 23,49% или 655 млн. руб.

В общей сложности по крестьянским (фермерским) хозяйствам Республики Татарстан недополучение государственной поддержки в соответствие с Программой составило 1 032 млн. руб.

В первую очередь это связано с низкой информированностью и сдержанностью субъектов малого сельскохозяйственного бизнеса.

Следует отметить, что финансирование из федерального и регионального бюджетов крестьянских (фермерских) хозяйств Республики Татарстан включает в себя множество направлений.

Вместе с тем, проведенный анализ позволяет сделать выводы о том, что взаимодействие государственных структур и малого бизнеса в АПК Республики Татарстан в настоящее время является недостаточно эффективной, ограничиваясь лишь номинальным субсидированием, и имеет ряд проблем и недостатков, устранив которые можно добиться высоких результатов в АПК региона.

Библиографический список

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть 2). Глава 26.1. Система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог).
2. Федеральный закон от 8 декабря 1995 г. № 193-ФЗ «О сельскохозяйственной кооперации» (с посл. изменениями от 3.12.2011 № 383-ФЗ).
3. Федеральный Закон № 264-ФЗ «О развитии сельского хозяйства» от 29.12.2006 (в ред. от 28.02.2012 № 6-ФЗ).
4. Федеральный Закон № 83 «О финансовом оздоровлении сельскохозяйственных товаропроизводителей» от 09.07.2002 (с посл. изм. от 01.07.2011 № 169-ФЗ).
5. Федеральный закон № 209 от 24.07.2007 г. «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».
6. Федеральный закон № 260-ФЗ «О государственной поддержке в сфере сельскохозяйственного страхования и о внесении изменений в Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства» от 25 июля 2011 года.
7. Федеральный закон от 29.12.2006 г. № 264-ФЗ «О развитии сельского хозяйства».
8. Постановление Правительства РФ от 17.12.2010 № 1042 «Об утверждении Правил распределения и предоставления субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на поддержку экономически значимых региональных программ развития сельского хозяйства субъектов Российской Федерации» (в редакции постановления Правительства Российской Федерации от 28.07.2011 № 628, от 22.02.2012 № 138).
9. Подпрограмма «Обеспечение реализации Государственной программы» в Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции,

- сырья и продовольствия на 2013–2020. Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации. Режим доступа: <http://www.mcx.ru/navigation/docfeeder/show/342.htm>. Дата обращения: 09.07.2012.
10. Национальный Доклад «О ходе и результатах реализации в 2011 году государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008–2012 годы». Утв. Правительством РФ 01.06.2012 № 881-р.
 11. Обзор малых форм хозяйствования по предварительным итогам 2011 года // Информационно-промышленное агентство «АПК-Информ». Режим доступа: http://www.proposinfo.ru/view_arts.php?id_=75. Дата обращения: 01.09.2012
 12. Пилипчук А., Бухарова О. Поле для полиса // Российская Бизнес-газета. Новое законодательство. – 10.01.2012. – № 830 (1). – С. 4.

Э. И. Хастиева,
аспирант кафедры экономики и управления
Казанского государственного университета культуры и искусств (ИСГЗ)

e-mail: acadra@yandex.ru

**Порядок рецензирования рукописей,
установленный Научно-редакционным советом
межвузовского сборника научных трудов
«Экономика и социум: современные модели развития»**

1. Статьи публикуются в межвузовском сборнике научных трудов «Экономика и социум: современные модели развития» на основе рецензирования. Авторы предоставляют отзывы от лиц, имеющих ученую степень доктора экономических, социологических, политических наук (в соответствии с тем научным направлением, по которому писалась статья) из организации, где работа выполнялась (внешнее рецензирование). Рецензирующий данную статью доктор наук не может быть ее автором (соавтором), однако может являться научным руководителем автора(ов).
2. Рукописи рассматриваются Научно-редакционным советом, оставляющим за собой право сокращения и исправления присланных статей (внутреннее рецензирование). Решение о публикации принимается Научно-редакционным советом журнала на основании экспертных оценок внешних рецензентов с учетом ответственности представленных материалов тематической направленности журнала, их научной значимости и актуальности.
3. Рецензирование рукописи осуществляется конфиденциально. Разглашение конфиденциальных деталей рецензирования рукописи нарушает права автора рукописи. Нарушение конфиденциальности возможно только в случае заявления о недостоверности или фальсификации материалов, во всех других случаях ее сохранение обязательно.
4. Статья, принятая к публикации, но нуждающаяся в доработке, направляется авторам с замечаниями рецензента и редактора. Авторы должны внести все необходимые исправления в окончательный вариант рукописи и вернуть в редакцию исправленный текст, а также его идентичный электронный вариант вместе с первоначальным вариантом и сопроводительным письмом-ответом рецензенту. После доработки статья повторно рецензируется и Научно-редакционный совет принимает решение о возможности публикации. Статьи, отосланные авторам для исправления, должны быть возвращены не позднее, чем через 2 (две) недели после получения. Возвращение статьи в более поздние сроки меняет дату ее опубликования.

5. По результатам рецензирования статья может быть принята к публикации, либо отослана автору на доработку, либо отклонена. В случае отказа в публикации статьи автору направляется мотивированный отказ.
6. Научно-редакционный совет межвузовского сборника научных трудов «Экономика и социум: современные модели развития» предоставляет рецензии на рукопись по требованию автора и по запросам экспертных советов Высшей аттестационной комиссии.
7. Научно-редакционный совет межвузовского сборника научных трудов «Экономика и социум: современные модели развития» не хранит рукописи, не принятые к печати. Рукописи, принятые к публикации, не возвращаются. Рукописи, получившие отрицательный результат от рецензента, не публикуются и также не возвращаются обратно автору.
8. Редакторы не сообщают информацию, касающуюся рукописи (включая сведения о ее получении, содержании, процессе рецензирования, критических замечаниях рецензентов и окончательном решении), никому, кроме самих авторов и рецензентов. Рецензентам не разрешается снимать копии с рукописей для своих нужд и запрещается отдавать часть рукописи на рецензирование другому лицу без разрешения редакторов. Рецензенты не имеют права использовать знание о содержании работы до ее опубликования в своих собственных интересах. Рукописи являются частной собственностью авторов и относятся к сведениям, не подлежащим разглашению.
9. Если публикация статьи повлекла нарушение чьих-либо авторских прав или общепринятых норм научной этики, то Научно-редакционный совет межвузовского сборника научных трудов «Экономика и социум: современные модели развития» вправе изъять опубликованную статью.
10. Плата с аспирантов за публикацию рукописей не взимается.

Ответственный редактор
кандидат экономических наук
А. А. Конюховский

Научное издание

Э 40 **Экономика и социум: современные модели развития.** Межвузовский сборник научных трудов. Вып. 4 / отв. ред. Конюховский А.А. – М.: Издательский Дом «Наука», 2012. – 177 с.

ISBN 978-5-9902332-9-4

ISBN 978-5-9902331-9-5

В данном сборнике представлены статьи, явившиеся результатом как инициативных, так и плановых научных изысканий. В статьях отражены результаты теоретических исследований и прикладных разработок практической направленности.

Для студентов и преподавателей, ученых и практиков.

УДК 316.3:330.34
ББК 65.050+65.052+65.26+65.9(2Рос)

Межвузовский сборник научных трудов

**ЭКОНОМИКА
И СОЦИУМ:
современные модели развития**

Выпуск 4

Компьютерная верстка и дизайн А. Чиянова

Подписано в печать 19.11.2012
Формат бумаги 60х90 1/16. Гарнитура «FuturisLigtC, Myrid Pro»
Объем 11,25 усл. печ. л. Тираж 500 экз.

Издательский дом «Наука»
тел.: 8 (495) 567-4100
e-mail: info@idnayka.ru

Отпечатано в ГУП МО «Коломенская типография»
140400, Московская обл., г. Коломна, ул. III интернационала, д. 2а